

valencia fruits

25 de enero de 2022 • Número 2.967 • Año LX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Cerca de 500 asociaciones con amplia implantación en el medio rural asistieron a la manifestación celebrada en Madrid. / ALMA RURAL

El mundo rural toma Madrid

Miles de personas reclaman leyes y soluciones que salvaguarden al sector

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El medio rural español puso el domingo su alma y su voz en las calles del centro de Madrid para luchar por su supervivencia a medio y largo plazo, en un acto multitudinario de dimensiones que recordaban a las movilizaciones previas a la pandemia. Unas 6.000 personas, según la estimación de la Delegación del Gobierno en Madrid, llegadas desde distintos puntos del país, se manifestaron en la capital para pedir que la legislación reme a favor del medio rural para poder así salvaguardarlo.

Cerca de 500 asociaciones de los más diversos sectores (agrícolas, ganaderos, pesqueros, mascotas, cetrería, caza o tauromaquia), con implantación en el medio rural, acudieron a la convocatoria lanzada por la Asociación para la Defensa del Mundo Rural (Alma Rural). La marcha, encabezada

por 40 tractores, 50 caballos, bueyes, perros, caballerías de trabajo y aves de cetrería, contó con dos pancartas principales con los lemas "El Mundo Rural se muere" y "Hartos, cansados y olvidados".

Algunos de los participantes en la manifestación no dudaron en acudir con su mono azul de trabajo, con varas y hasta con cencerros para las labores ganaderas...; todo con el objetivo de trasladar, por un día, la realidad del mundo rural al corazón urbano de Madrid.

Los manifestantes se concentraron junto a la sede del Ministerio para la Transición Ecológica, donde las asociaciones participantes leyeron distintos manifiestos antes de comenzar la marcha de cuatro kilómetros por el eje Castellana-Recoletos-Prado, hasta llegar a la glorieta de la Fuente de la Alcachofa, junto al Ministerio de Agricultura, Pesca

y Alimentación, donde concluyó la movilización con un acto en el que tomaron la palabra las mujeres rurales.

Durante la movilización, la queja unánime de los manifestantes se dirigió sobre todo hacia los políticos, calificados como "urbanitas" que legislan sobre el campo sin conocerlo de primera mano, según expusieron en varios de los manifiestos leídos al comienzo de la convocatoria. Y concluían, con sus lemas y declaraciones, en que el deseo de esta protesta ha sido el que resumía una de las pancartas que daba inicio a la marcha: "Todos unidos por el mundo rural".

Según la asociación Alma Rural, "la movilización ha conseguido el objetivo previsto de dar visibilidad a los problemas del rural y ahora el trabajo continúa, iniciándose una nueva etapa centrada en reuniones sectoriales con el Gobierno y los

grupos políticos para darles a conocer detalladamente la situación y reivindicaciones de cada colectivo, e intentar influir en las políticas agrarias, ganaderas y medioambientales que afectan al mundo rural, con el objetivo común de defender el campo español y romper el aislamiento en que vive nuestro rural, poniendo en valor y dignificando la vida en el campo".

La siguiente manifestación por el medio rural en Madrid se celebrará el próximo 20 de marzo, convocada por las organizaciones agrarias Asaja, COAG y UPA, junto a la Real Federación Española de Caza (RFEC), la Real Federación de Asociaciones de Ganado Selecto (Rfeagas), la Unión de Criadores de Toros de Lidia (UCTL), y la Alianza Rural.

Más información en pág. 8



Esta semana

2 "No hay economía verde con números rojos". Artículo de opinión de Gonzalo Gayo



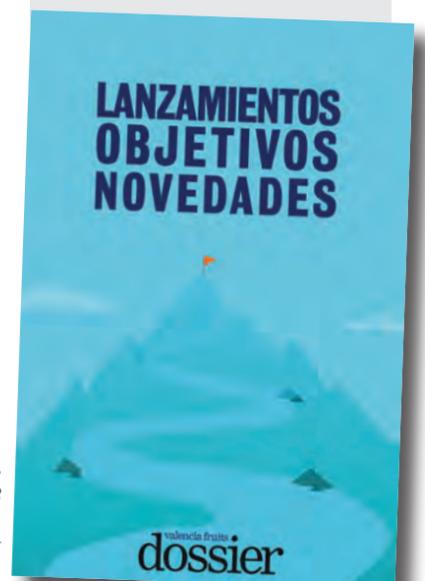
3 Los envíos récord de naranja sudafricana están pasando factura al sector citrícola español



4 El sector citrícola andaluz constituye la Mesa de los Cítricos ante la grave crisis de precios

6 "Riesgo inaceptable de emergencia fitosanitaria en Europa", artículo de opinión de Inmaculada Sanfeliu

9 Aragón destina 212 millones a la creación y modernización de 46.000 hectáreas de regadío



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	8
Agrocotizaciones:	10
Legislación:	14
Noticias de empresas:	15

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 V

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

No hay economía verde con números rojos

Por GONZALO GAYO

El malestar se extiende en el campo tras la escalada de costes y la falta de apoyo compensatorio. Desde AVA anuncian movilizaciones y una gran manifestación el 20 de marzo en Madrid, mientras se suceden las reuniones de las organizaciones agrarias para tratar de encontrar respuestas a la crisis que sufre el campo.

Las cooperativas Agro-alimentarias de España y organizaciones agrarias han expuesto con claridad al Comisario Europeo de Agricultura, Janusz Wojciechowski, y al ministro de Agricultura, Luis Planas la grave situación que atraviesa la agricultura tras el incremento de costes que aun no han sido repercutidos. “No habrá economía verde con una agricultura en números rojos”, sentenció el presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de España, Ángel Villafranca, tras detallar la difícil situación que atraviesa el sector, con un incremento sin precedentes de los costes de producción, que no se ven compensados en el mercado y que amenaza la sostenibilidad económica y la rentabilidad imprescindibles para garantizar el modelo al que aspira la UE.

Desde el cooperativismo agrario se insta a apostar por medidas de estructuración de la oferta, como la de incentivar a los agricultores y ganaderos a organizarse en cooperativas, para ser más fuertes, obtener una mayor cuota del valor añadido en el mercado y afrontar los retos que marca la estrategia del Pacto Verde.

En los últimos 60 años de vigencia de la PAC, Europa ha construido un modelo de agricultura y ganadería que no solo ha alimentado a nuestros ciudadanos, sino que nos han convertido en el primer exportador e importador mundial de alimentos. Desde las Cooperativas Agro-alimentarias de España urgen a avanzar en la lucha contra el cambio climático y la conservación de los recursos naturales desde la cooperación con el sector. “Necesitamos que los cambios sean posibles y alcanzables, evitando que los objetivos demasiado ambiciosos expulsen a la parte más vulnerable del sector”, señala Villafranca.

Los agricultores defienden el compromiso con el cambio climático sin poner en riesgo el objetivo de soberanía alimentaria. La PAC debe ser coherente con la política comercial de la UE y exigir a los productos importados las mismas garantías sanitarias y que cumplan los mismos requisitos que los producidos en Europa



El incremento de costes amenaza la rentabilidad agraria. / GONZALO GAYO

bajo el modelo de producción de la UE, “porque si no se continuará destruyendo tejido productivo y no habrá relevo en el campo”, señala el máximo representante de las cooperativas agrarias en España.

Los agricultores instan a la modernización de la agricultura, desde la innovación y las nuevas tecnologías, pasando por la necesaria estructuración de la oferta y una apuesta clara por las cooperativas, organizaciones de productores, para garantizar la rentabilidad de las explotaciones.

Villafranca manifiesta que “necesitamos una PAC coherente con la política comercial de la UE, reglas de mercado y relaciones comerciales justas, inversión pública y tiempo para aplicar las nuevas exigencias medioambientales”.

Los agricultores advierten de las graves consecuencias que derivarán del incremento sin precedentes de los costes de producción que no se ven compensados en el mercado. Por ello es imprescindible una PAC activa en lo económico, con instrumentos de gestión de mercados útiles que aporten estabilidad y eviten las crisis cada vez más frecuentes que destruyen tejido productivo.

Por su parte, el presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, ha calificado como “muy duro” el año agrario 2021 por la escalada histórica de los costes de producción y, a diferencia de otros eslabones de la cadena agroalimentaria y de otros sectores económicos, por la incapacidad real de los agricultores y ganaderos para repercutir ese incremento de costes en los precios que perciben. Por ello, Aguado ha

exigido a las distintas administraciones medidas de choque en auxilio del campo y anuncia una primavera caliente con la convocatoria de una gran manifestación el 20 de marzo.

Desde AVA cifran las pérdidas totales del sector agropecuario valenciano en 2021 en 640 millones de euros. De ellos, 230 millones corresponden a los problemas de mercado en la mayoría de las producciones. “Cuando una arroba de naranjas vale lo mismo que un café, cuando un litro de leche es más barato que un litro de agua, se entiende por qué los fondos de inversión están entrando en el sector como los aliados oportunos de las grandes cadenas de distribución y, sin corazón, están haciendo el agosto comprando al productor a precios de miseria y vendiendo al consumidor más caro”, ha subrayado Aguado.

El otro gran cultivo de la Comunitat, la uva para vino, sigue sin volver a los niveles prepandemia. Otros productos con graves pérdidas de rentabilidad fueron el kaki, frutales de hueso, cebollas y patatas. Las cabañas ganaderas más perjudicadas fueron las que dependen en mayor medida del precio de los piensos, que se han encarecido un 25%: porcino, vacuno y avícola. Por el contrario, han tenido un buen comportamiento la algarroba, aguacate, kiwi, chufa, cereales, agricultura ecológica y flores y plantas.

El descontento de los agricultores valencianos llega hasta Bruselas con la política exterior de comercio agrario. Aguado señala que “esta no es la Unión Europea que queremos. Estamos pagando los platos rotos del veto ruso, ahora del veto bielorruso, hemos perdido el mercado citrícola de Estados Unidos, Europa no nos abre nuevos mercados y favorece a países terceros para que nos sustituyan. Con este puritanismo, Bruselas parece la casa de la beneficencia, mientras las otras potencias defienden sus fronteras. O cambia su política agraria, o la decadencia de Europa será cada vez más visible”.

Las organizaciones agrarias de la Comunitat Valenciana han retomado, desde la unidad de acción, las movilizaciones que se aparcaron por la irrupción de la pandemia. Aguado avanza que estudian la convocatoria de varios actos de protesta en la Comunitat hasta el 20 de marzo, cuando las organizaciones agrarias, cooperativas y entidades culturales culminarán la campaña SOS Rural con una gran manifestación en Madrid.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Los envíos récord de naranja sudafricana pasan factura al sector citrícola

Las exportaciones de países terceros a la UE hunden los precios de la fruta española

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los citricultores españoles no han conseguido buenos precios para sus naranjas en la primera fase de esta campaña —que se prevé más corta y con mayores costes de producción—, en gran medida por el récord de entradas desde Sudáfrica a la Unión Europea en el último cuatrimestre del ejercicio 2021.

Sudáfrica exportó al mercado comunitario 248.107 toneladas de naranjas entre septiembre y diciembre de 2021, la cifra más alta en ese periodo desde 2014. Ese volumen de producto es un 6,8% mayor que el del mismo periodo de 2020 y un 13,2% superior respecto a la media de los últimos cinco años.

Así se desprende del último informe de seguimiento reforzado de importaciones citrícolas que elabora el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

De acuerdo al informe, la mayor concentración de envíos se produjo en septiembre (119.065 toneladas, un 14,6% menos que en el mismo mes de 2020) y, sobre todo, en octubre (122.992 toneladas, +42,9%).

En total, durante el ejercicio 2021 la Unión Europea recibió 407.039 toneladas de naranja sudafricana, (-10,3% que en 2020 y +5% respecto a la media de los últimos cinco años).



Sudáfrica ha incrementado las exportaciones a la UE en el último cuatrimestre del ejercicio 2021. / ARCHIVO

La comparativa, ajustada a la UE-27 sin Reino Unido, tanto para los datos más recientes como históricos, añade a los envíos sudafricanos de naranja durante el último cuatrimestre de 2021 otros procedentes de Marruecos (3.311 toneladas, +62% que en 2020 pero -68% respecto a la media de los últimos cinco años) y de Egipto (1.383 toneladas, -63,4% y -7,0%, respectivamente).

La suma de estas tres partidas supone que la UE importó de paí-

Sudáfrica exportó al mercado comunitario 248.107 toneladas de naranjas entre septiembre y diciembre de 2021, la cifra más alta en ese periodo desde 2014

ses terceros 331.121 toneladas de naranjas entre septiembre y diciembre de 2021, un 8,6% más que en el último cuatrimestre de 2020 y un 2,1% más que durante ese periodo en la media de los últimos cinco años.

En los doce meses de 2021, la cifra alcanza las 902.680 toneladas, lo que representa una bajada del 4,4% respecto a 2020 y una subida del 1,3% en comparación a las últimas cinco campañas.

Solo en el mes de octubre, el aumento de entradas de naranja extracomunitaria fue del 47% respecto al mismo mes de 2020 y del 30% en relación con la cantidad media de dicho mes, debido fundamentalmente al incremento registrado por Sudáfrica, según el informe del Ministerio de Agricultura.

■ GRAVE CRISIS

La “grave crisis” de precios de origen que atraviesa la citricultura andaluza ha propiciado que las tres principales asociaciones agrarias (Asaja, COAG y UPA), la de cooperativas agrícolas de la región y la Asociación de Citricultores de Huelva pusieran en marcha el pasado 17 de enero la Mesa de Cítricos de Andalucía para trabajar de forma conjunta en defensa del sector. Según sus datos, el precio en origen se ha situado por debajo de los 0,13 euros el kilo.

Ahora, están a la espera de qué ocurre en la segunda parte de la campaña de recolección, que se inicia con mucha Navelina en el campo “que no ha encontrado hueco en el mercado ante el tapón provocado por la entrada de miles de toneladas de naranja vieja de Sudáfrica, que es a la que las cadenas de supermercados han dado preferencia”, han criticado.

Desde Asaja Alicante han asegurado que las pérdidas económicas para los productores de naranja son “irreversibles” hasta diciembre, debido “a la entrada masiva” de producto sudafricano y las cuantifican en 50 millones de euros.

Los precios de la naranja Navelina en esta provincia se han situado en la primera fase de campaña en 0,07 euros/kg, frente a los 0,20 del mismo periodo de la campaña anterior, una cifra que tampoco ha dado para cubrir los costes de producción, que tras la subida de insumos y energía se han situado en 0,15 euros/kg.

Un inicio “sorprendente”

El ministro español de Agricultura, Luis Planas, admitió el 17 de enero que el inicio de la campaña de los cítricos en España ha sido “un poco sorprendente en relación con la producción” y reconoció que las importaciones de naranjas sudafricanas han contribuido a que se produjera una “disrupción del mercado”.

“La situación del comportamiento de los cítricos, particularmente en el inicio de campaña, ha sido realmente un poco sorprendente en relación con la producción”, declaró el político a su llegada a la reunión de ministros de Agricultura de la Unión Europea que se celebró en Bruselas y en la que Planas planteó la cuestión.

El Ministerio de Agricultura estimaba en septiembre una producción de 6.705 millones de toneladas de cítricos para la campaña 2021/2022, un descenso del 4,8% con respecto a la temporada anterior. A esa bajada en la producción española se unen la caída de precios de los cítricos, el elevado nivel de las existencias almacenadas de naranja sudafricana importada y el incremento de los importes de los insumos, de la energía y de los fertilizantes. Todo ello provoca una reducción del margen del agricultor.

Planas indicó que en la campaña de cítricos se esperaba una menor producción y “una estabilidad en materia de precios. Pero es verdad que la naranja sudafricana, importada y almacenada, teniendo en cuenta, además, las temperaturas, que han sido muy suaves, ha contribuido a que se produjera una disrupción del mercado”. En ese sentido, el ministro indicó que a España le parece “muy significativo y muy importante que no se amplíen los contingentes” que permiten importar sin aranceles los cítricos sudafricanos en la revisión del acuerdo con África meridional. “Si no, se produce una grave disrupción en el mercado comunitario y ya se ha producido un incremento en los últimos años”, constató.

Luis Planas recordó que él y la ministra de Industria, Reyes Maroto, escribieron a los comisarios de Agricultura y Comercio para hacerles saber la posición de España sobre los contingentes de cítricos sudafricanos. “Creo que la Comisión Europea ha sido favorable en el sentido de considerar que este es evidentemente un producto sensible de cara a los intercambios comerciales”, destacó Planas.

Igualmente, el ministro expresó la preocupación de España por la posible entrada de plagas en la

Unión Europea a través de las importaciones de cítricos sudafricanos. En ese sentido, defendió que en las importaciones sudafricanas se aplique el tratamiento en frío, una fórmula que ofrece mayores garantías de que las polillas no lleguen al club comunitario dentro de las frutas y después se propaguen.

“Tenemos un mecanismo de control de los reglamentos en materia fitosanitaria, que son probablemente los más altos del mundo, junto a los de Estados Unidos, pero al mismo tiempo, tenemos que estar prevenidos de cara al futuro y el sector de cítricos merece también, que es un sector muy sensible, una atención especial”, expuso Luis Planas.

En un informe, la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés), avaló la postura de Madrid favorable al uso del tratamiento en frío para las importaciones de cítricos sudafricanos e indicó que los procedimientos del país africano no eran suficientes para evitar la llegada de polillas.

“La EFSA dijo hace un par de meses que las medidas que se aplicaban en origen no eran suficientemente eficaces y España ha pedido a la Comisión Europea que se adopte el tratamiento en frío como una práctica estándar de origen para evitar, efectivamente, esas situaciones”, afirmó.

En un sentido más general, aseguró que si un producto se introduce en la Unión Europea mediante la importación debe hacerlo con “las mismas condiciones que aquello que hemos impuesto en la producción a nuestros agricultores y ganaderos”. ■

■ A 20 DE ENERO

Exportados 230.221.108 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2021/2022, a 20 de enero, se han enviado a países terceros, en exportación (229.727.567) y reexportación (493.540), un total de 230.221.108 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2020/2021, a 23 de enero de 2021, lo exportado eran 168.629.592.

La cifra de exportación a países terceros, sin Gran Bretaña, en la campaña 2021/2022 es de 100.342.680 kilos, mientras que en la campaña 2020/2021 el volumen era de 133.936.949.

Países de destino (Kg):	Campaña 21/22		Campaña 20/21	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	223.986	989	203.486	1.294
Angola	24.300			
Arabia Saudita	5.591.304		9.956.051	
Argentina	414.978		1.964.259	
Armenia	15.971		18.183	
Australia	118.070		190.789	
Bahrain	79.360		78.670	
Bielorrusia	926.273	4.950	2.300.947	
Bosnia-Herzegovina	152.609		20.776	
Botsuana			22.880	
Brasil	4.865.628		9.836.597	
Burkina Faso			34.673	
Cabo Verde	159.207	19.524	48.495	
Canadá	20.407.339		32.053.358	22.950
China	41.670		44.370	
Colombia	233.367		282.507	
Congo (República)			22.434	
Corea del Sur	58.956		266.974	
Costa de Marfil	39.063	24.452	63.933	4.787
Costa Rica	561.118		611.715	
Curaçao	121.182		211.151	
El Salvador	85.723		86.634	
Emiratos Arabes Unid	2.909.659		4.718.300	
Estados Unidos	337.226		179.867	
Gabón	31.043		357.730	
Georgia			42.042	
Ghana	81.037		135.740	
Gibraltar	147.253	13.726	149.708	11.498
Gran Bretaña	129.797.075	81.353	34.690.693	1.950
Guatemala	66.136		134.945	
Guinea	6.043	4.003	17.430	3.060
Guinea Ecuatorial	137.513	54.328	173.703	37.191
Guinea-Bissau	5.240			
Honduras	135.636		66.017	
Hong-Kong	67.222		4.560	
India			1.388	
Irlanda	67.897			
Islandia	607.004		497.240	
Jordania			48.100	
Kazajistán	799		705	
Kenia			41.600	
Kuwait	143.540		91.599	
Liberia	11.004			
Malasia	220.489		377.315	
Mali	14.907	6.795	136.160	14.361
Marruecos			106	84
Mauritania	3.592	12.674	48.629	1.469
Moldavia	239.242	40.592	262.652	19.413
Nigeria	72.530		74.370	
Noruega	22.339.436	640	23.200.877	
Omán	371.102		884.514	
Panamá	474.034		949.116	
Qatar	1.278.141		2.061.711	
Rep. Centroafricana	18.920	118.455	45.824	75.708
Senegal	5.421	60	22.275	
Serbia	924.614		1.122.775	
Sierra Leona	7.028		4.320	
Singapur	1.452		54.642	
Sri Lanka	47.884			
Sudáfrica	1.180.211		1.547.831	
Sudán	14.080			
Suiza	31.700.926	104.472	35.239.222	158.049
Ucrania	2.118.944	6.529	2.372.226	
Uruguay	23.184		202.967	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	289.233	800	369.480	
Satsuma	13.405.405	198	2.345.469	9
Clementina	84.757.446	11.027	57.455.940	20.147
Clementina hoja	9.598.580	769	7.901.039	
Clemenvilla	4.845.606		3.195.571	
Hernandina	38.761		307.461	
Fortuna	131.772		2.488	
Mineola	4.864		535	
Ortanique	453.502		675.702	
Ellendale	70		468	
Otras mandarinas	8.458.480	10.734	5.897.451	10.325
Uso industrial	241.412		58.670	
Nadorcott	1.721.967	31.201	2.203.532	35.213
■ TOTAL MANDARINAS	123.947.098	54.728	80.413.807	65.694
Navelina	52.572.058	31.596	53.540.356	19.566
Navel	6.558.173	2.897	3.946.720	
Navel Late	93.164	4.090	291.584	257
Lane Late	194.296		1.013.048	
Salustiana	2.172.568	9.368	4.675.208	
Cadenera	26.099		43.430	
Sanguina	55.275		11.770	
Sanguinelli	67.305		31.710	
Valencia Late	278.296	168.116	220.152	109.709
Verna	879.630	5.524	62.744	23
Otras	3.726.651	60.633	2.802.679	41.741
Uso industrial	88.523		136.862	
Navel Powel	138.616		3.767	
Barberina	138.887		438.325	47
■ TOTAL NARANJAS	66.989.541	282.224	67.218.354	171.342
■ TOTAL LIMONES	36.481.985	149.031	18.197.548	106.223
■ TOTAL POMELOS	2.292.310	7.498	2.094.961	8.471

El sector cítrico andaluz constituye la Mesa de los Cítricos

La citricultura andaluza se une para afrontar la grave crisis de precios y reivindicar la defensa de este sector clave

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La crisis de precios en origen impulsa al sector cítrico andaluz a dar un paso en su articulación, y constituir la Mesa de los Cítricos, para reivindicar y promover, de manera conjunta, actuaciones en defensa de este sector crucial en la economía andaluza a la que aporta casi 950 millones de euros.

Ante las dificultades que atraviesa el sector cítrico y sus graves repercusiones para los agricultores y ganaderos de Andalucía, las asociaciones representativas del campo andaluz y del sector productor de los cítricos: Asaja, COAG, UPA, Cooperativas Agro-alimentarias, Asociafruit, Palmanaranja y la Asociación de Citricultores de Huelva, mantuvieron la semana pasada un encuentro en Sevilla para analizar la situación y avanzar, de manera conjunta, en la búsqueda de soluciones.

Dada la magnitud de los retos y la imposibilidad de afrontarlos en solitario, las citadas organizaciones, representantes del sector cítrico andaluz, constituyeron la Mesa de los Cítricos de Andalucía, un grupo de trabajo que supone un primer paso para trabajar conjuntamente, desde el primer eslabón, en defensa del sector de los agrrios andaluces y poder hacer frente a las amenazas que sufren a todos los niveles.

El problema más grave y el que ha desencadenado este encuentro es la grave crisis que atraviesa el sector productor andaluz, con precios en origen por debajo de 0,13 euros/Kg. Un valor que no cubre siquiera los costes de producción y que ha ido a la baja desde la primera semana de campaña. "Sin embargo, el consumidor no se ha beneficiado de este hundimiento del precio en origen, pues sigue pagando por el kilo de naranjas entre 1 y 2 euros.

Así, cuando estamos iniciando la segunda parte de la campaña de recolección aún queda en el campo mucha naranja Navelina que no ha encontrado hueco en el mercado ante el tapón provocado por la entrada de miles de toneladas de naranja 'vieja' de Sudáfrica, que es a la que las cadenas de supermercados han dado preferencia", señalan las organizaciones.

Tal como denuncia la Mesa de los Cítricos, "supone una aberración que va contra toda lógica que las grandes cadenas de supermercados vendan en España o en Europa naranjas recolectadas hace dos o tres meses a más de 8.000 kilómetros de distancia, cuando tenemos aquí en Andalucía la mejor naranja del mundo".

Por ello, la primera llamada de atención de la Mesa andaluza de los Cítricos va dirigida al consumidor, para que mire las



El sector cítrico aporta a la economía andaluza casi 950 millones de €. / ARCHIVO

El hundimiento de los precios en origen, las importaciones indiscriminadas de terceros países, el brutal incremento de los costes y el abuso de la posición dominante por parte de las grandes cadenas, principales amenazas del sector

etiquetas y dé preferencia a la naranja española, de mucha más garantía y mejor calidad, puesto que la naranja española cumple unos estándares sociales, laborales y medioambientales con los que no cumple la naranja que se produce fuera de la Unión Europea.

■ SECTOR ESTRATÉGICO

El sector de los cítricos es estratégico para toda Andalucía. De hecho, la producción cítrica andaluza continúa en progresión, al contrario de lo que ocurre en otras comunidades autónomas, en las que el sector está en clara regresión.

El aforo de la Consejería de Agricultura de Andalucía estima que la cosecha para la presente campaña alcanzará 2,4 millones de toneladas (casi un 3% más que en la temporada anterior), de los que el 70%

se corresponde con naranjas (1.692.631 toneladas), un 23% con mandarinas (556.556 toneladas) y un 5% (111.795 toneladas) con limones. Por provincias, Sevilla lidera la producción andaluza, con 952.200 toneladas, seguida de Huelva (612.000 toneladas) y Córdoba (364.000 toneladas).

La producción de cítricos en Andalucía alcanzó en 2020 un valor de 947 millones de euros. Se trata de una fruta muy apreciada en los mercados exteriores, y con una clara vocación exportadora. Así, en 2020-2021 se exportó el 15,2% de la producción (356.000 toneladas) cítrica, valorada en 308 millones de euros.

Además, el sector cítrico andaluz genera 7,85 millones de jornales, de los cuales, cinco millones corresponderían a las labores de producción y el resto a centrales hortofrutícolas.



CITROPROTECT®

PROTECCIÓN FRENTE A MANCHADOS POSTCOSECHA DE LOS CÍTRICOS

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

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

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



CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS



@Citrosol_com



CITROSOL

www.citrosol.com

info@citrosol.com

OPINIÓN

Riesgo inaceptable de emergencia fitosanitaria en Europa



Por INMACULADA SANFELIU (*)

La sanidad vegetal es muy importante para la producción vegetal, los bosques, los espacios naturales y las zonas arboladas, los ecosistemas naturales, los servicios ecosistémicos y la biodiversidad de la Unión. La fitosanidad es la base de la alimentación. Los vegetales constituyen la esencia de nuestra cadena alimentaria: sin producción vegetal, no habría ni alimentos para las personas ni pienso para los animales. También forman parte del entorno natural en que vivimos, así como del paisaje de nuestra vida cotidiana. Por ello, los brotes de plagas y enfermedades vegetales pueden tener efectos devastadores sobre nuestra calidad de vida y nuestra economía. Las enfermedades de los vegetales pueden afectar al medio de vida de agricultores, ganaderos, viveristas o comerciantes, a la calidad, a la disponibilidad y a los precios de nuestros alimentos, en suma, a las cadenas de suministro de alimentos, así como a la situación de nuestros bosques y parques.

Por lo tanto, uno de los grandes retos de la UE es cómo afrontar acontecimientos relacionados, entre otros, con la sanidad vegetal. De hecho, reunidos en Consejo el pasado mes de diciembre, los ministros de Agricultura de la UE dieron luz verde a unas conclusiones sobre un plan para el suministro de alimentos en caso de crisis y la seguridad alimentaria desarrollado por la Comisión Europea (CE) como parte de la estrategia "De la Granja a la Mesa".

LA LECCIÓN DEL COVID-19

Si algo nos ha enseñado la pandemia de COVID-19 durante estos últimos dos años es que hay que estar preparados para actuar de manera rápida y coordinada a la hora de contener o minimizar los daños que un fenómeno de estas características puede ocasionar. Pese a que los mecanismos con que cuenta la UE lograron mitigar los peores efectos de la reciente pandemia, ¿hemos aprendido las lecciones para responder a futuras crisis?

En el caso particular de Europa y sus Estados miembros, la coordinación entre Administraciones y la puesta en marcha de medidas, no solo a nivel nacional, sino a nivel comunitario, pone en evidencia que se trata de la única vía eficaz para hacer frente a un desafío que no conoce fronteras, y que tiene enormes implicaciones a todos los niveles. Hoy, como hace dos años, nos volvemos a enfrentar a otra emergencia en Europa. En este caso no de tipo sanitario, sino fitosanitario.

Pero, ¿hemos tomado nota de nuestros errores del pasado y de los de los demás? Ejemplos claros de la necesidad de una revisión a fondo de la legislación fitosanitaria de la UE y de un cambio de filosofía fueron,



entre otros, los graves daños a la economía agrícola, así como al paisaje tradicional de la UE causados por una de las bacterias vegetales más peligrosas del mundo, *Xylella fastidiosa*, notificada por primera vez en 2013, cuando el brote estaba muy extendido por la región de Apulia, el centro de la zona de producción olivarera de Italia; o las importantes pérdidas económicas para la industria local de la madera en Portugal desde 1999 por un brote del nematodo de la madera del pino.

LOS ERRORES DEL PASADO

Nosotros sabemos mucho de errores del pasado. A lo largo de su historia, la citricultura española ha sufrido el ataque de graves enfermedades y plagas que han supuesto, en algunos casos, la pérdida de plantaciones y cosechas (por ejemplo, el 'Virus de la Tristeza de los Cítricos' y el 'Cotonet de Sudáfrica'), o en otros, la necesidad de realizar unos elevadísimos gastos en tratamientos fitosanitarios simplemente para controlarlas (ej.: la 'Mosca del mediterráneo' o el 'Minador'). El 'Virus de la Tristeza de los Cítricos' (CTV, *Citrus Tristeza Virus*) en España supuso la mayor reconversión citrícola acometida jamás con la consecuente y obligada sustitución de los árboles enfermos de tristeza por nuevos injertados sobre patrones tolerantes, que se fue realizando desde los años sesenta en un recorrido de sur a norte hasta la sustitución total del pie o porta-injertos "amargo" (el Naranja Amargo).

En 2009 se detectó por primera vez en España el 'Cotonet de Sudáfrica' (*Deltoococcus aberiae*) en Benifairó de les Valls (Valencia) sobre naranjo dulce y clementino. *Deltoococcus aberiae* se localiza únicamente en algunos países de África central y meridional. Por lo tanto, la introducción de este pseudocóccido en la

zona podría estar relacionada con la importación de cítricos o plantas ornamentales procedentes de algún país del África Subsahariana. El 'Cotonet' se asentó y se dispersó en la Comunidad Valenciana y, a diferencia de otros cóccidos, los daños producidos por esta especie son muy graves, ya que tiene la capacidad de deformar el fruto de naranjo y clementino desde sus estados iniciales, lo que provoca niveles importantes de destrucción y que sea imposible la venta de las producciones. La plaga ahora está fuera de control y los graves daños en las especies hospedantes se han multiplicado.

Otro ejemplo de enfermedad vegetal producida en este caso por una bacteria: el *Huanglongbing* (HLB), *Greening* o 'Dragón Amarillo'. Para que nos hagamos una idea de la gravedad del riesgo de entrada del HLB, desde la campaña 1997/1998, en la que

2021 ha supuesto, con mucha diferencia, un año récord, con 200 partidas interceptadas hasta el 6 de diciembre. Dos orígenes (Sudáfrica y Zimbawe) acaparan un 58% de las interceptaciones. Un 61,5% del total corresponden a dos organismos nocivos cuarentenarios y prioritarios

Florida alcanzó su récord de producción de cítricos de 12.340.991 toneladas, hasta la campaña 2021/2022, en la que el USDA (US Department of Agriculture) estima en enero de 2022 una producción de 2.016.670 t, Florida ha reducido su producción en un 84% en un periodo de 25 años debido al efecto arrasador del *Greening*, siendo similar a la de la campaña 1938/1939 (entonces era de 2.269.559 toneladas).

Partiendo del diagrama de dispersión de los datos de producción total de cítricos de Florida desde la campaña 1997/1998 hasta la campaña 2021/2022, un total de 25 campañas, y realizando el ajuste de regresión a la actual producción de cítricos de España (unos 7-7,5 millones de toneladas), podemos estimar que en 15-17 años desde la entrada del *Greening* la citricultura españo-

la podría desaparecer. En 7,5-8,5 años nuestra producción citrícola quedaría reducida a la mitad de la producción actual.

Las plagas vegetales destructivas pueden adoptar varias formas: virus, bacterias, insectos, hongos, etc., por lo que, a base de importantes pérdidas económicas, paisajísticas y medioambientales se demostró necesaria la introducción de las medidas más eficientes para impedir que entren en la UE o para erradicarlas de inmediato si se constatan en su territorio.

NORMAS COMUNES

Cada año, miles de millones de vegetales y productos vegetales son trasladados por el mercado interno sin fronteras de la UE, o se importan desde países de fuera de ella. Sus lugares de producción y destino son también innumerables. Sin embargo, las nuevas plagas devastadoras no

se detienen en las aduanas. Por ello, es necesario que se adopten normas comunes a escala de la UE por lo que se refiere a la inspección, el muestreo,

los ensayos, la importación, el traslado y la certificación del material vegetal, así como a la notificación, detección o erradicación de las plagas que dicho material pueda hospedar. La implementación correcta y homogénea de estas normas comunes es importante para garantizar el mismo nivel de protección fitosanitaria en toda la UE, así como condiciones de competencia equitativas para sus numerosos productores y comerciantes.

En 2016 se modificó en profundidad la normativa fitosanitaria de la UE que había estado en vigor desde 1977. A diferencia de la normativa anteriormente en vigor, el nuevo Reglamento (UE) 2016/2031 relativo a las medidas de protección contra las plagas de los vegetales se centra, en particular, en la prevención de la entrada o la propagación de plagas

vegetales en el territorio de la UE e introduce mecanismos preventivos y de respuesta rápida ante importaciones sospechosas, intensifica la vigilancia dentro de la UE y obliga a todos los estados miembros a contar con planes de emergencia ante posibles brotes. Se basa en la conclusión de que debemos asignar más recursos en una fase temprana para evitar que, en el futuro, tales plagas acarreen grandes pérdidas al destruir nuestra producción agrícola o el medio ambiente.

Las plagas y enfermedades no respetan las fronteras nacionales. Por eso es tan importante contar con reglas comunitarias para proteger nuestra agricultura y silvicultura mediante un enfoque proporcional y en función de los riesgos que permita la toma rápida de decisiones, adopción ágil de medidas y mejor cooperación entre los países.

Un mecanismo de evaluación preliminar para identificar rápidamente plantas y productos vegetales de terceros países que pueden suponer un riesgo y autorizar a la Comisión a prohibir su importación en la UE.

En él se exponen las normas de desarrollo para la detección temprana y la erradicación de plagas cuarentenarias de la Unión si se constatan en su territorio. En virtud del nuevo Reglamento, todos los Estados miembros deberán proceder inmediatamente a la erradicación de una plaga cuarentenaria de la Unión si se confirma en una zona en la cual su presencia no se había constatado anteriormente. Esto significa que ya no podrán actuar unilateralmente con medidas de contención, es decir, saltarse la fase de erradicación y limitarse a tomar medidas para restringir la presencia de las plagas en una zona determinada.

El nuevo Reglamento hace una lista de todas las plagas en su conjunto con arreglo a tres categorías principales: Plagas cuarentenarias de la Unión, Plagas cuarentenarias de zonas protegidas y Plagas reguladas no cuarentenarias. Las llamadas Plagas cuarentenarias de la Unión no están presentes en el territorio de la UE o, si lo están, solo localmente y bajo control oficial (algunos ejemplos son el *Greening*, la 'Falsa polilla' y la 'Mancha negra' de los cítricos, que no están presente en la UE, y la *Xylella*, que está presente únicamente en unos pocos lugares concretos). Deben tomarse medidas estrictas para evitar su entrada o su propagación en la UE, dado el aumento del riesgo que representan para la sanidad vegetal. Si se detectan estas plagas, deben erradicarse de inmediato.

PLAGAS PRIORITARIAS

El nuevo Reglamento introduce el concepto de "plagas prioritarias". Se trata de plagas cuarentenarias de la Unión que pueden tener repercusiones más graves sobre la economía, el medio ambiente y la sociedad de la UE. Estarán sujetas a medidas más estrictas sobre la agrimensura,

planes de acción para su erradicación, planes de contingencia y ejercicios de simulación.

En principio, se permitirá la importación de la mayoría de los vegetales y productos vegetales procedentes de países de fuera de la UE, con determinadas condiciones. Algunos estarán prohibidos o sujetos a requisitos muy estrictos si una evaluación del riesgo así lo aconseja por las plagas que pueden hospedar. El nuevo Reglamento establece normas más precisas sobre la evaluación de riesgos y la gestión de riesgos en las que se basan tales medidas.

La fitosanidad de los cítricos sufre la amenaza de especies nocivas cuarentenarias y prioritarias, cuyo riesgo de introducción en el territorio de la Unión se ha incrementado exponencialmente. Sería verdaderamente lamentable que organismos foráneos como el *Greening*, la *Cancrosis*, la 'Mancha negra', la *Thaumatotibia leucotreta* y otros, que todavía no se han implantado en la citricultura española, pero suponen un enorme riesgo económico dada la gravedad de las enfermedades que producen, hicieran acto de presencia en la misma, por no aplicar a tiempo medidas preventivas en forma de protocolos de exportación, y especialmente grave para España por su liderazgo en la exportación en fresco y más grave si cabe en la Comunidad Valenciana, por la dificultad añadida de medidas de erradicación en las condiciones de una citricultura minifundista y multiparcelada.

■ 2021, AÑO RÉCORD

Los datos de EUROPHYT-TRACES muestran que 2021 ha supuesto, con mucha diferencia, un año récord —200 partidas interceptadas hasta el 6 de diciembre, solamente del pequeño porcentaje que se muestrea, según los últimos datos disponibles—. Esto ha provocado, por supuesto, que salten todas las alarmas en la medida en que supone un peligro real e inminente con graves consecuencias económicas, sociales y medioambientales para Europa.

Del total de 200 interceptaciones, 63 son de Sudáfrica, 53 de Zimbawe, 36 de Túnez, 18 de Brasil, 16 de China, 8 de Argentina, 2 de Egipto, 1 de Colombia, 1 de Indonesia, 1 de Israel y 1 de Uruguay. Dos orígenes (Sudáfrica y Zimbawe) acaparan un 58% de las interceptaciones y tres orígenes (Sudáfrica, Zimbawe y Túnez) el 76%.

Desglosando por plagas, un total de 94 corresponden a *Phyllosticta citricarpa* (hongo causante de la 'Mancha negra'), 29 a *Thaumatotibia leucotreta* ('Falsa polilla' o FCM), 29 de *Diaspididae*, 17 de *Xanthomonas citri*, 7 de *Bactrocera* y las restantes 24 interceptaciones de diversos organismos nocivos (*Resseliella citrifrugis*, *Elsinoë*, *Tephritidae*, *Parlatoria ziziphi*, *Aonidiella aurantii*, *Curculionidae*, *Gymnandrosoma aurantianum*, *Parlatoria* y *Protospulvinaria pyriformis*). Del total de interceptaciones, dos organismos nocivos cuarentenarios y prioritarios acaparan el 61,5% y tres organismos nocivos cuarentenarios y prioritarios concentran el 70%.

De las 94 interceptaciones de *Phyllosticta citricarpa*, 43 son

Intercepciones de productos importados en la UE o en Suiza con organismos nocivos en cítricos
AÑO 2021 (hasta el 6 de diciembre 2021)

ORGANISMO DAÑO	PAÍS DE EXPORTACIÓN	Nº INTERCEPCIONES	TOTAL POR ORGANISMO DAÑO
<i>Phyllosticta citricarpa</i>	SUDÁFRICA	43	94
	ZIMBABUE	43	
	OTROS	8	
<i>Thaumatotibia leucotreta</i>	SUDÁFRICA	18	29
	ZIMBABUE	10	
	OTROS	1	
<i>Xanthomonas citri</i> pv. <i>citri</i>	BRASIL	13	17
	OTROS	4	
Otros	-	60	60
TOTAL			200

Fuente: EUROPHYT - TRACES (Trade Control and Expert System)

originarias de Sudáfrica y 43 de Zimbawe. De las 29 interceptaciones de *Thaumatotibia leucotreta*, 18 proceden de Sudáfrica y 10 de Zimbawe. De las 17 interceptaciones de *Xanthomonas citri*, 13 corresponden a Brasil.

Para combatir esta amenaza, es necesario adoptar medidas relativas a la determinación de los riesgos fitosanitarios que entrañan estas plagas y su reducción a un nivel aceptable. La necesidad de adoptar estas medidas de prevención y detección precoz está reconocida en los cítricos desde hace mucho tiempo. Los cítricos presentan un riesgo inaceptable debido a la probabilidad de que alberguen alguna plaga cuarentenaria y prioritaria de la Unión. Respecto a la 'Falsa Polilla' y la 'Mancha Negra' pueden aplicarse medidas aceptables de atenuación del riesgo. De no aplicarse tales medidas, debería prohibirse su introducción en el territorio de la Unión desde determinados orígenes o someterse a requisitos especiales.

■ PRECAUCIÓN VS PREVENCIÓN

Además, la nueva normativa comunitaria de Sanidad Vegetal nos ofrece un mayor margen de acción al priorizar el principio de precaución sobre otro tipo de consideraciones. El principio de precaución o principio precautorio (no confundir con el principio de prevención) respalda la adopción de medidas protectoras ante las sospechas fundadas de que, en este caso, la importación de cítricos de determinados orígenes crease un riesgo grave para la sanidad vegetal y el medio ambiente, sin necesidad de que se cuente todavía con una prueba científica definitiva.

Cuando una evaluación pluridisciplinaria, contradictoria, independiente y transparente, realizada sobre la base de datos disponibles, no permite concluir con certeza sobre un cierto nivel de riesgo, entonces las medidas de gestión del riesgo deben ser tomadas sobre la base de una apreciación política que determine el nivel de protección buscado. Dichas medidas deben, cuando es posible la elección, representar las soluciones menos restrictivas para los intercambios comerciales, respetar el principio de proporcionalidad teniendo en cuenta riesgos a corto y a largo plazo, y por último ser reexaminadas frecuentemente de acuerdo con la evolución de los conocimientos científicos.

El principio de precaución en materia de sanidad vegetal se distingue del principio de pre-

Si no somos capaces de poner freno a algo tan elemental y necesario como las plagas y especies invasoras que son un peligro para el sector primario, y para el medio ambiente y los ecosistemas europeos, ¿cómo vamos a trasladar seguridad a la ciudadanía europea en tiempos de pandemia?

vención porque el primero exige tomar medidas que reduzcan la posibilidad de sufrir un daño grave a pesar de que se ignore la probabilidad precisa de que este ocurra, mientras que el principio de prevención obliga a tomar medidas dado que se conoce el daño que puede producirse. El principio de precaución ha sido cuestionado como principio ético en gran medida porque no es considerado un principio sino un conjunto de principios. El principio de "precaución" o también llamado "de cautela" exige la adopción de medidas de protección antes de que se produzca realmente el daño a la fitosanidad de un cultivo, operando ante la amenaza a la sanidad vegetal y sus consecuencias y la falta de certeza científica sobre sus causas y efectos.

Tanto desde Intercitrus —la interprofesional citrícola española—, como desde otras organizaciones sectoriales de Francia, Italia o Portugal, o entidades propias europeas como el COPA-COGECA, representante de las cooperativas y organizaciones agrarias europeas, o EUCOFEL, representante del comercio europeo de frutas y hortalizas, venimos advirtiendo a las máximas autoridades a nivel nacional, representadas por Julien Denormandie (Francia), Stefano Patuanelli (Italia), Maria do Céu Antunes (Portugal) y Luis Planas (España) como ministros de agricultura, así como a las autoridades europeas competentes (Comité Permanente Fitosanitario) que nos encontra-

mos a las puertas de una crisis fitosanitaria de primer orden. El Grupo de Contacto de Cítricos, que aúna representantes de los productores, cooperativas y comercios de cítricos de los cuatro países mencionados, hemos señalado de forma insistente durante los últimos meses que ya hemos agotado el tiempo y que tenemos que actuar antes de que sea demasiado tarde.

Con los datos actuales, podemos afirmar que estamos ante un momento crítico: (1) por la gravedad de la dispersión y daños del 'Cotonet de Sudáfrica' en la Comunidad Valenciana y su dificultad de control, (2) por la ineficacia del "enfoque de sistemas" utilizado por Sudáfrica para mitigar el riesgo de entrada de la 'Falsa Polilla' o *Thaumatotibia leucotreta*, y (3) por la detección de *Trioza erytrae* en una plantación de cítricos en el Algarve portugués, un importante vector transmisor de la bacteria que causa el *Huanglongbing* (HLB) o enverdecimiento de los cítricos ("Greening"), la enfermedad más devastadora y la mayor amenaza en la actualidad para cualquier citricultura del mundo.

Estamos al borde de una emergencia fitosanitaria, no solo porque estas plagas afecten a la citricultura europea, sino porque afectan al sector hortofrutícola en su conjunto. De acuerdo con la Organización Europea y Mediterránea de Protección Vegetal (EPPO), algunas de estos organismos nocivos afectan a más de 70 especies vegetales,

Con los datos actuales, podemos afirmar que estamos ante un momento crítico: por la gravedad de la dispersión y daños del 'Cotonet de Sudáfrica' en la Comunidad Valenciana y su dificultad de control, por la ineficacia del "enfoque de sistemas" utilizado por Sudáfrica para mitigar el riesgo de entrada de la 'Falsa polilla' o *Thaumatotibia leucotreta*, y por la detección de *Trioza erytrae* en una plantación de cítricos en el Algarve, un importante vector transmisor de la bacteria que causa HLB, la mayor amenaza en la actualidad para cualquier citricultura del mundo

incluyendo multitud de cultivos frutales y sus derivados (aceite, vino, mermeladas...). Por tanto, no se trata de una cuestión que atañe solamente al sector citrícola o a un país en particular, sino a gran parte de las plantaciones y cosechas a lo largo y ancho del continente europeo y, por tanto, a sus ecosistemas.

De extenderse por Europa, la magnitud de los posibles daños sería incalculable; supondría un desastre ecológico debido, en gran medida, a la destrucción de especies y pérdida de la biodiversidad europea; tendría graves consecuencias socioeconómicas debido a la fuerte caída de la producción y al abandono del campo; y rompería la cadena de suministro de un sector estratégico, el sector primario, que ha demostrado ser más estratégico si cabe durante la pandemia, lo que dejaría a la UE en una posición de absoluta dependencia del mercado exterior para abastecerse de frutas u hortalizas.

Así pues, no comentamos el error de posponer la implementación de medidas efectivas. Tal y como evidencian los datos oficiales, las medidas de prevención de la entrada y los controles que actualmente se realizan a la importación han probado ser más que insuficientes. Necesitamos abordar esta emergencia desde un punto de vista científico para evitar que las plagas viajen a la UE.

Además, sabemos cómo frenarlas porque ya existen mecanismos más que probados que garantizan la ausencia completa de estas plagas y enfermedades en la importación de fruta, tal y como dicta la normativa vigente. En concreto, en este caso se trata de la aplicación del llamado tratamiento en frío (*cold treatment*) a todos los cítricos importados de los orígenes con presencia de Falsa Polilla, ya que ha demostrado ser el único procedimiento eficaz y ajustado al riesgo existente, como apunta la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) tras realizar los estudios científicos pertinentes. Además de ser un procedimiento estandarizado internacionalmente, hoy en día ya lo aplican, de hecho, terceros países cuando exportan a EEUU, China, Corea del Sur o Japón, entre otros mercados.

En el contexto de la reunión del Comité Permanente Fitosanitario que tendrá lugar los próximos días 31 de enero y 1 de febrero, la gran pregunta es: ¿Por qué países terceros productores de cítricos exigen el *cold treatment* por motivos de seguridad y sanidad vegetal, y no lo hacemos en la UE? Si no somos capaces de poner freno a algo tan elemental y necesario como las plagas y especies invasoras que son un peligro para el sector primario, y para el medio ambiente y los ecosistemas europeos, ¿cómo vamos a trasladar seguridad a la ciudadanía europea en tiempos de pandemia? Con las heridas de la pandemia de COVID-19 todavía por cicatrizar, necesitamos actuar con responsabilidad y diligencia. Y necesitamos hacerlo antes de que sea demasiado tarde para el sector primario europeo.

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

Agrocultivos

El mundo rural se manifiesta en Madrid

Unas 6.000 personas piden leyes y medidas a favor del medio rural para salvaguardarlo



Cerca de 500 asociaciones con implantación en el medio rural asistieron a la manifestación en Madrid. / ALMA RURAL

► JUAN JAVIER RÍOS. EFEAGRO.

Unas 6.000 personas, según la estimación de la Delegación del Gobierno en Madrid, llegadas desde distintos puntos del país, se manifestaron el domingo en la capital para pedir que la legislación reme a favor del medio rural, para poder así salvaguardarlo.

Cerca de 500 asociaciones de los más diversos sectores (agrícolas, ganaderos, pesqueros, mascotas, cetrería, caza o tauromaquia) con implantación en el medio rural acudieron a la convocatoria de la Asociación para la Defensa del Mundo Rural (Alma Rural), cuyo secretario general, Carlos Bueno, incidió en que el principal objetivo es conseguir “influir en las políticas agrícolas, ganaderas, sociales y ambientales, porque somos nosotros los que las sufrimos”.

En declaraciones a los periodistas, Bueno denunció que “muchas veces” se aprueban leyes que “son radicales” contra el medio rural. A su juicio, es una “maniobra orquestada” para “acabar con la vida rural” porque “nos damos cuenta de que están acabando con los servicios de transporte, sanitarios, financieros o las escuelas”.

“Por eso salimos para decir ‘Basta ya’ y para intentar que la sociedad se alinee con nosotros y nos apoye”, porque además “como consumidores, les afecta”, insistió el secretario general de Alma Rural.

Centrándose en el sector primario, puso como ejemplo las dificultades de rentabilidad de los productores de leche, las importaciones de alimentos desde terceros países con estándares de calidad y laborales más bajos y a precios “más baratos”, las cuo-

Competencia desleal

Las asociaciones independientes de agricultores de la Comunitat Valenciana participaron en la manifestación en Madrid y reclamaron, entre otros aspectos, que se pare la competencia desleal que llega con las importaciones desde países extracomunitarios, y pidieron al Gobierno que en base a la Preferencia Comunitaria, solicite que se apliquen las cláusulas de salvaguarda, se revisen los acuerdos de libre comercio, se establezcan las correspondientes defensas comerciales y no se ratifique Mercosur.

tas a la baja en la pesca o las medidas que afectan a los ganaderos, como la protección del lobo. También criticó el anteproyecto de ley de Protección y Derechos de los Animales porque cree que perjudica a sectores enclavados en el entorno rural.

Alma Rural estuvo respaldada desde Francia por el presidente del Movimiento de la Ruralidad, Eddie Puyjalón, quien deseó que acciones como esta sirvan para que España genere una “gran fuerza política” por sus pueblos y expresó la necesidad de que ese movimiento se extienda al resto de países de la Unión Europea.

■ REPRESENTANTES POLÍTICOS

El Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (Miteco) ha considerado, ante esta manifestación, que no hacen falta “eslóganes populistas”, sino “compromiso político y recursos para resolver problemas históricos”.

Este Ministerio “tiene uno de sus focos en el mundo rural” y, para ello, ha desplegado el Plan

de 130 Medidas ante el Reto Demográfico, dotado con más de 10.000 millones de euros, según señalan fuentes del Departamento.

A pie de marcha, participó el portavoz de VOX en la Asamblea de Madrid, Rocio Monasterio, quien acudió junto al vicepresidente de Acción Política de este partido, Jorge Buxadé, que aludió a la situación de “auténtico colapso” en la que se encuentran los agricultores y ganaderos, debido a la “ideología que sigue el Gobierno, el ministro y la Comisión Europea en ejecución de esa agenda perversa, la agenda 2030”.

Por el PP, el diputado regional, Antonio González Terol, aseguró que su partido está con el mundo rural, “como lo ha estado siempre”, y que ese medio rural se ve ahora “asfixiado por las políticas de Pedro Sánchez”.

El dirigente incidió en que a todas las políticas llevadas a cabo por una “mala negociación” de la PAC, hay que sumar el “desprecio” del ministro de Consumo, Alberto Garzón, que ha atacado “directamente” la calidad de la

Denuncian que “la no limitación de cupos de exportación provoca una sobreoferta en el mercado que hace caer los precios en origen, incluso por debajo de los costes de producción, y la eliminación de los aranceles genera una competencia desleal, injusta e imposible, provocando que el agricultor español abandone sus explotaciones y, a la larga, la pérdida de la soberanía alimentaria de nuestro país y que la alimentación de los españoles dependa de grandes corporaciones agroalimentarias que producen en esos países aprovechando todas esas ventajas”. ■

carne en un medio de comunicación extranjero.

También acudió el candidato de Cs a la presidencia de la Junta de Castilla y León, Francisco Igea, quien abogó por “facilitar la vida” de los profesionales del mundo rural. Igea quiso mostrar su apoyo a un colectivo “esencial” para mantener la actividad y la población en comunidades como Castilla y León, que tienen un “serio problema de vaciamiento”.

Del sector agrario, el secretario general de UPA, Lorenzo Ramos, justificó su asistencia porque son “los representantes de la agricultura y la ganadería familiar, que lo está pasando muy mal”. Una situación debida, en su opinión, al incremento de los costes de producción o al hecho de que la Ley de la Cadena “todavía no se cumple”.

■ TODOS UNIDOS

Bajo el lema “Todos Unidos por el mundo rural”, la concentración recordó a las manifestaciones previas a la pandemia, pero se

quedó lejos de conseguir el millón de asistentes que los convocantes habían previsto.

Sus participantes mostraron el alma del rural a través de la presencia de decenas de tractores, caballos, bueyes, aves de cetrería y ganaderos, que no dudaron en presentarse con su mono de campo o sus cencerros para hacerlos sonar durante la marcha.

Los manifestantes se concentraron junto a la sede del Ministerio para la Transición Ecológica, en Madrid, donde las asociaciones participantes leyeron distintos manifiestos antes de comenzar la marcha de cuatro kilómetros por el eje Castellana-Recoletos-Prado, hasta llegar a la glorieta de la Fuente de la Alcachofa, junto al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Llegados desde todos los puntos de la geografía española, exhibieron pancartas en defensa del mundo rural, la agricultura, la ganadería, la pesca o la caza, mientras coreaban gritos como ‘Sí, sí, sí el campo ya está aquí’.

Varias decenas de tractores asturianos y un grupo de caballos y bueyes abrieron la manifestación, sobre la que Alma Rural ha insistido en que perseguía, entre otros objetivos, defender “unidos” los derechos del mundo rural, porque sus actividades son “continuamente amenazadas” por normativas “incoherentes” que desatienden “la realidad del campo y de la vida cotidiana” en los pueblos.

La manifestación finalizó junto al Ministerio de Agricultura sin incidentes. En la clausura del acto tomaron la palabra las mujeres rurales, entre las que se encontraba la presidenta de la Asociación de Familias y Mujeres del Mundo Rural (Afammer), Carmen Quintanilla.

Según Quintanilla, el medio rural se “está muriendo poco a poco” y las mujeres rurales lo están abandonado porque no tienen “la gran alternativa del empleo”.

Las mujeres rurales “tienen la cara del desempleo femenino” porque “el 51%” de las que viven en los pueblos están paradas, añadió. Además, de acuerdo a sus datos, “dos de cada tres” personas que dejan de vivir en el medio rural son mujeres, por lo que defendió su participación en esta protesta.

Tras este acto en Madrid, los organizadores han anunciado que quieren activar mesas sectoriales de trabajo para tratar específicamente cada situación. También pretenden informar a la sociedad de la importancia del campo, demostrada a su juicio durante la pandemia o con el temporal Filomena, y para el que piden protección y apoyo.

La siguiente manifestación por el medio rural en Madrid se celebrará el próximo 20 de marzo, convocada por las organizaciones agrarias Asaja, COAG y UPA, junto a la Real Federación Española de Caza (RFEC), la Real Federación de Asociaciones de Ganado Selecto (Rfegas), la Unión de Criadores de Toros de Lidia (UCTL), y la Alianza Rural.

INFOPOST



WATERWAX-ULTRAMAR: Recubrimiento para la exportación de cítricos a larga distancia en contenedor. D.T. Fomesa Fruitech

En pocas semanas comenzará la campaña de exportación a China y a otros destinos lejanos. Muchos de estos países tienen requerimientos cuarentenarios, con temperaturas de transporte inferiores a las establecidas como umbral –diferente en cada variedad– para no sufrir los conocidos daños por frío (*Chilling injury*).

Aunque estos daños se pueden producir también en campo, durante la vida postcosecha de los frutos se pueden originar –y/o agravar– con un mal manejo del frío en la cámara de conservación y/o contenedor. Estos daños son motivo de numerosas reclamaciones en destino cada año y, en especial, durante esta segunda parte de la campaña en la que nos encontramos.

Los tratamientos post cosecha deben por tanto ayudar a mitigar y reducir los daños ocasionados por bajas temperaturas: el uso de recubrimientos especialmente indicados tiene un efecto contrastado en la atenuación de los daños por frío.

Fomesa Fruitech dispone, dentro de su Gama de recubrimientos, de un nuevo formulado a disposición de los exportadores de cítricos: **WATERWAX Ultramar**, diseñado para la fruta que se va a enviar en contenedor a destinos lejanos donde, en algunos casos, además de padecer un tránsito muy largo hasta su destino final, tiene que estar sometida a procesos de cuarentena, con temperaturas de conservación inferiores a las aconsejadas para cada variedad.

En estas circunstancias, además de un brillo superior, se busca una muy buena conservación del peso de la fruta, para evitar deshidrataciones y pérdida de valor comercial, así como protección frente a los daños por frío.

WATERWAX Ultramar es la mejor herramienta para el manejo de esta fruta de alta calidad, cumpliendo con

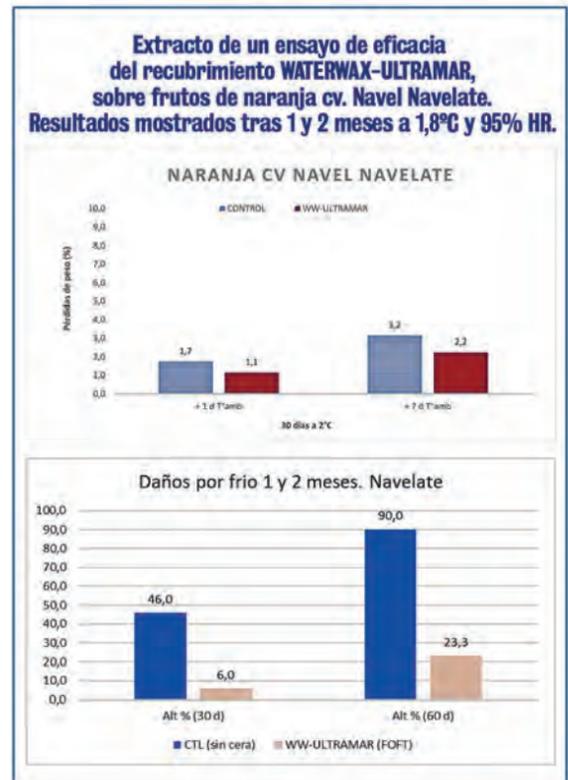
las expectativas de reducción de manchado por frío y de mantenimiento de la frescura de la fruta después de largos procesos de conservación a bajas temperaturas. Ofrece el brillo más alto entre los recubrimientos comerciales; brillo que conserva a su llegada a destino y durante la comercialización de la fruta.

WATERWAX Ultramar es un formulado totalmente estable, compatible con los fungicidas y aditivos autorizados en postcosecha, y se caracteriza por tener un secado excelente, lo que facilita su manejo en los almacenes de exportación.

El uso de WATERWAX Ultramar es la mejor garantía para conservar la calidad de la fruta destinada a la exportación. Mantiene su firmeza y su frescura durante más tiempo y minimiza las pérdidas de peso y los manchados asociados al frío. En definitiva, una nueva solución a las demandas de los exportadores para enviar su fruta con garantía a otros continentes.

En el ensayo se puede ver el efecto del recubrimiento WaterWax-ULTRAMAR en la conservación de peso de los frutos, tras un mes de transporte refrigerado a 1.8°C; y en el control de los daños por frío de los frutos tras 1 y 2 meses a 1.8°C (simulación de transporte refrigerado a un país de ultramar con requerimiento cuarentenario). Resultados expresados en % de pérdidas de peso y en % de alteración por frío. Ensayo realizado de acuerdo a Normas EPPO y a buenas prácticas experimentales (“GEP Trials”).

DT Fomesa Fruitech



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

Aragón destina 212 millones a la creación y modernización de 46.000 hectáreas de regadío

Se firman dos nuevos convenios con una inversión de 35,5 millones en la Comunidad de Regantes N° V de Riegos de Bardenas y la de Regantes del Molinar del Flumen

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El Gobierno de Aragón ha comprometido en los últimos años 212 millones de euros en subvenciones para la creación y modernización de 46.000 hectáreas de regadíos, que han movilizado una inversión de 700 millones por parte de más de 7.000 regantes beneficiarios.

Ahora se suma una inversión de 35,51 millones con cargo a los fondos de recuperación en obras de modernización de regadíos en las Comunidades de Regantes de Molinar del Flumen y de los Riegos de Bardenas.

El consejero de Agricultura del Gobierno de Aragón, Joaquín Olona, firmó la semana pasada sendos convenios para actuaciones dentro de la primera fase del Plan para la mejora de la eficiencia y la sostenibilidad en regadíos, incluido en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Con los proyectos previstos en la Fase II, Aragón concentrará el 10,5% de la inversión nacional de los fondos Next Gene-



Asistentes a la firma de los convenios para los regadíos de Bardenas y Flumen. / JAVIER ORTEGA

ration destinados a modernizar regadíos sostenibles.

Olona calificó la ejecución de estos proyectos como una “excelente noticia”, fruto del acuerdo al que llegaron con el Ministerio de Agricultura, pero también con las comunidades de regantes.

El consejero de Agricultura indicó que “la demanda en modernización de regadíos siempre

supera a las disponibilidades presupuestarias y aquí lo que hicimos fue un acuerdo con las comunidades generales, que ha resultado muy eficaz para poder elegir aquellos proyectos que cumplieran las condiciones establecidas en los fondos de recuperación. Condiciones que son muy concretas y, sobre todo, elegimos obras que se pudiesen

hacer en el horizonte del 2026”. Añadió que dichos proyectos “suponen un empujón muy importante para la modernización y creación de regadíos en Aragón, una línea estratégica para el Departamento de Agricultura, desde donde se han comprometido 212 millones en subvenciones para la creación y modernización de 46.000 ha en los últimos

seis años, que han movilizado una inversión de 700 millones por parte de más de 7.000 regantes beneficiarios”.

Las actuaciones previstas en el marco del proyecto de modernización integral de la Comunidad de Regantes N° V de los Riegos de Bardenas contarán con un presupuesto de 26,5 millones, afectarán a 3.714 hectáreas y beneficiará a 247 regantes de los municipios de Ejea de los Caballeros, Biota y Sádaba, en la provincia de Zaragoza.

Actualmente esta zona regable utiliza un sistema de riego por inundación con una red de acequias muy deterioradas.

Mediante esta actuación se sustituirá este sistema por un riego presurizado a través de tuberías, con el objetivo de maximizar la superficie abastecida por presión natural.

Para ello, se construirá una balsa de regulación junto al Canal de Bardenas que abastecerá a la nueva red de riego. Además, un sistema de automatización y telecontrol permitirá digitalizar la gestión del riego de manera integral para maximizar la eficiencia hídrica y energética.

El proyecto de estación de bombeo, proyecto eléctrico y sistema de telecontrol para la eficiencia energética de la zona regable de la margen derecha del río Flumen de la Comunidad de Regantes Molinar del Flumen (Huesca), cuenta con un presupuesto de más de nueve millones, afectará a 3.643 hectáreas de los municipios de Barbués, Sangarrén, Torres de Barbués y Almuniente en la provincia de Huesca y beneficiará a 351 regantes.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicate

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 10 al 16 de enero de 2022, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	2,50
Aguacate Hass.....	1,40
Fuerte.....	3,00
Almendra.....	6,00
Avellana.....	5,00
Kaki Rojo Brillante o Persimon.....	1,42
Otras Variedades.....	1,20
Castaña.....	3,00
Chirimoya Fina de Jete.....	2,88
Coco Otras Variedades.....	0,80
Dátil Deglet Nour.....	3,46
Medjoul.....	7,00
Frambuesa Otras Variedades.....	8,00
Fresón Ventana.....	4,50
Camarosa.....	4,80
Granada Grano de Elche.....	1,26
Higo Seco.....	1,80
Kiwi Pulpa Verde.....	1,80
Kivigold.....	4,50
Otras Variedades.....	2,49
Kumquat.....	2,47
Lima Otras Variedades.....	0,46
Persian.....	2,25
Limón Fino o Primafori.....	0,36
Verna.....	0,40
Verna.....	0,40
Mandarina Otras Variedades.....	0,80
Clemenule.....	0,50
Hernandina.....	0,42
Clemenville o Nova.....	1,00
Marisol.....	0,79
Mango Tommy Atkins.....	1,60
Manzana Otras Variedades.....	2,00
Fuji.....	1,30
Golden.....	1,00
Granny Smith.....	1,14
Pink Lady.....	1,75
Reineta.....	1,52
Royal Gala.....	1,12
Starking o Similares.....	1,50
Melón Piel de Sapo.....	0,46
Membrillo Común.....	0,61
Naranja Navel.....	0,41
Navelina.....	0,40
Lane Late.....	0,64
Otras Variedades.....	0,68
Nuez.....	4,19
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	4,20
Papayón.....	2,20
Pera Conferencia.....	1,14
Otras Variedades.....	0,80
Ercolini / Moretini.....	1,80
Piña Golden Sweet.....	0,90
Pitahaya Otras Variedades.....	7,00
Plátano Americano o Banana.....	0,70
Plátano de Canarias 1ª.....	1,45
Plátano de Canarias 2ª.....	0,40
Extra.....	1,74
Macho.....	1,04
Pomelo Rojo.....	0,90
Amarillo.....	0,60
Uva Aledo.....	2,50
Blanca Otras Variedades.....	2,50
Sin Semilla Negra.....	2,30
Sin Semilla Blanca.....	2,20
Alfonso Lavalle.....	1,75
Red Globe.....	1,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas.....	0,60
Hojas Rizadas Lyon.....	0,60
Otras Variedades.....	0,61
Ajo Blanco.....	3,00
Morado.....	3,00
Tierno o Ajete.....	1,80
Alcachofa Blanca de Tudela.....	0,78
Apio Verde.....	0,50
Berenjena Morada.....	1,30
Otras Variedades.....	0,98
Boniato o Batata.....	0,88
Brocoli o Brócoli o Brocol.....	1,00

Calabacín Verde.....	1,15
Blanco.....	2,45
Otras Variedades.....	0,45
Calabaza de Invierno.....	0,40
De Verano.....	0,50
Otras Variedades.....	0,40
Cardo.....	0,80
Cebolla Babosa.....	0,40
Tierna o Cebolleta.....	2,10
Blanca Dulce Fuentes de Ebro.....	0,70
Grano de Oro o Valenciana.....	0,35
Morada.....	0,50
Chirivía.....	1,00
Col de Hojas Lisas.....	0,40
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,80
Repollo de Hojas Rizadas.....	0,40
Otras Variedades.....	1,00
Coliflor.....	0,90
Otras Variedades.....	0,98
Endivia.....	2,00
Escarola Lisa.....	1,00
Espárrago Verde o Triguero.....	3,25
Espinaca.....	0,80
Guisante.....	2,37
Tirabruque o Bisalto.....	4,08
Haba Verde o Habichuela.....	3,00
Jengibre.....	2,38
Judía Verde Fina.....	2,75
Perona.....	2,80
Otras Variedades.....	2,96
Lechuga Cogollo.....	2,10
Hoja de Roble.....	0,90
Iceberg.....	1,40
Otras Variedades.....	0,90
Romana.....	0,40
Lollo Rossi.....	1,40
Maíz o Millo.....	0,80
Nabo.....	0,70
Pepino Corto o Tipo Español.....	1,25
Otras Variedades.....	0,78
Perejil.....	0,60
Pimiento Otras Variedades.....	1,20
Rojo Lamuyo.....	1,20
Verde Italiano.....	1,50
Rojo California.....	1,30
Verde Padrón.....	3,76
Amarillo California.....	1,45
Verde Cristal.....	1,02
Puerro.....	0,90
Remolacha Común o Roja.....	0,70
Rábano y Rabanilla.....	1,20
Resto de Hortalizas.....	0,60
Seta Champiñón.....	1,70
Girgola o Chopo.....	3,77
Otras Variedades.....	3,20
Tomate Asucrado Verde Raf.....	1,07
Cherry.....	1,62
Liso Rojo / Daniela /	
Long Life / Royesta.....	0,87
Liso Rojo Pera.....	1,00
Otras Variedades.....	0,76
Liso Rojo Rama.....	1,33
Liso Verde Mazarón.....	0,98
Liso Verde Rambo.....	1,16
Muchamiel.....	0,66
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,70
Zanahoria Nantesa.....	0,40
En Rama.....	0,60
Otras Variedades.....	0,50
PATATAS	Euros/kg
Blanca Otras Variedades (Granel).....	0,50
Blanca Agria (Granel).....	0,72
Blanca Spunta (Granel).....	1,00
Roja Otras Variedades (Confecc.).....	1,60
Blanca Monalisa (Granel).....	0,57
Blanca Claustar o Primor (Confecc.).....	0,54

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 20 de enero de 2022, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	1,30
Aguacate.....	3,75
Almendra.....	7,50
Boniato o Batata.....	0,90
Avellana.....	6,50

Kaki.....	0,80
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	3,50
Cerezas.....	10,00
Cocos.....	0,60
Membrillo.....	0,90
Dátiles.....	4,00
Feijoa.....	8,00
Higo.....	1,75
Higos Chumbos.....	2,00
Frambuesa.....	8,00
Grosellas.....	10,00
Kiwis.....	2,50
Lichis.....	7,00
Lima.....	4,00
Limón.....	0,60
Fresa.....	6,00
Fresón.....	1,70
Granada.....	0,90
Mandarina Clementina.....	0,80
Satsuma.....	0,80
Otras.....	1,00
Mangos.....	4,00
Maracuyá.....	8,00
Melón Galia.....	1,00
Amarillo.....	1,40
Piel de Sapo.....	0,90
Otras.....	1,00
Moras.....	12,00
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca.....	1,20
Amarilla.....	1,20
Níspero.....	3,50
Nueces.....	3,20
Olivas.....	3,80
Papayas.....	3,00
Pera Blanquilla.....	1,00
Verano.....	0,40
Invierno.....	1,10
Temprana.....	0,90
Piña.....	1,00
Pitahaya.....	7,00
Plátanos Canario.....	1,90
Importación.....	0,70
Manzana Bicolor.....	0,70
Amarilla.....	0,75
Verde.....	1,00
Roja.....	0,70
Otras.....	1,30
Melocotón Amarillo.....	2,30
Rojo Pulpa Blanca.....	1,75
Rojo Pulpa Amarilla.....	1,30
Ciruela.....	1,20
Uva Blanca.....	2,10
Negra.....	2,50
Rambután.....	14,00
Sandía con semilla.....	1,20
Sin semilla.....	0,90
Naranja.....	0,80
Chirimoya.....	2,70
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	1,70
Redonda.....	1,10
Ajo Seco.....	2,50
Tierno.....	0,60
Apio.....	0,50
Acelgas.....	0,65
Batata.....	0,50
Borrajá.....	1,00
Brócoli.....	1,00
Brecol.....	0,60
Calçots.....	0,11
Calabaza.....	0,30
Calabacín.....	2,80
Cardo.....	0,75
Alcachofa.....	1,30
Cebolla Seca.....	0,25
Figuera.....	0,60
Tierna.....	0,80
Pepino.....	1,65
Col Repollo.....	0,70
Bruselas.....	0,85
Lombarda.....	0,75
China.....	0,70
Coliflor.....	0,90
Pomelo.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,90

Larga.....	0,50
Otras.....	0,40
Endibia.....	1,10
Escarola.....	0,60
Espárragos Blancos.....	6,50
Verdes.....	1,45
Espinaca.....	0,60
Haba.....	1,50
Hinojo.....	1,40
Perejil.....	0,50
Judía Bobi.....	1,10
Perona.....	4,00
Fina.....	3,00
Otras.....	1,50
Lima.....	0,60
Zanahoria.....	0,45
Patata Blanca.....	0,48
Temprana.....	0,50
Roja.....	0,50
Pimiento Lamuyo.....	1,60
Verde.....	1,40
Rojo.....	1,40
Guisante.....	2,00
Puerro.....	1,15
Rábano.....	0,50
Remolacha.....	0,75
Tomate Maduro.....	0,90
Verde.....	1,20
Chirivía.....	1,10
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola.....	3,50
Rovellón-Niscalo.....	10,00
Champiñón.....	1,80
Otras Setas.....	10,00
Maíz.....	0,60
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 18 al 21 de enero de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	3,40
Limonas.....	0,80
Mandarinas Clementina.....	1,00-1,20
Rojo Golden.....	0,75
Naranja Navelina.....	0,60-0,54
Pera Blanquilla.....	1,20
Piñas.....	1,20-1,15
Plátanos.....	2,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas.....	1,35
Cebollas Grano de Oro.....	0,32
Coliflor.....	0,50
Judías Verdes.....	3,70
Lechugas.....	0,54-0,50
Patatas Calidad.....	0,28
Pimientos Verdes.....	1,30-1,45
Tomate Maduro.....	0,90-0,85
Verde.....	1,30-1,40
Zanahoria.....	0,45

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 10 al 16 de enero de 2022. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	3,45
Almendras.....	8,25
Caqui Pérsimo.....	1,27
Castaña.....	3,88
Cereza Picota.....	10,03
Chirimoya.....	2,94
Ciruela.....	1,30
Coco.....	2,50
Fresa / Fresón.....	3,99
Granada.....	1,50
Kivi / Zespri.....	2,78
Limón.....	0,83
Mandarina Clementina /	
Fortuna / Nardocott.....	1,38
Clemenules.....	1,08

Clemenville.....	1,11
Hernandina.....	1,44
Mango.....	2,33
Manzanas O.V. / Pink Lady.....	2,08
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,21
Royal Gala / Cardinale.....	1,29
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,40
Granny Smith.....	1,49
Starking / R. Chief / Gloster /	
Reineta / Canadá Gris.....	1,93
Verde Doncella.....	2,75
Melón / Galia / Coca.....	1,20
Naranja O.V. / Malta / Minolta /	
Barberina.....	1,30
Navel.....	0,55
Salustiana.....	0,60
Navelina.....	0,62
Nuez.....	6,76
Papaya.....	2,46
Pera Blanquilla o Agua.....	1,23
Conferencia / Decana.....	1,27
Ercolini / Etrusca.....	1,60
Piña.....	1,02
Plátano.....	1,55
Banana.....	0,81
Pomelo / Rubi Start.....	1,18
Uva.....	3,06
Otros Frutos Secos.....	15,49
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	0,89
Ajo Seco.....	2,70
Ajo Tierno / Ajete.....	10,00
Alcachofa.....	1,20
Apio.....	1,04
Boniato / Batata.....	1,02
Berenjena.....	1,34
Brócoli / Brecol.....	1,30
Calabacín.....	1,05
Calabaza / Marrueco.....	0,72
Cardo.....	1,13
Cebolla / Chalota.....	0,49
Cebolleta.....	0,94
Champiñón.....	1,88
Col Repollo.....	0,61
Lombarda.....	0,75
Coliflor / Romanescu.....	0,76
Endivia.....	2,13
Escarola.....	0,95
Espárrago Verde.....	5,24
Espinaca.....	0,98
Guisante.....	4,20
Haba Verde.....	2,11
Judía Verde Fina (Brasileña).....	4,11
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,77
Lechuga O.V.....	0,62
Cogollo.....	1,73
Iceberg.....	1,00
Maíz.....	2,00
Nabo.....	0,81
Pepino.....	0,99
Perejil.....	1,45
Pimientos Verdes.....	1,12
Rojo (Asar).....	1,25
Puerro.....	1,03
Rábano / Rabanilla.....	1,60
Remolacha.....	1,33
Seta.....	3,49
Tagarina / Cardillo.....	2,11
Tomate O.V.....	1,13
Cherry.....	3,03
Daniela.....	0,93
Zanahoria.....	0,66
Hierbabuena.....	1,75
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana.....	0,54

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 17 al 21 de enero de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	4,00
Fuerte.....	3,78
Otras Variedades.....	5,45
Cacahuete.....	1,65
Cereza Picota.....	10,35
Chirimoya Otras Variedades.....	4,29

MERCADOS NACIONALES

Coco Otras Variedades	1,15
Dátil Deglet Nour	2,35
Fresa	8,87
Fresón Otras Variedades	11,95
Granada Otras Variedades	1,85
Guayaba Otras Variedades	1,89
Higo Chumbo	2,42
Verdal	6,00
Seco	3,45
Kaki Rojo Brillante o Persimón	1,69
Otras Variedades	1,68
Kiwi Kiwigold	4,95
Pulpa Verde	4,20
Limón Fino o Primafiori	0,89
Otras Variedades	0,89
Verna	0,89
Mandarina Clemenlate	1,07
Clemenvilla o Nova	1,10
Ortanique	1,15
Clemenule	1,10
Manga Kent	5,19
Manzanas Fuji	1,70
Golden	1,45
Royal Gala	1,75
Granny Smith	1,35
Otras Variedades	1,65
Starking o Similares	1,70
Reineta	2,05
Melocotón Merrill y Elegant Lady	1,65
Melón Piel de Sapo y Similares	1,35
Amarillo	1,30
Galia	1,05
Otras Variedades	1,90
Naranja Navel	1,25
Valencia Late	0,65
Otras Variedades	0,95
Navelina	0,81
Navel Late	0,65
Lane Late	1,15
Nectarina de Carne Blanca	2,10
Nuez	4,20
Papaya Grupo Solo y Sunrise	1,50
Papayón (2-3 kg/ud)	1,13
Pera Conferencia	1,37
Otras Variedades	1,30
Ercolini / Morettini	1,65
Piña Golden Sweet	4,95
Plátanos Canarias Primera	1,25
Canarias Segunda	1,10
Canarias Extra	1,40
Pomelo Amarillo	1,30
Rojo	1,05
Sandía Sin Semilla	1,45
Con Semilla	1,35
Uva Blanca, Otras Variedades	3,70
Red Globe, Roja	3,36
Aledo	2,50
Negra Otras Variedades	3,45
Frutas IV Gama	7,25
Resto de Frutas	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	1,45
Ajo Blanco	2,45
Morado	2,45
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	1,28
Berros	1,63
Boniato o Batata	1,26
Brócoli, Brocoli o Brócoli	1,37
Calabacín Blanco	2,49
Verde	0,55
Calabaza de Verano	0,81
De Invierno	0,83
Cardo	1,25
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,64
Morada	1,30
Recas o Similares	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna	1,45
Col China o Pekinensis	0,95
Lombarda o Repollo Rojo	0,78
Repollo Hojas Rizadas	0,97
De Bruselas	3,95
Coliflor	1,12
Escarolas Rizada o Frisée	1,04
Endivia	0,95
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Guisante	2,95
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby	4,65
Verde Otras Variedades	3,42
Verde Elda	4,95
Lechuga Otras Variedades	0,35
Romana	0,50
Maiz o Millo	1,07
Nabo	0,95
Pepino Corto o Tipo Español	0,75

Largo o Tipo Holandés	0,94
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,30
Otras Variedades	1,45
Rojo Lamuyo	1,60
Verde Italiano	1,60
Verde Padrón	3,35
Puerro	1,11
Rábano y Rabanilla	1,45
Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	2,30
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,65
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	1,34
Liso Rojo Canario	1,00
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	1,68
Jengibre	2,25
Ñame o Yame	2,20
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,55
Hortalizas V Gama	7,50
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel)	Euros/kg
Blanca, Otras Variedades	0,67
Blanca Spunta	1,27
Starking o Similares	0,95
Roja Otras Variedades	1,45

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 18 al 21 de enero de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	2,70
Limonas	0,60
Mandarinas Clementinas	1,30
Manzana Golden	1,25
Roja	1,00
Naranja Navelina	1,00
Pera Blanquilla	1,10
Piñas	1,40
Plátanos	1,65
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,60
Cebollas Grano de Oro	0,26
Coliflor	0,50
Judías Verdes	3,00
Lechugas	0,69
Patatas Calidad	0,38
Pimientos Verdes	1,45
Tomates Verdes	1,30
Zanahorias	0,50

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 18 al 21 de enero de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	2,65-2,50
Limonas	0,55-0,60
Mandarinas Clementinas	0,60-0,70
Manzana Golden	1,40
Roja	1,20-1,00
Naranja Navelina	0,40-0,37
Pera Blanquilla	1,30-1,35
Piñas	1,10
Plátanos	1,45-1,60
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,30
Cebollas Grano de Oro	0,33-0,35
Coliflor	0,60
Judías Verdes	2,20-3,15
Lechugas	0,90-0,41
Patatas Calidad	0,60
Pimientos Verdes	1,45-1,30
Tomates Verdes	1,10-1,00
Maduros	1,25-1,20
Zanahorias	0,58-0,52

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 17 al 23 de enero de 2022, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates Hass (local)	4,00
Fuerte (local)	2,50
Kakis (no local)	1,30
Cerezas (no local)	9,50
Ciruelas Moradas (no local)	3,40
Cocos (no local)	1,10
Chirimoyas (no local)	3,20
Fresones (local)	11,00
(no local)	5,80
Guanábana (local)	7,50
Limón Común (local)	1,00

Primofiori (no local)	0,95
Verna (no local)	1,00
Mandarinas Otras (no local)	1,10
Otras (local)	1,05
Clementinas (no local)	1,10
Clemenulle (no local)	1,25
Ortanique (no local)	1,40
Manzanas Otras (no local)	1,10
Golden (no local)	1,32
Royal Gala (no local)	1,40
Reineta (no local)	1,40
Red Chief (no local)	1,60
Fuji (no local)	1,30
Melones Piel de Sapo (no local)	1,65
Naranja Zumos Pequeña (local)	0,65
Extra Grande (local)	0,80
Navelinas (no local)	0,50
Navel (no local)	0,55
Peras Conferencia (no local)	1,50
Devoe (no local)	1,20
Otras (no local)	2,25
Lima (local)	2,20
Piña Tropical (local)	3,50
Plátanos Extra (local)	1,10
Primera (local)	0,65
Segunda (local)	0,50
Pomelos (no local)	0,95
(local)	0,80
Uva Otras Negra (no local)	1,65
Red Globe (no local)	1,80
Aledo (no local)	1,55
Papaya Hawaiana (local)	1,00
Cubana (local)	0,60
Híbrida (local)	0,90
Guayabos (local)	2,20
Mangos (local)	4,50
Mangas (local)	4,00
(no local)	5,00
Kiwi (no local)	2,80
(local)	1,70
Frambuesas (no local)	12,00
Kiwano (local)	1,50
Higos Picos (local)	2,00
Parchita (local)	4,00
Moras (no local)	14,00
Arándanos (no local)	12,00
Carambola (local)	2,80
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelgas (local)	0,90
Ajos (no local)	2,65
Albahaca (local)	7,50
Apio (local)	2,00
(no local)	1,20
Berenjenas Moradas (local)	1,40
Moradas (no local)	1,20
Bubangos (local)	2,80
Calabacines (local)	2,00
(no local)	1,80
Redondos (local)	2,20
Zucchini (local)	2,00
Zucchini (no local)	1,90
Calabazas (local)	0,80
(no local)	0,75
Cebollas Cebolletas (local)	3,00
Cebolletas (no local)	2,20
Blancas (no local)	0,58
Blancas (local)	1,20
Moradas (no local)	1,20
Moradas (local)	1,00
Cebollino (local)	10,00
Coles Repollo (local)	1,10
Repollo (no local)	1,00
Lombarda (local)	1,80
Lombarda (no local)	1,60
Coliflor (local)	1,20
Champiñón (no local)	2,00
Escarolas (local)	0,70
Espárragos Trigueros (no local)	5,40
Espinacas (local)	2,50
Habas Verdes (local)	2,20
Habichuelas Redondas Bobby (local)	4,80
Redondas Bobby (no local)	4,00
Coco Planas (local)	4,00
Lechugas Batavia (local)	2,20
Romanas Alargadas (local)	1,80
Iceberg (local)	2,00
Iceberg (no local)	2,00
Cogollos de Tudela (local)	6,00
Hoja de Roble (local)	2,70
Lollo Rosso (local)	1,65
Nabos (local)	2,00
Colinabos (local)	1,80
Pepinos (local)	1,90
(no local)	1,70
Perejil (local)	2,60
Pimientos Verdes (local)	1,30
Verdes (no local)	1,10
Rojo (local)	1,50
Rojo (no local)	1,40
Padrón (local)	5,00
Amarillo (local)	1,50

Ailimpo. Coyuntura mercado de limón y pomelo

Resumen informativo de la coyuntura de mercado del limón y pomelo en España facilitada por Ailimpo-Consejería de Agricultura de Murcia, durante el periodo comprendido del 10 al 16 de enero de 2022. Precios origen. Semana 02/2022.

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

LIMÓN€

Limón Fino (Alicante): 0,15-0,22 €/Kg

Limón Fino Todo Limón (Murcia): 0,17-0,22 €/Kg

Sigue el compás de espera en el mes de enero hasta conocer las esperadas señales de activación de la demanda. En origen cotizaciones en función del porcentaje de fruta aprovechable comercialmente. La climatología cambiante y anómala tiene como consecuencia la aparición de focos de plagas persistentes para los que los productores cada vez tienen menos herramientas de lucha ya que la UE ha prohibido en los últimos años 7 materias activas (insecticidas, acaricidas...). Como consecuencia, los porcentajes de destrío van al alza en los últimos años, afectando al agricultor su cuenta de explotación. Urge en este asunto una concienciación y una actuación de apoyo de las Consejerías de Agricultura implantando planes de prospección y detección precoz de plagas, y apoyando económicamente a los productores para la realización de tratamientos alternativos eficaces.

POMELO

El mercado del pomelo sigue la tónica tranquila del mes de enero con oferta basada en la fruta del mediterráneo con limitados volúmenes de Florida.

Puerros (local)	1,20
(no local)	1,10
Rabanillas (local)	1,00
Rábanos (local)	2,00
Romero (local)	15,00
Rúcula (local)	4,80
Setas (no local)	5,00
Tomates Pera (local)	1,30
Salsa (local)	1,00
Salsa (no local)	0,80
Ensalada (local)	1,30
Ensalada (no local)	1,40
Cherry (local)	2,00
Cherry (no local)	2,00
Tamarillo (local)	1,50
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (no local)	0,70
Segunda (local)	1,30
Primera (local)	2,20
Batatas Otras (local)	1,20
Yema Huevo (local)	1,20
Lanzarote (no local)	1,30
Blancas (local)	1,00
Pimientos Otras (local)	3,50
Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	6,00
Berros (local)	1,80
Beterrada (local)	1,50
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	2,40
Piña Millo Dulce (local)	2,40
(no local)	3,00
Ñames (local)	5,50
Yuca (no local)	2,55
Pantanas (local)	1,50
Piña de Millo (local)	3,60
(no local)	2,70
Brecol (local)	2,20
Hierba Huerto (local)	4,50
PATATAS	Euros/kg
Patatas	
Otras Blancas (local)	0,90
Up To Date (local)	1,60
King Edward (no local)	0,70
King Edward (local)	1,30
Cara (local)	1,20
Rosada (local)	1,60
Bonita (local)	4,50
Negra (local)	5,50
Negra Oro (local)	5,50
Slaney (local)	1,40
Red-Cara / Druid (local)	1,20
Colorada Baga (local)	5,00
Galáctica (local)	1,30
Rooster (local)	1,60

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 18 al 21 de enero de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	2,50-2,25
Limonas	0,75
Mandarinas Clementina	0,90
Manzana Golden	0,60
Roja	0,70
Naranja Navelina	0,80

Pera Blanquilla	1,25-1,00
Piñas	1,00-0,90
Plátanos	1,60-1,80
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,25
Cebollas Grano de Oro	0,25
Coliflor	0,55-0,65
Judías Verdes	6,00-5,00
Lechugas	0,40
Patatas Calidad	0,36
Pimientos Verdes	1,20-1,00
Tomates Verdes	0,80-0,90
Maduros	0,40
Zanahorias	0,45

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 21 de enero de 2022, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

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

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 20 de enero de 2022. Información de EFEEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª	S/C
Rama campo 2ª	S/C
AVENA	
Avena	
Blanca	245,00
Rubia	252,00

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 2, del 11 al 17 de enero de 2022, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS (Kg/árbol) (Cotización más frecuente)	Euros/Kg	Zona
CLEMENTINAS		
Clemenules	0,20-0,25	Alicante
Clemenules	0,25-0,34	L. Valencia
Hernandina	0,25-0,40	Alicante
Hernandina	0,32-0,40	Castellón
Hernandina	0,32-0,36	L. Valencia
OTRAS MANDARINAS		
Clemenvilla	0,20-0,35	Alicante
Clemenvilla	0,29-0,42	Castellón
Clemenvilla	0,25-0,38	Valencia
Clemenvilla	0,28-0,42	L. Valencia
Nardocott	0,59-0,75	Alicante
Nardocott	0,53-0,65	Castellón
Nardocott	0,59-0,68	Valencia
Nardocott	0,54-0,68	L. Valencia
Orri	0,97-1,06	Valencia
Orri	0,99-1,17	L. Valencia
Ortanique	0,24	Alicante
Ortanique	0,19-0,23	Valencia
Ortanique	0,21-0,28	L. Valencia
Tango	0,60-0,74	Alicante
Tango	0,60-0,75	Castellón
Tango	0,59-0,68	Valencia
Tango	0,54-0,68	L. Valencia
NARANJAS		
Sanguinelli	0,42-0,47	Castellón
Sanguinelli	0,25-0,34	Valencia
Sanguinelli	0,25-0,32	L. Valencia
Navelina	0,06-0,15	Alicante
Navelina	0,06-0,13	L. Valencia
Navel Lane Late	0,24-0,25	Alicante

Navel Lane Late	0,16-0,21	Valencia
Navel Lane Late	0,15-0,21	L. Valencia
NARANJAS BLANCAS		
Salustiana	0,19	Alicante
Salustiana	0,17	Castellón
Salustiana	0,15-0,19	Valencia
Salustiana	0,15-0,19	L. Valencia
LIMÓN		
Fino	0,15-0,22	Alicante
POMELO		
Rojo	0,18-0,25	Alicante
FRUTAS		
Euros/Kg Zona		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Granada Mollar	0,47-0,52	Alicante
Manzana Starking	0,45	Alicante
Fuji	0,71	Alicante
HORTALIZAS		
Euros/Kg Zona		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,40-0,45	Alicante
Alcachofa		
Consumo Fresco	0,34-1,08	Alicante
Consumo Fresco	0,60-1,40	Castellón
Consumo Fresco	0,53-1,14	Valencia
Industria Corazones	0,30-0,80	Alicante
Industria Troceado	0,22-0,30	Alicante
Industria Troceado	0,53	Castellón
Industria Peroles	0,13-0,19	Alicante
Apio Verde	0,23-0,34	Alicante
Verde	0,25-0,35	Castellón
Ajo Tierno	1,80-2,00	Alicante
Berenjena Rallada	0,57-0,86	Alicante
Brócoli	0,25-0,40	Alicante
	0,38	Castellón
Industria	0,12-0,18	Alicante

Boniato Rojo	0,24-0,40	Alicante
Blanco	0,72-0,86	Alicante
Calabacín	1,30-1,61	Alicante
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,18-0,30	Alicante
Tipo Cacahuete	0,23-0,55	Castellón
Tipo Cacahuete	0,35-0,53	Valencia
Redonda	0,55-0,64	Castellón
Redonda	0,44-0,62	Valencia
Cebolla tierna (manejo)	0,53-0,56	Alicante
	0,44-0,62	Valencia
Col		
China	0,35-0,45	Castellón
Lombarda	0,25-0,30	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,19-0,36	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,30	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,40-0,49	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,19-0,36	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,25-0,58	Castellón
Coliflor		
Blanca	0,20-0,37	Alicante
Blanca	0,35-0,47	Castellón
Blanca	0,54-0,85	Valencia
Escarola Hoja Rizada	0,31-0,40	Alicante
Hoja Rizada	0,25-0,66	Castellón
Hoja Rizada	0,47-0,53	Valencia
Hoja Amplia Lisa	0,29	Alicante
Espinaca	1,38	Alicante
Haba Muchamiel	1,16-1,61	Alicante
Muchamiel	1,06-1,40	Castellón
Lechuga		
Maravilla	0,25-0,57	Castellón
Romana	0,20-0,31	Alicante
Romana	0,20-0,35	Castellón

Romana	0,24-0,26	Valencia
Trocadero	0,46	Alicante
Trocadero	0,25-0,64	Castellón
Little Gem	0,18-0,24	Alicante
Iceberg	0,33-0,43	Alicante
Miniromana	0,40	Alicante
Patata Blanca	0,31-0,52	Alicante
Blanca	0,65	Castellón
Pepino Blanco	0,86-1,03	Alicante
Tomate		
Acostillado	0,69-1,29	Alicante
Raff	1,06-1,10	Castellón
Redonda Lisa	0,70	Castellón
Daniela	0,65-0,73	Alicante
Daniela	0,75	Castellón
Zanahoria	0,16-0,17	Alicante
FRUTOS SECOS		
Euros/Kg Zona		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	3,61-3,71	Alicante
Comuna	3,35-3,60	Castellón
Largueta	5,26-5,36	Alicante
Marcona	7,26-7,36	Alicante
Marcona	7,10-7,40	Castellón
Planeta	3,60-3,71	Alicante
INDUSTRIALES		
Euros/Kg Zona		
<i>(Entrada almacén. Cotización más frecuente)</i>		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	2,60-3,00	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	3,15-3,20	Castellón
Oliva Virgen Extra	3,35-3,40	Castellón
Garrafa Entera	2,00-2,50	Castellón
Miel De Mielflores	3,20-3,40	Castellón

CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl	264,00
Pienso +62 kg/hl	269,00
CENTENO	
Centeno	249,00
GIRASOL	
Pipa Alto Oléico	S/C
Pipa de Girasol	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	272,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	467,00
Duro Proté=12%	462,00
Extensible Chamorro	289,00
Forrajero	272,00
Gran Fuerza w 300	316,00
Media Fuerza w -300	305,00
Panificable	277,00
Triticales	263,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	301,00
Yero Grano	258,00

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 18 de enero 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	185,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	288,00
CENTENO	
Centeno	273,00
COLZA	
Importación 34/36%	382,00
GARROFA	
Harina	180,00
Troceada	190,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	282,00
GIRASOL	
Importación 34%	324,00
Semillas de Girasol	610,00
Torta de Girasol	S/C
Importación 28/3	285,00
MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación	334,00
Importación	272,00
Importación CE	278,00
MIJO	
Importación	470,00
SOJA	
Harina Soja Import. 47%	468,00
Harina Soja Nacional 47%	467,00
Aceite Crudo de Soja	1.270,00
Salvados de Soja	250,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	270,00
Forrajero	290,00

Panificable, mín. 11	304,00
Triticales	288,00
FRUTOS SECOS	
Euros/Tm	
ALMENDRAS	
Común 14 mm	5.800,00
Largueta 12/13 mm	6.200,00
Largueta 13/14 mm	6.500,00
Marcona 14/16 mm	12.000,00
Marcona 16 mm	12.200,00
AVELLANA	
Negreta en grano	6.900,00
PIÑÓN	
Castilla	65.000,00
Cataluña	64.500,00
LEGUMBRES	
Euros/Tm	
GUISANTE	
Forrajero	S/C
Forrajero	S/C
Importación	S/C
ACEITE	
Palmiste	
Importación	230,00
Crudo de Palma	1.300,00

Lonja de Binefar

Información de precios orientativos de los cereales, acordados como más representativos, referidos al 19 de enero de 2022. Sobre camión con destino fábrica, posición Binefar.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz	274,00
Cebada 64 k/hl	283,00
Trigo Pienso	293,00
Panificable	310,00
ALFALFA	
Euros/Tm	
Rama 1ª - A	133,00-138,00
Rama 2ª	124,00-129,00
Rama 3ª	100,00-105,00
<i>Precio medio s/camión, salida fábrica de zona.</i>	

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 20 de enero de 2022. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	534,00
Grupo 2	529,00
Grupo 3	526,00
Grupo 4	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	309,00
Grupo 4	297,00
Grupo 5	297,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale	S/O
Cebada	S/O
Avena	S/O
Maíz	269,00
Sorgo	S/C
Habas	S/O

Colza	S/C
Guisantes	S/O
Girasol Alto Oleico	S/O
Girasol	S/O

Nota: escasas operaciones. Próxima sesión 3 de febrero de 2022.

Mesa de almendras de la Lonja de Contratación de Productos Agrarios de Córdoba. Cotización para partidas de grano de almendra en cáscara, situado sobre el almacén partidador. Acta de la sesión del 20 de enero 2022. Precios orientativos agricultor en destino.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Belona	5,40
Soleta	3,68
Floración Tardía Monovarietal	3,68
Guara	3,75
Antoñeta	S/C
Constantí	S/C
Comuna Tradicional (máx. 0,2)	3,55
Ecológica	S/C

Próxima sesión el 3 de febrero de 2022.

Mesa de Cítricos de la Lonja de Contratación de Productos Agrarios de Córdoba. Cotización para partidas de grano de almendra en cáscara, situado sobre el almacén partidador. Acta de la sesión del 18 de enero 2022. Precios orientativos agricultor en destino.

CÍTRICOS	Euros/Kg
Naranja Navelina Calidad 1ª	S/C
Naranja Navelina Calidad 2ª	0,10-0,13
Naranja Salustiana Calidad 1ª	0,15-0,18
Naranja Salustiana Calidad 2ª	S/C
Naranja Lane Late Calidad 1ª	0,22-0,24
Mandarina Híbrida Tango	0,65-0,75
Naranja Industria Grupo Navel	0,13-0,14
Naranja Industria Grupo Blanca	0,13-0,14
<i>Nota: Los precios son orientativos, en árbol, origen cordoba. Sin IVA incluido para la naranja de industria los precios son sobre camión segunda sesión de la campaña.</i>	
El mercado continua con escasa actividad. Se mantiene en los mismos niveles la navelina calidad 2a y baja ligeramente la salustiana calidad 1a. Se cotiza por primera vez la variedad lane late y la mandarina hibrida tango. Ligera subida de las cotizaciones para industria en ambas variedades. La parte superior de la horquilla de calidad 1a se corresponde con calibres altos y extras. La proxima sesión se celebrara el 25 de enero de 2022.	
<i>Próxima sesión el 25 de enero de 2021.</i>	

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 19 de enero de 2022, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	278,00
Cebada	268,00
Triticale	268,00
Centeno	262,00
Avena	268,00
Maíz	277,00

ALUBIAS	Euros/Kg
Canela	1,35
Negra	3,20
Palmeña	
Redonda	1,70
Planchada	1,35
Plancheta	1,65
Pinta	1,00
Riñón de León	1,20
Redonda	1,20
PATATAS	
Euros/Kg	
Agria	190,00
Jaerla	S/C
Kennevec	170,00
Red Pontiac	180,00
Red Scarlett	160,00
Hermes	170,00
Yona	160,00
FORRAJES (12/01)	
Euros/Kg	
Alfafa Paquete Rama	186,00
Paquete Deshidratado	245,00
Paja 1ª (Cebada)	33,00
Veza Forraje de 1ª	140,00
Forraje	110,00

Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del 20 de enero de 2022. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidador, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamuria.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona	7,34
Largueta	5,36
Comuna	3,57
Ferragnes	4,24
Garrigues	4,69
Guara	3,69
Ramillete	4,67
Comuna Ecológica	8,13

Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 17 de enero de 2022, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS GRANO	
Guara	3,50
Comuna Ecológica	7,90
Pelona	2,65
Común	3,35
Largueta	5,00
Mallorca	3,25
Marcona	7,00
Mollar	3,25
AVELLANAS	
San Giovanni,	
libra	1,75
Tonda, libra	1,80
Corriente, libra	1,80

MERCADOS NACIONALES

Avena	
Importación.....	330,00
Nacional.....	S/O
Cebada,	
Igual y más de 64	S/O
Menos de 64.....	S/O
Importación Origen Puerto.....	305,00
Maíz	
Importación origen Puerto	275,00
Nacional.....	280,00
Habas	
Nacional.....	S/O
Importación.....	358,00
Guisantes	
Nacional.....	S/O
Importación.....	363,00
Girasol	
Alto oleico +80%	635,00
Convencional	610,00
Colza.....	S/O
Próxima sesión 25 de enero de 2022.	

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 17 de enero de 2022. Campaña 2021-2022.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	0,07-0,14
Navel.....	0,11-0,21
Navel Lane Late	0,16-0,23
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett.....	Sin Operaciones
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	Sin Operaciones
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	0,16-0,21
Barberina y Mid-night	
Sin Operaciones	
Valencia Late.....	Sin Operaciones
GRUPO MANDARINAS Euros/Kg	
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki.....	Sin Operaciones
Okitsu	Sin Operaciones
Owari.....	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubi, Orogrós	
y Basol	Sin existencias
Orunules	Sin existencias
Marisol.....	Sin existencias
Mioro.....	Sin existencias
Arrufatina.....	Sin existencias
Clemenules	
Orogrande.....	0,25-0,37
Hernandina	0,35-0,40
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	0,30-0,47
Tango.....	0,60-0,75
Nardocott.....	0,60-0,75
Ortanique.....	0,23-0,30
Ori.....	1,10-1,30
Nota: Leve ascenso en las compras y en la recolección.	
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 20 de enero de 2022.	
ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible Valencia	Sin Operaciones
J. Sendra,	
disp. Valencia	Sin Operaciones
Monsianell,	
disp. Valencia	Sin Operaciones
Fonsa,	
disp. Valencia	Sin Operaciones
Guadamar,	
disp. Valencia	S/C
Furia,	
disp. Valencia	S/C
Gladío y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/C
Sirio,	
disp. Valencia	S/C
Puntal	S/C
Bomba,	
disp. Valencia	744,00
Precios según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado,	
disponible Valencia	730,00-750,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disponible Valencia	740,00-760,00
Guadamar Extra,	
disponible Valencia	740,00-760,00
Largo Índica,	
disponible Valencia	720,00-740,00
Precios por tonelada a granel.	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	

Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 10 al 16 de enero de 2022.

CEREALES

■ **De invierno:** La nascencia de los cereales presenta, según las provincias y las distintas zonas, cierta disparidad en función de la fecha de siembra y de las precipitaciones recibidas. En **Sevilla**, principal zona productora de cereales de invierno de nuestra Comunidad, la desigual germinación que presentaban las parcelas debido a la falta de humedad se corrigió y las temperaturas suaves que se produjeron tras las lluvias contribuyeron a emparejar las sementeras. En esta provincia todo parece indicar que la superficie finalmente sembrada está en la línea de las campañas anteriores. El estado fenológico varía en nuestra Comunidad, actualmente se ven parcelas en estado de nascencia y otras próximas al inicio del ahijado. Aunque con variaciones según las distintas provincias, debido a la sequía del otoño muchas siembras no se abonaron de fondo y ahora se pueden ver muchas parcelas amarilleando el cultivo. Esta situación se corregirá previsiblemente abonando en cobertera.

LEGUMINOSAS

Almería: En la **veza** y los **yeros** el estado fenológico más avanzado es el BBCH 15 (5 hojas desplegadas). **Córdoba:** La situación de las **habas** y los **guisantes** es también muy desigual en función de la fecha de siembra, aunque predomina el estado de germinación y desarrollo de las primeras hojas en las **habas** y el de germinación en los **guisantes**. **Granada:** Las **vezas** se encuentran nacidas en las zonas más frías y con las primeras hojitas en las zonas más templadas. Los **guisantes** se encuentran en fase de nascencia, emergiendo los primeros. **Huelva:** Las **habas** tempranas ya se muestran nacidas y con una altura media de unos 15-25 cm y en desarrollo de los primeros pares de hojas y crecimiento del tallo. **Jaén:** El estado fenológico de las **habas** es de desarrollo de las primeras hojas para las parcelas más adelantadas con fallos en la siembra. Los **guisantes** están recién sembrados y aún están por nacer. Las **vezas** se encuentran en fase de nascencia. **Sevilla:** Las mezclas de **cultivos forrajeros** y las **habas** se ven desplegando las primeras hojas, los **guisantes** se encuentran en germinación.

CULTIVOS INDUSTRIALES

El estado fenológico del cultivo de la **colza** oscila entre parcelas emergiendo y otras en fase de desarrollo de las hojas llegando a iniciarse el desarrollo del tallo.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos: Almería:** En los invernaderos del **Poniente**, los **tomates** de ciclo largo se están recolectando con buenas producciones, tanto **tomate ramo** como **pera**. Las plantaciones nuevas de ciclo corto continúan con su desarrollo vegetativo normal. Continúa la recolección de todos los tipos de **pimientos**, los invernaderos que plantaron en mayo-junio arrancarán el cultivo para plantar cultivos de primavera. Las plantaciones de **berenjenas** de ciclo largo continúan con la recolección, pero con menores rendimientos, que han bajado por la parada vegetativa debida a las bajas temperaturas nocturnas. Muchas plantaciones de **pepinos** están terminando de recolectarse, algunos arrancaron por los bajos precios de finales de año para poner otro **pepino** o un cultivo de primavera. Los que han podido aguantar el **pepino** en la mata están cosechando con muy buenos precios. En la zona de **Balanegra** se observan **pepinos** del tipo **Almería** terminando la caña, llegando al alambre y entutorando. Las temperaturas han subido y se observa un aumento de kilos. La climatología en este aspecto está siendo favorable, pocas lluvias y temperaturas en ascenso. Las variedades de invierno de **calabacines** están en plena producción con un rendimiento moderado por las bajas temperaturas. La recolección de las variedades más tempranas están finalizadas con producciones de 4-5 kg/m²; siguen las que se plantaron más tardíamente en los meses de septiembre y octubre. En la comarca de **Níjar**, están concluyendo los ciclos cortos de **tomates**. En general se aprecian buenos cuajados y buena maduración de los frutos, si bien se espera que con los fríos actuales se dificulte el desarrollo. Hasta ahora la producción en las fincas se ha visto beneficiada por las temperaturas suaves y se recolectan **tomates Liso, Pera, Raf, Kumatos, Rosa, Rama y Cherrys** en sus diferentes tipos y colores. Los **pimientos** ecológicos han sobrepasado ya el ecuador de su producción, yendo a menos. Está acabando el ciclo de las plantaciones de **calabacines** existentes, por lo que hay menos producción. Se pondrán nuevos **calabacines** o **sandías** en sustitución. Se han arrancado casi todas las plantaciones de **pepinos**. Las **sandías** que ya se han trasplantado siguen bajo el tunelillo o manta térmica, y se siguen plantando más. En estas primeras fases no hay prácticamente problemas fitosanitarios preocupantes. Al igual que en **sandía**, han comenzado los primeros trasplantes de **melones**. **Cádiz:** En la comarca **Costa Noroeste** se observan parcelas con las matas de **pimiento italiano** a una altura de unos 50 cm, con el entutorado y las guías y el tallo en crecimiento. Las plantas de tapines blancos se encuentran en crecimiento con los primeros frutos en fase de engorde. Los primeros **melones Galia** se están plantando estos días con una distancia de 0,4 m entre calles y 2,5 plantas en un metro lineal. Se les aplica abonado de fondo y enraizante, y están protegidos con mantas térmicas. **Granada:** En la comarca de la **Costa** se están recolectando **tomates Cherry** de los tipos **Chocolate, Pera naranja, Pera y Redondo rojo**. De este último son la mayoría de las salidas en esta semana. En invernaderos de la zona de **Motril y Salobreña** se están sacando plantas y limpiando restos de cosecha, se sacan de los invernaderos **pepino tipo Holandés** y del tipo **Katrina**. El volumen de producción es muy alto y las cotizaciones se están manteniendo aceptables. Se cosechan **pimientos** del tipo **picante Jalapeño verde, Sweetbite amarillo, rojo y naranja, pimientos Chili** y del tipo **Padrón**. Hasta el momento las producciones están siendo muy cortas. Se recogen algunas **judías verdes del tipo Perona y Perona roja** pero con escasas producciones. **Huelva:** En las plantaciones de **fresa**, se recogen ya variedades extratempranas, como la **San Andreas y Fortuna** en cada vez más sitios distintos de la **Costa** y el **Condado Campiña** y también en más cantidades. Se espera la llegada de personal de **Marruecos**, principalmente para trabajar en la recogida y que palle la falta de mano de obra en la zona. En las plantaciones de **frambuesa**, se observan altos niveles de humedad ambiental en los invernaderos que favorecen la aparición de enfermedades fúngicas. El cultivo del **arándano** se encuentra en fase "Engorde de Fruto/Recolección" en aquellas variedades más tempranas como la **Camelia**. Se produce la recolección de la **mora** de invierno en fincas de las comarcas **Condado Campiña** y **Condado Litoral**. La variedad **Lochness** es una de las más importantes y se encuentra ahora en producción. Las cotizaciones están siendo buenas en estos momentos de campaña. ■ **Al aire libre: Almería:** En el **Bajo Almanzora** se está recolectando **achicoria**, habiendo parcelas en desarrollo y otras en plantación. Se estiman en la provincia más de 200 hectáreas en la zona de **Pulpí, Cuevas de Almanzora y Huércal-Overa**. En la **Vega del Río Andarax** se observan algunas parcelas de **perejil** plantadas en los meses de octubre y noviembre. La densidad de plantas es de 4/m². La recolección ha comenzado en el mes de enero y sigue en producción hasta mayo. La producción suele ser de 8 manojos de 100 gramos por m² cada quince días, con 90 días de producción efectiva. El rendimiento oscila entre los 44-48.000 kg/ha. El precio medio en el año 2021 ha sido de 0,80-1,00 €/kg. En el **Alto Almanzora**, el **brócoli**, por su cultivo escalonado, se encuentra repartido en todos sus estados fenológicos. **Cádiz:** En la comarca **Costa Noroeste** se observan parcelas de **cebollas** tempranas con un estado fenológico de desarrollo de las primeras hojas y una altura de 10-15 cm. En la comarca de la **Costa Noroeste**, zona **Sanlúcar de Barrameda**, se observan parcelas de **zanahoria** en desarrollo de las partes vegetales cosechables y una raíz muy fina con otras en fase de desarrollo de las primeras hojitas. **Córdoba:** Los **ajos** y **cebollas** tempranos se encuentran en fase de desarrollo de hojas y los tardíos en plena fase de siembra y nascencia con la incertidumbre de las precipitaciones y de la disponibilidad de agua de riego para favorecer su desarrollo. **Granada:** En la zona de **Zafarraya** la actividad ha bajado mucho en estos meses debido a las bajas temperaturas de la zona. No obstante se observan parcelas de **coliflores** de variedades resistentes al frío. Las **alcachofas** están recién nacidas, en fase de desarrollo de brotes y pocas en producción. En la comarca de **La Vega** se han desbrozado las matas de **espárragos** después de aplicar abonos. Se cosechan parcelas de **Romanesco** y se plantan parcelas de **coles**, con otras en estado de desarrollo de hojas. En la comarca de **La Costa** las **espinacas** se riegan por aspersión y se encuentran con manta térmica debido a la bajada de temperaturas. **Málaga:** Los **ajos chinos** se encuentran en estado fenológico de desarrollo de hojas. Los **morados** presentan las dos primeras hojas verdaderas. Las **cebollas** tempranas se encuentran en estado fenológico de desarrollo de la 1ª y 2ª hoja verdaderas. Hay parcelas más adelantadas con 3-4 hojas. Comenzó la siembra en los meses de octubre y noviembre con una dosis de 510.000-520.000 plantas/ha. No aparecen enfermedades ni plagas reseñables hasta el

momento. **Sevilla:** Primeras hojas en las parcelas de **ajos** y **cebollas** tempranas. Se produce el desarrollo de las partes vegetales cosechables y recolección de **alcachofas, brócolis y coliflores**. Desarrollo de hojas de la **espinaca** para industria en la **Marisma**. Desarrollo de la raíz de las **zanahorias** para industria. Preparación del terreno y colocación del plástico negro para la siembra de las **sandías** tempranas.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos: Almería:** En las parcelas de **almendros** del **Campo de Tabernas**, las variedades más tempranas están con ápices foliares verdes y las yemas florales se aprecian en varios estados: yema hinchada, aparece el cáliz, aparece la corola y se ven los estambres, así como bastantes flores. En las variedades tardías aún quedan hojas en los árboles y las yemas están en yema hinchada. En el **Alto Andarax**, comienzan a aparecer algunas flores en los **almendros**. **Málaga:** El estado fenológico de los **algarrobos** es de yema dormida, parada vegetativa. Este año los rendimientos en las zonas productoras ha sido un 30% inferior a la media normal de cultivo. ■ **Frutales de hueso y pepita: Córdoba:** Los frutales se encuentran en parada vegetativa, en fase A "yema dormida" y en los más precoces ha comenzado el engrosamiento de las yemas. Se están terminado las labores de poda y se aplican tratamientos fungicidas. **Sevilla:** Se inicia el engrosamiento de las yemas en muchas parcelas de **frutales de hueso** e incluso pueden verse las primeras flores en las parcelas más adelantadas de **melocotoneros y nectarinos**. ■ **Frutales subtropicales: Granada:** En la zona de **Almuñécar y Salobreña** se observan fincas de **chirimoya** con frutos en los árboles, pero dañados por las heladas y que se perderán. Los que están en crecimiento de cara a la primavera habrá que ver si no se han dañado también. Hay recogidas muchas parcelas de **aguacates** de la variedad **Hass**. Los árboles han sufrido quemaduras provocadas por las bajas temperaturas. La campaña del **mango** ha finalizado en la comarca de **La Costa** quedando pocas parcelas por recolectar. En la comarca de **La Costa**, se observan fincas de **nísperos** que ya están finalizando la floración junto con otras más adelantadas que están en fase de cuaje. Presenta cierto retraso el cultivo. **Málaga:** La recolección de **aguacate Hass** sigue en las zonas de **Vélez-Málaga, Estepona** y otros municipios de la comarca **Centro**. Hay muchas zonas ya recogidas y las cotizaciones se mantienen estables, aunque inferiores al año anterior. Los calibres son medianos y la fruta es de calidad. La falta de recursos hídricos es evidente y parece que va a empeorar como no llueva estas semanas. Con el fin de la campaña de los **mangos** se realizan trabajos de poda. Observamos en las parcelas más adelantadas la brotación de nuevas hojas. Al igual que el **aguacate** se encuentra muy condicionado por la falta de riego y por las reservas hídricas del terreno. Las plantaciones de **chirimoyas** son un cultivo en retroceso en la provincia de **Málaga**, sustituyendo las plantaciones por **aguacates y mangos**, más si caben los primeros. No obstante, hay parcelas en los municipios cercanos a **Granada** en la costa. Los frutos que se recogerán en primavera están en fase de crecimiento. En la comarca granadina de **Vélez-Málaga**, las plantaciones más tempranas de **nísperos** se encuentran con los frutos en crecimiento y finalizando la floración en las parcelas más tardías con caída de las flores que no han sido fecundadas.

CÍTRICOS

Almería: En el **Bajo Almanzora** se recogen las últimas parcelas de **naranjas Navelinas**. Se inició la campaña de **Salustianas** y de **navel Fukumotos**, con cotizaciones muy a la baja. Hay solape de variedades motivadas por la aparición de grandes cantidades de fruta de terceros países a comienzos de la campaña. En el **Alto Almanzora** está finalizando la recolección de **naranjas del grupo navel**. Está finalizando la recolección de **limón Fino**, que se está desarrollando con buenos rendimientos y bajos precios. En cuanto al **limón Verna**, los frutos están alcanzando el tamaño definitivo. **Córdoba:** Continúa la recolección de las **naranjas Navelinas, Salustianas** y de las **Washington y Thompson Navel**. La recolección de **Navelina** va muy retrasada y se está solapando con la campaña de las **Salustianas**, las dos variedades que mayor superficie ocupan en la provincia, ambas con rendimientos altos, pero con cotizaciones bajas. En resumen, la comercialización se está complicando y el sector se muestra intranquilo ya que el porcentaje de fruta en árbol sin recolectar es superior que el de otras campañas y los precios están muy por debajo de los registrados para estas fechas en campañas precedentes. **Huelva:** Semana con un buen impulso a la recolección movido por el aumento en la demanda. La salida de la naranja Salustiana sigue a ritmo lento, así como en las **mandarinas Navel Foyos o Fukumoto**. Los rendimientos son medio/bajos. Se recolectan también **mandarinas Clemenules y Clemenvilles/Novas**. También **Afourer Nadorcott**. **Málaga:** Campaña de **limón fino** muy avanzada y con unas bajadas de precios muy acusadas. Están finalizando las parcelas de las **naranjas Navelinas** con producciones inferiores al año pasado. Han comenzado la recolección de las **Navel W**, y T. así como **Fukumotos** y alguna parcela de **Navel Foyos**. Las **Salustianas** se recogen con normalidad. Las **mandarinas Clemenules y Clemenvilles** se recogen en la comarca **Centro** con mucha producción menuda y rendimientos de 20-25 tn/ha para las **Nules**. **Sevilla:** Está finalizando la campaña de las variedades tempranas e iniciando las variedades de media estación con resultados de económicos para el agricultor significativamente inferiores a las campañas pasadas.

OLIVAR

■ **De almazara:** Conforme a los datos de la Agencia de información y control alimentarios (AICA), las almazaras andaluzas han declarado una producción de 628.181 t de **aceite de oliva** en el periodo octubre-diciembre de 2021. En el último mes de diciembre, se han producido 394.150 t de aceite en **Andalucía**, el 46% en la provincia de **Jaén**. **Almería:** La campaña del molino está muy avanzada con parcelas ya finalizadas y realizando trabajos de poda. **Cádiz:** En la comarca de la **Campiña de Cádiz** se observan garrotes nuevos de la variedad **Arbequina**, marco 4x3m en la zona de **Trebujena**, con 5-6 años. Se aplican pases de labor para eliminar hierbas. No se han talado. El terreno está muy seco, cuarteado en algunas zonas. **Córdoba:** El estado fenológico dominante del **olivar de almazara** es el de fruto maduro con pulpa roja. La campaña de recolección de la **aceituna** de molino se encuentra a más de la mitad, adelantada unas cuantas semanas en relación a otros años y con rendimientos grasos medios tres puntos por encima de la campaña anterior, en la que estuvieron muy por debajo de la media en la provincia. En las parcelas ya recolectadas se realizan otras labores que van desde la poda y destrucción de restos, abonado, tratamientos fungicidas y labores de control de malas hierbas. **Granada:** La recolección en la comarca de **Alhama, Montefrío, Iznalloz y La Vega** está muy avanzada con unos datos de rendimientos subiendo en los últimos días. Le quedan 30 días a la campaña que va tardía. Las fincas ya acabadas están talando y eliminando restos de poda. En la zona ha llovido desde septiembre 70-80 l/m² muy por debajo de los 200-250 l/m² de media en la zona. **Huelva:** Campaña de la **aceituna de molino** finalizada en las comarcas **Condado Campiña y Condado Litoral**. Los rendimientos grasos medios se sitúan sobre el 18%. Producción en aumento sobre lo esperado en un 30-40%. **Jaén:** En las comarcas de **El Condado y Campiña Norte**, la campaña se desarrolla con normalidad y rendimientos por encima del año pasado en 2 puntos, oscilando entre 22-24%. En las explotaciones finalizadas se están talando los árboles y se recoge el ramón para el ganado o se trituran los restos. En las comarcas de la **Campiña y Sierra Sur**, los rendimientos grasos han oscilado entre 20-22% y la campaña se encuentra al 85-90% de parcelas recolectadas. Se han podado muchas fincas y la leña gorda se vende para chimeneas, quemándose o picándose las restantes. En la comarca de **Sierra de Cazorla**, zona de **Pozo Alcón**, la campaña está próxima a finalizar con rendimientos grasos superiores al 2021. La tala se suele realizar a mediados de febrero por el tiempo fresco que hay ahora en la zona. **Málaga:** Los **olivos de verdeo** en la zona de **Alozaina** se han podado, quedando aún algunos por realizar esta labor. Se le deja poca masa vegetativa para coger más tamaño. En la zona de **Colmenar-Río Gordo-Periana-La Viñuela-Arenas** queda un 20% de **aceituna de molino** por recoger con rendimientos del 20-22% y bajada de producción a la mitad. La zona presenta un déficit hídrico importante. Observando el pantano de la Viñuela se ve su situación crítica con una masa de agua muy escasa. **Sevilla:** El estado fenológico dominante del **olivar de almazara** es el de fruto maduro con pulpa roja. La campaña de recolección de la **aceituna de molino** se encuentra adelantada en relación a otros años y con mejores rendimientos grasos en general, a pesar del déficit hídrico. Quedan por cosecharse las parcelas más atrasadas de las **Sierras** y las parcelas de la variedad **Verdial** que se recogen hasta febrero. En las parcelas ya recolectadas se practica la poda y destrucción de restos. Se realizan abonados, laboreo del suelo y tratamientos fungicidas.

MERCADOS NACIONALES

disponible Valencia	200,00-210,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia	400,00-410,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia	450,00-460,00
CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Maíz Importación,	
disponible Puerto Valencia	280,00
Maíz Nacional,	
destino Valencia	286,00
Cebada	
Nacional, dest. Val.....	286,00-288,00
Avena Rubia,	
dest. Valencia	294,00
Blanca, destino Valencia.....	293,00
Guisantes Nacional,	
dest. Valencia	Sin Operaciones
Veza Nacional	Sin Operaciones
Semilla Algodón,	
destino Valencia	Sin Operaciones
Trigo Pienso Nacional,	
Tipo 1	365,00
Tipo 2	S/C
Tipo 3	337,00
Tipo 4	S/C
Tipo 5	300,00
Trigo importación	296,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
TURTOS Y HARINAS Euros/Tm	
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona.....	465,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona.....	475,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona.....	250,00
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia	12,00
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida.....	195,00-200,00
14% prot., Aragón/Lérida.....	165,00-170,00
B. Balas s/calidad A./Lér ..	180,00-245,00
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona.....	285,00-286,00
disponible Andalucía.....	262,00-263,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona.....	324,00-325,00

Palmiste,	
disp. Valencia	2427,00-243,00
Harina de Colza, dest. Valencia	387,00
Gluten Feed,	
disp. Valencia	242,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia	278,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona.....	282,00-283,00
Import. disp. Andalucía.....	288,00-289,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	218,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
GARROFOS Y DERIVADOS Euros/Tm	
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia.....	1.500,00-1.750,00
Zona Alicante	1.500,00-1.750,00
Zona Castellón.....	1.500,00-1.600,00
Zona Tarragona	1.500,00-1.600,00
Zona Murcia.....	600,00-1.000,00
Zona Ibiza	650,00-850,00
Zona Mallorca.....	1.300,00-1.700,00
<i>Precios tonelada a granel s/rendimientos</i>	
Troceada Integral,	
disp. orig.	140,00-156,00
Troceada sin Harina	
disponible origen	160,00-170,00
Troceado Fino,	
disp. origen	125,00-135,00
Garrofin,	
disponible origen ..	19.500,00-21.000,00
LEGUMBRES Euros/Tm	
<i>Disponible origen</i>	
ALUBIAS	
Redonda Manteca	2.100,00
Pintas Granberry	1.700,00
Michigan	1.500,00
Canellini	
Argentina 170/100	1.500,00
Blackeyes	1.650,00
Negras	1.700,00
Garrofin	2.050,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46	1.500,00
Nuevos 34/36	1.950,00

Nuevos 50/52	
(tipo café americano)	1.500,00
LENTEJAS	
USA Regulares	1.550,00
Laird Canadá.....	1.250,00
Stone.....	1.050,00
Pardina Americana	1.500,00
<i>Precios por tonelada, mercancía envasada.</i>	
FRUTOS SECOS Euros/Tm	
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11,	
disponible origen	2.100,00
Chino 11/13,	
disponible origen	2.050,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Origen Argentina 38/42	
disponible Valencia	1.800,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia	8.900,00
Largueta 13/14 mm,	
Valencia	7.600,00
<i>Precios tonelada, mercancía envasada.</i>	
(Pocas operaciones)	
Marcona	
prop, Valencia.....	Sin Operaciones
Largueta	
prop, Valencia.....	Sin Operaciones
Comuna	
prop, Valencia.....	Sin Operaciones
Comuna ecológica,	
Valencia	Sin Operaciones
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm,	
disponible Valencia	7.000,00
PATATAS Euros/Tm	
Agría Nueva,	
disponible Valencia	400,00
Lavada,	
origen España, disp. Val.....	320,00
Francesa Nueva de Salamanca,	
disponible Valencia	220,00
Elido o Similares,	
origen Francia, disp. Valencia.....	32,00
<i>Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.</i>	
CEBOLLAS Euros/Tm	
Variedad Grano, disponible origen	

pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo	170,00
Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas se entienden sin nuestra garantía ni responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja.	

Lonja de Zamora

Información de los precios agrarios de la Mesa de Cereales del 18 de enero de 2022 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES Euros/Tm	
Trigo Blando	276,00
Cebada	266,00
Avena.....	S/C
Maíz.....	275,00
Alfafa Empacada.....	S/C
Paja Empacada	S/C
Girasol.....	S/C
Trigo Forrajero	S/C
Centeno	S/C

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 10 al 16 de enero de 2022, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES Euros/Kg	
Trigo Media Fuerza.....	28,25
Pienso	27,65
Cebada	
Malta	26,74
Pienso	26,14
Maíz.....	S/C
Tricalé.....	26,89
PATATAS Euros/100 Kg	
Consumo Fresco Libre	S/C
Consumo Fresco Contrato.....	15,00
Industria frito Con Conservación	16,00
Industria frito Sin conservación	S/C
CHAMPIÑONES Y SETAS Euros/Kg	
Champiñón,	
Granel (Pie Cortado).....	2,20
Bandeja (Pie Cortado).....	2,40

Industria 1ª Raíz.....	0,90
Industria 2ª Pie Cortado.....	0,80
Seta	
Ostra Granel.....	2,50
Ostra Bandeja	2,76
Seta Shii-Take Granel	4,50
HORTALIZAS Euros/Kg	
Acelga	
Amarilla (invernadero)	0,65
Verde (invernadero)	0,45
Borraja	
Hoja (aire libre)	0,60
Lechuga Rizada.....	4,10
Cogollos.....	2,10
Escarola.....	7,80
Apio	0,25
Cardo	0,30
Repollo	
Hoja rizada.....	0,27
Coliflor	4,90
Brócoli.....	0,50
Romanescu	8,00
Alcachofa	4,00
Zanahoria Industria	6,30
FRUTAS Euros/Kg	
PERA	
Ercolini 50+	0,58
Limonera 60+	0,53
Blanquilla 58+	0,52
Blanquilla DOP.....	0,53
Conferencia DOP Palot.....	0,62-0,65
Conferencia Palot.....	0,58-0,60
Williams	0,09
GRUPO MANZANA	
Golden 70+	0,40
Royal Gala 60+	0,35
Fuji 70+	0,60
(*) Los precios percibidos por el agricultor en palot son precios de cosecha.	
FRUTOS SECOS Euros/Kg	
ALMENDRAS	
Común	0,65
Largueta.....	1,16
Marcona	1,53
Floración tardía	1,28
Ecológica.....	1,84

LEGISLACIÓN

El Gobierno aprueba un Real Decreto para reducir la contaminación por nitratos y reforzar la protección de las masas de agua más vulnerables

El Consejo de Ministros, a propuesta del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), ha aprobado la actualización del real decreto sobre contaminación producida por nitratos, una norma clave para reducir los problemas de este tipo de contaminación en las masas de agua y alcanzar los objetivos señalados por la legislación nacional, fijados a través de los planes de cuenca, y la Unión Europea.

Esta nueva norma modifica y renueva la transposición a la legislación española de la Directiva europea relativa a la protección de las aguas contra la contaminación producida por los nitratos procedentes de fuentes agrarias, que fue aprobada inicialmente hace ya más de 25 años. La citada directiva impone a los Estados miembros la obligación de identificar las aguas afectadas por este tipo de contaminación, vigilando la concentración de nitratos a través de estaciones de muestreo. También establece criterios para designar como zonas vulnerables las superficies cuyo drenaje dé lugar a la contaminación por nitratos.

A pesar de los esfuerzos realizados en estos años, los resultados obtenidos no han conseguido paliar los efectos de este

tipo de contaminación. El alto contenido en nitratos de ríos y acuíferos es uno de los principales problemas existentes en las masas de agua de todo el país. En concreto, afecta en España a un 22% de las masas de agua superficial y al 23% de las masas de agua subterráneas. Por ello, es preciso aumentar la ambición en la normativa y redoblar los esfuerzos para cumplir de forma eficaz con los compromisos nacionales e internacionales, de acuerdo con la experiencia adquirida en las últimas décadas.

■ OBJETIVOS DE LA NORMATIVA EUROPEA

La Unión Europea considera la contaminación de origen difuso como un problema central en sus políticas ambientales y agrarias. Por ello, ha planteado estrategias como la llamada "De la granja a la mesa", alineada con la Estrategia de Biodiversidad para 2030 del Pacto Verde Europeo, que contribuyen a afrontar este problema.

Estas líneas de acción marcan, entre otros objetivos, una reducción de la contaminación por exceso de nutrientes del 50%, lo que supondrá una reducción del 20% en el uso de fertilizantes. Para alcanzar estos fines, las estrategias europeas plantean el desarro-

llo de un plan de acción para la gestión de nutrientes, que resulta de especial relevancia en el caso de España.

■ PRINCIPALES NOVEDADES

La actualización del real decreto establece criterios más ambiciosos que los actuales para identificar mejor las aguas afectadas por nitratos y determina umbrales más exigentes para la declaración de aguas afectadas y, consecuentemente, para la designación de zonas vulnerables.

Estos criterios se alinean con los contemplados en la Directiva Marco del Agua para definir el buen estado de las aguas en cuanto a los límites admitidos para la concentración de nutrientes en las aguas superficiales y subterráneas, continentales, costeras y de transición.

La aplicación de la nueva norma conllevará un incremento de hasta el 50% de la superficie de las zonas protegidas que se han identificado como vulnerables a este tipo de contaminación. Sobre ellas se desarrollarán programas de actuación más exigentes, incluyendo limitaciones específicas sobre fertilización vinculadas a las que se regulen en la planificación hidrológica.

La normativa también incrementa significativamente

la densidad de estaciones de control y aumenta el número y frecuencia de los muestreos en las aguas para analizar su contenido en nitrógeno y otros contaminantes asociados. Asimismo, establece medidas adicionales y acciones reforzadas para revertir la contaminación existente.

Además, se asume el compromiso de hacer pública toda esa información para que pueda ser usada por los ganaderos y agricultores para ajustar sus pautas de fertilización.

■ COORDINACIÓN Y COMPETENCIAS

La norma también establece las responsabilidades que corresponden a las distintas administraciones públicas con el fin de conseguir una implementación coordinada de todas las medidas. En concreto, se fijan las obligaciones que deberán asumir las autoridades del agua y las autoridades agrarias, tanto del ámbito de la Administración General del Estado como del de las comunidades autónomas, siendo estas últimas quienes ostentan las competencias específicas en agricultura, ganadería y gestión en la protección del medio ambiente en el territorio.

Para ello, la tramitación de este real decreto ha conta-

do con diversos procesos de consulta, tanto del público en general como de los sectores afectados.

■ NUEVA PLANIFICACIÓN

Los nuevos planes hidrológicos que se aprobarán en los próximos meses establecen la senda de reducción de las concentraciones de nitratos en las masas de agua que ha de conducir a esta recuperación ambiental y que permitirá dar cumplimiento a los objetivos de la Directiva de Nitratos y de la Directiva Marco del Agua.

Este real decreto aprobado por el Gobierno permite que los planes hidrológicos de cuenca puedan establecer dentro de su parte normativa los umbrales máximos de excedentes de nitrógeno para cada masa de agua afectada por nitratos, cuando se considere necesario para alcanzar los objetivos ambientales. Además, los organismos de cuenca y las administraciones hidráulicas podrán establecer limitaciones a nuevas concesiones y a otras actividades sujetas a su autorización, para evitar una concentración de presiones que puedan impactar significativamente sobre las aguas, lo que se valorará con las previsiones del plan hidrológico correspondiente.

Artero Consultores solicita su registro como agente digitalizador

El objetivo de la firma es hacer llegar la transformación digital a las empresas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La firma valenciana Artero Consultores apuesta por la continua mejora de sus servicios y procesos, sobre todo en el entorno tecnológico y de automatización. Es por eso por lo que se ha solicitado desde la empresa su registro como agente digitalizador especializado en sitio web, gestión de clientes y proveedores, inteligencia empresarial y analítica, factura electrónica y gestión de procesos (software ERP).

Y es que, según Manuel Artero, CEO y socio fundador de Artero Consultores, “las empresas beneficiarias que trabajen con nosotros podrán recibir ayudas para implementar soluciones tecnológicas durante su proceso de transformación digital”.

“Para nosotros, — continúa — la digitalización de las PYMES es actualmente imprescindible para optimizar los procedimientos de trabajo en un negocio y poder competir abiertamente en un mercado cada vez más exigente”.

Por su parte, el programa Kit Digital es una iniciativa implementada por el Gobierno de España, que tiene como objetivo subvencionar la implantación de soluciones digitales disponibles en el mercado para conseguir un avance significativo en el nivel de madurez digital. Para ello, se van a destinar un presupuesto de 3.000 millones de euros y se pretende ayudar a los negocios a llevar a cabo un proceso de transformación digital.

Manuel Artero explica que “una vez confirmado nuestro registro como agente digitalizador, nuestros clientes podrán cubrir el presupuesto hacia la transformación digital del primer año



Los tiempos cambian y los negocios se tienen que adaptar ofreciendo soluciones digitales. / ARTERO CONSULTORES

Las empresas beneficiarias que trabajen con la firma valenciana podrán recibir ayudas para implantar soluciones tecnológicas que les acompañen durante su proceso de transformación digital

gracias a este bono digital”. Y es que Artero Consultores cuenta con una vasta experiencia en este ámbito y en mejorar los procesos de las empresas. Ya sea a través de la gestión de procesos o implementación de ERPs, en la gestión con clientes y pro-

veedores (CRM), con inteligencia empresarial y analítica (BI), con el desarrollo de plataformas web y/o con el cambio a la factura electrónica.

La empresa valenciana estará presente durante todo el proceso y ofrecerá a los clientes que lo soliciten las herramientas y soluciones necesarias para cubrir este paso hacia la transformación digital. Por su parte, las empresas contarán con la oportunidad única de mejorar su eficiencia y automatizar sus procesos.

La herramienta central del proceso de transformación digital en la que se apoya Artero Consultores es SAP Business One, el ERP de la multinacional SAP líder en el sector de la pyme. Gracias a ella, los procesos serán mucho más simples para las empresas que lo

Con el programa Kit Digital, una iniciativa implementada por el Gobierno de España, los clientes de los agentes digitalizadores podrán solicitar ayudas de hasta 12.000 euros para poner en marcha soluciones tecnológicas

soliciten, sin necesidad de un equipo humano especializado ni destinar largas jornadas a la formación. “Lo más importante de la transformación digital de un negocio es que esta sea sencilla, personalizada y progresiva”, explica Artero.

Por tanto, desde Artero Consultores se hace hincapié en que los tiempos cambian y los negocios se tienen que adaptar, ofrecer soluciones digitales. “Sabemos que es un proceso que puede parecer costoso y por esta razón queremos ayudar a las empresas. Nosotros estaremos al lado de los negocios que soliciten este bono digital y animamos a todas las empresas que se lo estén pensando a que den el paso a la digitalización. Es una gran oportunidad que no se debería dejar pasar”, concluye el CEO de la compañía.

■ EMPRESA ESPECIALIZADA

Con más de 30 años de experiencia, el equipo de Artero Consultores trabaja como partner de SAP España para ofrecer a sus clientes una solución de gestión y administración de todos los procesos de gestión de una empresa. La primera fase de un proceso de transformación es disponer de un sistema de gestión empresarial que aporte una información fiable y en tiempo real. Para ello, se ofrece un servicio personalizado a las empresas para implementar el sistema de gestión empresarial líder a nivel mundial permitiendo adoptar a las pymes unos procedimientos de trabajo que están siendo utilizados en los principales negocios de todo el mundo.

Por tanto, dar el paso hacia la transformación digital es un proceso que, con las empresas especializadas y adecuadas, puede ser una gran ventaja. La capacidad de tener todos los datos desde el dispositivo que sea y en cualquier momento puede favorecer con creces a los clientes que soliciten esta subvención.

Artero Consultores garantiza una implementación personalizada de este ERP para cada uno de sus clientes. Además, ofrece el desarrollo de complementos, la integración con terceros, la formación pertinente para el manejo de SAP Business One y el servicio de mantenimiento postarranque.

Freshis, la startup española que lleva frutas y verduras directamente del campo a la mesa

Fundada por emprendedores españoles, Freshis nació como un actor de cambio en el sector de los frescos para demostrar que es posible comprar fruta y verdura directamente del productor de manera sencilla y sin sobre coste.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La startup española Freshis, que llegó a Madrid pocas semanas antes del confinamiento, se ha convertido en la primera plataforma que permite recibir frutas y verduras frescas en casa directamente del agricultor en menos de una hora. Fundada por tres emprendedores españoles, Lluís Puig, Pablo Engelman y Jaume Puig, Freshis ha cerrado 2021 habiendo servido más de 10.000 pedidos, con un ticket medio de 42€ por pedido.

La startup pretende expandir su negocio por el territorio nacional e internacional en este año.

“Nuestra puesta en funcionamiento coincidió con el cierre del país por el primer estado de alarma. En ese momento, toda la ciudad intentaba hacer la compra sin salir de casa y nosotros nos pusimos a repartir frutas y verduras en nuestras motos personales, tratando de satisfacer todos los pedidos que nos llegaban”, afirma Pablo Engelman, cofundador y director de operaciones de Freshis.

Este Q-commerce nació con la voluntad de ser un actor de cambio en el sector de los frescos, creando transparencia en la cadena de valor y eliminando intermediarios y costes innecesarios.



La startup pretende expandirse a nivel nacional e internacional en 2022. / FRESHIS

La propuesta de Freshis es la de acortar los tiempos para que, de este modo, el consumidor pueda tener el producto en menos de 18 horas desde que se recolecta en el campo y en menos de 1 hora desde que se realiza el pedido en la plataforma, asegurando así frutas y verduras con el mejor nivel de maduración y mayor vida útil.

Según Lluís Puig, CEO y fundador de Freshis, “nuestro objetivo es crear plena transparencia para que el consumidor pueda saber quién es el productor, de dónde viene cada alimento, el tipo de cultivo que se ha utilizado y el precio que perci-

be el productor. Y, en paralelo, mejorar la vida de los agricultores pagándoles un precio justo por su trabajo, que es algo por lo que llevan luchando mucho tiempo”.

Freshis cuenta con una red de más de 30 productores locales y nacionales que abastecen a la plataforma de los productos cultivables en la zona próxima a cada ciudad donde está presente.

■ OBJETIVOS DE 2022

Freshis, que se encuentra en pleno proceso de expansión, fue creada con capital propio de sus fundadores y en los próximos

meses tiene previsto ampliarlo con una ronda de financiación externa.

Como segundo gran hito, tras su lanzamiento en Madrid, la plataforma llega este mes de febrero a Barcelona. “En nuestros planes siempre estaba llegar a la Ciudad Condal, nuestra ciudad natal, después de habernos implantado en Madrid. Ya tenemos preparadas las instalaciones, el equipo y nuestra flota para empezar a dar servicio en unas semanas” afirma Lluís Puig.

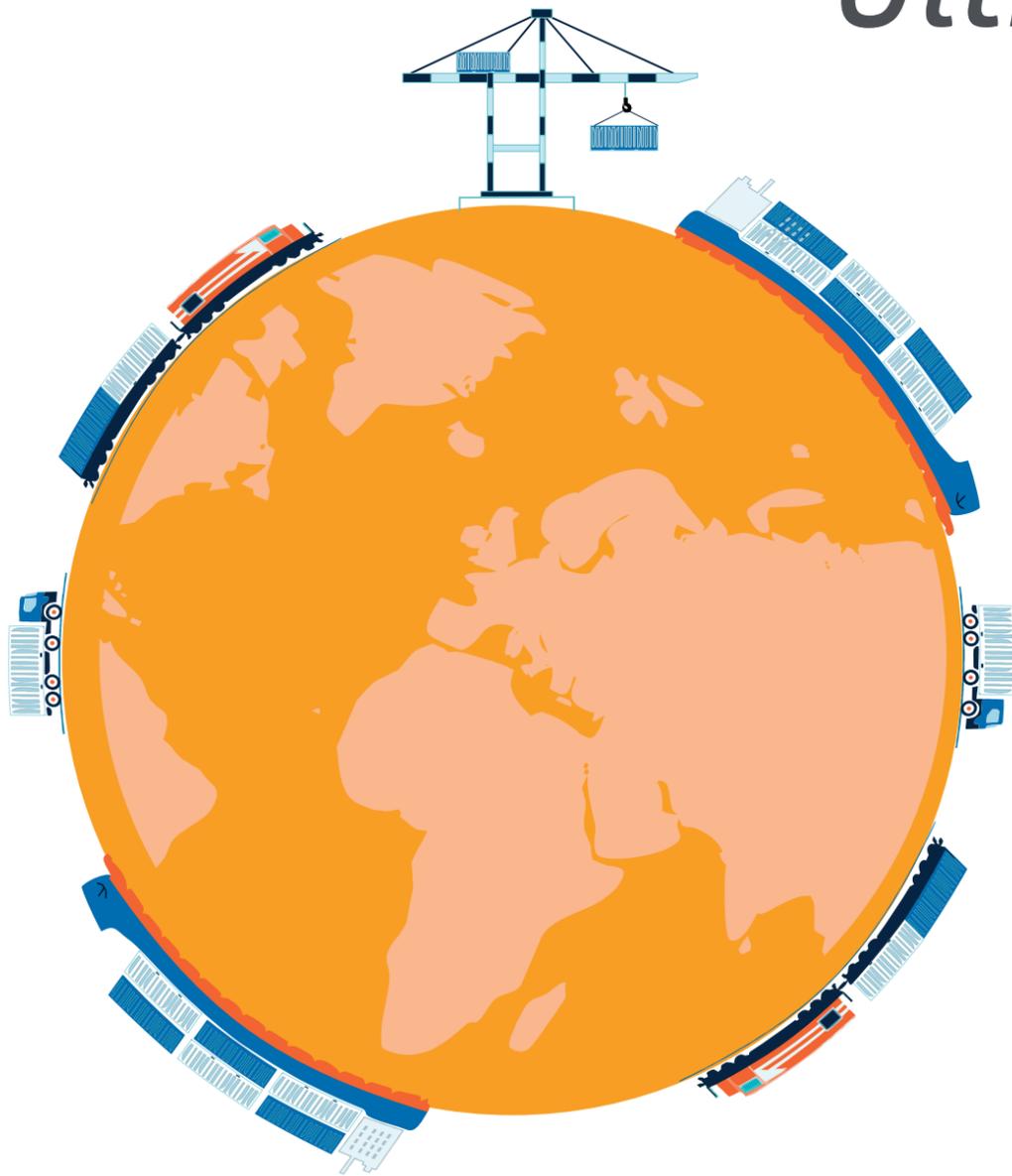
Tras el lanzamiento en Barcelona, la idea es llegar con Freshis a tres ciudades alemanas en 2022: Berlín, Múnich y Hamburgo. El objetivo es alcanzar la cifra de los 6 millones de euros facturados en este curso y los 15 millones de euros en 2023.

■ EN TU CASA EN UNA HORA

En la actualidad, esta startup es el único Q-commerce en España que ofrece un producto directo ‘del campo a la mesa’ en menos de una hora desde que el cliente lo pide. “Somos capaces de enviar una fruta o verdura en menos de 18 horas desde el corte de planta o la recolección, reduciendo la cadena de suministro actual, que se sitúa en un mínimo de 4 días, y asegurándonos así un producto de una altísima calidad”, afirma Lluís Puig.

Máxima garantía y seguridad en tus
envíos a *Ultramar*

WATERWAX[®] *Ultramar*



Reduce:

- 🔥 Daños por frío
- 🔥 Roturas por condensación
- 🔥 Pérdidas de peso

Aporta:

- 🔥 Brillo superior y duradero
- 🔥 Secado a baja temperatura
- 🔥 Firmeza y frescura de la fruta



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

LANZAMIENTOS OBJETIVOS NOVEDADES



valencia fruits •
dossier

Editorial

Hacia adelante

Un año más los programas editoriales y las agendas profesionales del sector han sufrido cambios. En estas fechas deberíamos estar pendientes de la feria de Berlín, auténtico punto de encuentro del sector, pero Fruit Logística, por ahora, se ha aplazado hasta abril.

Sin embargo, aunque la actualidad pandémica marque nuestros calendarios, también es cierto que hemos adquirido la conciencia de que no podemos detenernos y de que seguir hacia adelante no solo es un acto de valentía y responsabilidad social como fue en los primeros tiempos, sino que también es la única opción: no podemos parar. Porque, aunque con dificultades y nuevos obstáculos, el mundo sigue girando y nuestros negocios no pueden detenerse. Porque la vida, tozuda, sigue.

Estamos terminando el primer mes de un año en el que la palabra "incertidumbre" sigue siendo la primera que surge en nuestras conversaciones. La inestabilidad de la situación provocada por la sostenida crisis sanitaria y la situación de suministros, materias primas y energía, junto con otros costes que también se incrementan y cambios en los hábitos de consumo, han creado una tormenta perfecta en la que lo más fácil sería dejarse llevar y esperar a ver si amaina en un lugar medianamente resguardado.

¿Lo más fácil? Tal vez. Pero también supondría una hipoteca para los negocios que, seguramente, acabaría con ellos. Es por eso que el sector, como siempre, ha optado por seguir, por luchar y por continuar innovando, diseñando planes estratégicos, campañas de lanzamiento, nuevos productos y servicios y, en definitiva, seguir hacia adelante.

Cuando rendirse no es opción, las empresas deben trazar sus recorridos en este panorama atendiendo a lo que tal vez parezca una osadía, pero, sobre todo, a

su profesionalidad y a su conocimiento del sector y de su mercado.

Hemos hablado con empresas de todos los eslabones de la cadena para preguntarles cómo se presenta este año, cuáles son sus objetivos, si van a incluir novedades en su catálogo o si tienen previsto acometer nuevas líneas de negocio. Hemos encontrado, como no podía ser de otra manera, competencia profesional y ese característico espíritu luchador y emprendedor.

Desde cambios en la imagen corporativa hasta expansión geográfica, pasando por proyectos y productos innovadores, una vez más, el sector no se detiene. Con perspectivas de profesionales con perfil directivo, técnico o comercial, en estas páginas podemos ver que 2022 no va a convertirse en un año en blanco, sino que ya hemos asumido que estamos en un nuevo terreno de juego en el que las reglas y hasta las condiciones del campo son nuevas y pueden cambiar en cualquier momento. Y que este partido se va a jugar.

Como marcan las teorías evolutivas, en realidad no sobrevive el más fuerte sino el que tiene una mayor capacidad de adaptación. Y de adaptarse a la situación en cada momento sabe mucho el sector hortofrutícola. Saquemos, pues, adelante, la creatividad, el conocimiento, el ímpetu y, asumiendo que los riesgos existen y que de algunos no conocemos aún nada, sigamos trabajando. Tiremos de profesionalidad, pero también de entusiasmo, para seguir moviéndonos en la tormenta. Y consigamos que nuestras empresas salgan reforzadas y preparadas para competir en el nuevo mundo que estamos creando.

"Y una vez que la tormenta termine, no recordarás cómo lo lograste. Ni siquiera estarás seguro de si la tormenta ha terminado realmente. Pero una cosa es segura. Cuando salgas de esa tormenta, no serás la misma persona que entró en ella. De eso trata la tormenta" (Haruki Murakami).

Donde y como quieras Valencia Fruits



Recibe **Valencia Fruits** cada semana. Además, llévalo siempre en tus dispositivos digitales y disfruta de dossiers especiales, nuestra hemeroteca, directorio profesional y toda la actualidad del sector.



BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

- España: 169,00 Euros (IVA incluido)
 Europa: 295,00 Euros
 Resto países: 370,00 Euros

Anuario Hortofrutícola

- Suscriptor VF: 35,00 Euros (+envío)
 No suscriptor VF: 60,00 Euros (+envío)

(Anotar X en la forma elegida)

* Valencia Fruits incluye el envío del semanario durante un año y del Anuario a la dirección del suscriptor

EMPRESA: _____

DE ACTIVIDAD: _____ DNI/NIF: _____

CON DOMICILIO EN: _____ CP: _____

CALLE: _____ NÚMERO: _____ TEL.: _____

E-MAIL: _____

DESEA SUSCRIBIRSE AL SEMANARIO VALENCIA-FRUIITS, POR EL PLAZO DE UN AÑO, HACIENDO EFECTIVO EL IMPORTE DE LA SUSCRIPCIÓN POR:

BANCO/CAJA: _____ IBAN Nº _____

Firma

Enviar por e-mail a Valencia Fruits: info@valenciafruits.com o por correo postal a Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6 - 46005 VALENCIA.

MUCHO MÁS QUE PIEL.



VitaFreshTM
Botanicals

Te presentamos **VitaFresh**TM Botanicals.
Nuestros recubrimientos comestibles
de origen vegetal que conservan la
frescura de la fruta.

Elevamos la frescura a un nivel superior. En AgroFresh, nuestros exclusivos recubrimientos crean una membrana "doble piel" que reduce la deshidratación y las pérdidas de peso, conservando la frescura del fruto. Se trata de soluciones innovadoras que alargan la vida útil permitiendo satisfacer las demandas organolépticas de los consumidores. Del mismo modo refleja nuestro compromiso "Champions 12.3" con la reducción del desperdicio y pérdida de alimentos.

Precisamente lo que uno espera de una tecnología agrícola innovadora.
Eso es confianza. Eso es AgroFresh.

FRIENDS OF
CHAMPIONS  12.3

AgroFresh.com

AgroFresh

We Grow Confidence



Isadora. Plantación en el Piamonte (Italia). / GRUPO RIVOIRA



Luiza. Plantación en el Piamonte (Italia). / GRUPO RIVOIRA



Venice. Plantación en el Südtirol-Alto Adige (Italia). / G. RIVOIRA

Luiza, Venice e Isadora, las tres manzanas brasileñas extra dulces, aptas para climas cálidos

Gerhard Dichgans, ante el lanzamiento del proyecto comercial de las “tres hermanas”, destaca las diferentes ventajas que ofrecen estas variedades: dulzor, una jugosidad excepcional y cualidades agronómicas adaptadas para ser cultivadas también en microclimas más cálidos y en zonas geográficas en las que hay problemas de falta de horas de frío invernal (low winter chill).

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Luiza, Venice e Isadora son tres variedades obtenidas por EPAGRI, la Empresa de Investigación y Extensión Rural Agropecuaria vinculada al Gobierno del Estado de Santa Catarina en Brasil. Desde hace más de 45 años, su misión es promover la preservación, recuperación, conservación y uso sostenible de los recursos naturales; buscar la competitividad de la agricultura catarinense frente a los mercados globalizados, adaptando los productos a las demandas de los consumidores, además de promover la mejora de la calidad de vida en las zonas rurales y pesqueras.

Entre sus proyectos más destacados en el apartado “breeding” (obtención de variedades) está el trabajo desarrollado en el sector de la manzana, conocido como “el programa de las manzanas brasileñas”. La línea de investigación de este programa se centra en el desarrollo de nuevas variedades adaptadas al clima local y más resistentes a plagas y enfermedades.

Brasil, como zona de producción de manzanas y donde se cultiva principalmente Gala y Fuji, tiene un grave problema con el hongo *Glomerella cingulata* y un clima en el que hay falta de horas de frío durante el invierno. Precisamente estas horas de frío son importantes en el cultivo de manzanas ya que las bajas temperaturas del invierno hacen que las plantaciones entren en su fase de descanso y las preparan para su floración en primavera.

Este problema, conocido como ‘low winter chill’, también afecta a otras regiones geográficas en el mundo como algunas



Marco Rivoira y Gerhard Dichgans. / GRUPO RIVOIRA

áreas en Sudáfrica o Chile. Y a nivel mundial, podría convertirse un problema generalizado debido al cambio climático en un futuro.

En Europa, si bien se dan las horas de frío invernal para el cultivo de la manzana, en zonas como el sur de Francia; Lleida en España o en el norte de Italia, si hay interés por disponer de variedades mejor adaptadas a los climas más cálidos en los meses de julio y agosto, cuando las temperaturas alcanzan hasta los 40 grados. Y es ahí donde las tres hermanas brasileñas tienen mucho que aportar.

Gerhard Dichgans, coordinador del programa de las manzanas brasileñas explica que estas tres variedades “se adaptan bien especialmente en algunas zonas donde variedades tradicionales como Gala tienen, en las últimas semanas, dificultades de maduración y de coloración así como en el periodo de recolección.

Tras comprobar los resultados logrados en Brasil por el centro de investigación EPAGRI con estas tres variedades, en 1999 el IFO —empresa privada especializada en la investigación y el desarrollo de nuevas variedades y portainjertos de manzanos y perales en Francia— cerró un acuerdo de colaboración con EPAGRI para estar estas tres variedades a Europa y ver sus ventajas productivas y comerciales en el viejo continente. Es decir que EPAGRI es el propietario de las tres variedades mientras que IFO es responsable de su desarrollo global.

En 2017, el Grupo Rivoira se une al proyecto tras el acuerdo alcanzado con IFO, convirtiéndolo al grupo italiano en el ‘master licenciario’ a nivel mundial para la producción, venta y utilización de la marca de estas tres variedades, y contrata a Gerhard Dichgans como coordinador del programa.

Se trata de un ambicioso proyecto comercial para el que el grupo italiano está buscando colaboradores internacionales

Estas tres variedades tendrán su propia marca registrada y se presentará en el mes de abril en la feria de Fruit Logistica 2022

Ese mismo año comenzaron las primeras plantaciones en Italia en la región del Piamonte de la mano de Rivoira, y en este 2022 “estarán disponibles las primeras producciones para realizar los test de consumo”, según confirma Gerhard Dichgans.

De cara a la campaña próxima, “la previsión es obtener una cosecha de 200 toneladas y el proyecto de Rivoira es plantar 200 hectáreas para la primavera de 2024” avanza Dichgans.

Se trata de un ambicioso proyecto comercial para el que el grupo italiano está buscando colaboradores internacionales con la intención de globalizarlo.

■ CARACTERÍSTICAS

Estas tres variedades, que en principio son muy similares entre sí, poseen la particularidad de tener un periodo de maduración diferente.

Luiza es la variedad precoz, que se recolecta en la misma época

que la Gala +7 días, es decir, entre mitad y final de agosto. Venice, por su parte, es una variedad de otoño que se recolecta en fechas de la Red Delicious +10 días, esto es a finales de septiembre. Mientras que Isadora es la variedad tardía, con un periodo de recolección igual que la Fuji +5 días por lo que se recoge a finales de octubre.

Así pues tenemos tres variedades que llegan a la época de recolección: en agosto con la Gala, en septiembre con la Red Delicious y en octubre con la Fuji.

“Esta posibilidad es muy interesante para el productor para distribuir su volumen de trabajo. Y desde el punto comercial, también resultan ventajosas porque Luiza, si bien es la más precoz, se puede comercializar inmediatamente a finales de verano, junto con la tradicional Gala; mientras que Venice e Isadora pueden comercializarse los doce meses del año gracias a sus buenas condiciones de almacenamiento”, explica Gerhard Dichgans.

En cuanto al resto de características, las tres son bastante similares.

Luiza tiene una piel roja brillante con fondo amarillo, coge color fácilmente en un microclima más cálido; tiene entre 13 y 14° Brix; su firmeza es de 8 Kg/cm² y para ser una variedad temprana garantiza un buen tamaño de fruta.

Venice, al igual que su hermana precoz, tiene una piel roja brillante con fondo amarillo; también coge color con facilidad en climas cálidos; tiene una firmeza de 8 Kg/cm²; alcanza los 14 y 15° Brix y su tamaño de fruto es medio.

Isadora, por su parte, tiene una piel bicolor roja-anaranjada. Es la más dulce, con entre 15 y hasta 17° Brix, una firmeza de más de 9 Kg/cm² y un tamaño medio de fruto.

“La gran novedad que ofrece este proyecto es que estas tres hermanas brasileñas pueden abrir un nuevo segmento en la oferta global con manzanas extra dulces, avaladas por un proyecto Premium marquista durante un periodo de comercialización de doce meses”, destaca el coordinador del programa de las manzanas brasileñas.

Estas tres variedades tendrán su propia marca registrada que será presentada por el Grupo Rivoira en la próxima edición de Fruit Logistica en Berlín, que se celebrará en abril de 2022.

SOLUCIONES DE
CONSERVACIÓN A MEDIDA
DE LAS NECESIDADES
DEL MERCADO



Dale **vida**
a tus cítricos
con **DeccoPyr**

SOLUCIONES EFICACES Y CONTRASTADAS

- ▶ Tratamientos adaptados a cada variedad y situación.
- ▶ Asesoramiento técnico y personalizado

DECCO 
Naturally Postharvest

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



Tel. (+34) 961 344 011

info@deccoiberica.es
www.deccoiberica.es

Laserfood lanza el primer textil vegano elaborado con kaki

El nuevo producto PersiSKIN, sustitutivo de la piel animal y sintética, propone una solución para gestionar el excedente de kaki de los campos valencianos aportando valor añadido al sector

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

La compañía valenciana Laserfood ha lanzado el primer textil vegano sustitutivo del cuero animal procedente del kaki en España. El nuevo producto, que se comercializará bajo la marca PersiSKIN, propone una solución para gestionar el excedente de kaki de los campos valencianos a través de la fabricación de un textil vegano, sustitutivo de la piel animal y sintética, compuesto 100% de productos naturales.

La empresa, que se encuentra en la actualidad en una fase inicial de presentación de esta iniciativa, ha invertido 500.000 euros en la patente del producto y en su desarrollo. Y en los próximos meses, “se estima que invertiremos hasta 2 millones de euros en la fase de producción que comenzará en mayo de este año. En esta segunda fase podremos abrir una primera fábrica donde se elaborará el tejido definitivo y comenzaremos la comercialización”, explica Jaime Sanfelix, director general de Laserfood.

“Desde el nacimiento de la idea de dotar al kaki de mayor valor añadido han pasado tres años. Este ha sido el periodo transcurrido hasta llegar al desarrollo total y el lanzamiento del producto. Ahora nos falta la fase de la industrialización de todo este procedimiento para poder abastecer a un sector productivo como el textil”, especifica el director general de la compañía Laserfood.

La Comunitat Valenciana es la principal productora de kakis de España, concentrando el 85% de la cosecha nacional de esta fruta. De esta manera, las tierras valencianas producen anualmente más de 300 millones de kilos de esta fruta.

En los últimos cinco años la cosecha del kaki ha tenido una evolución exponencial haciendo que la producción aumente a unos niveles desorbitados. Debido al mercado, las plagas y condiciones climáticas, más del 50% de la producción total del kaki no llega a comercializarse convirtiéndose así anualmente en excedentes.

Ante esta situación que vive actualmente el sector agroalimentario valenciano, el nuevo textil PersiSKIN busca dar salida a este excedente que se queda sin salida comercial. Este nuevo tejido es respetuoso con el medio ambiente, sostenible y forma parte de la economía circular de la región de origen del material de partida.

Según indica Jaime Sanfelix, “este proyecto surge por la necesidad de darle valor a un producto infrutilizado como es el kaki. A nivel productivo contamos un volumen elevado y muchos kilos no se comercializan porque el mercado no los absorbe, en muchos casos porque la calidad de la fruta no es la adecuada para comercializar en fresco. Esos ka-



Jaime Sanfelix, director general de Laserfood, durante la presentación del nuevo tejido vegano PersiSKIN. / ÓSCAR ORZANCO



El nuevo producto es un sustitutivo del cuero animal. / LASERFOOD

kis se quedan en el campo sin recolectar y la confección en los almacenes también genera mermas. Por lo tanto, esta iniciativa surge con el objetivo de obtener el máximo valor posible de toda esa producción”.

■ NUEVO SECTOR INDUSTRIAL

“El objetivo principal del producto textil que hemos

creado es el establecimiento de un nuevo sector industrial que permita el aprovechamiento total de los residuos y excedentes generados en la producción del kaki para darles una salida y una nueva vida a esa materia prima”, recalca Jaime Sanfelix, director general de Laserfood.

“De esta manera —continúa— estamos tratando de

dar solución a la situación actual que viven los agricultores valencianos, dotando de valor a una producción que actualmente no se comercializa. Esta iniciativa va a proporcionar al productor un alto valor añadido que ahora no tiene. Por lo tanto, conseguimos incrementar la rentabilidad del agricultor, producir un producto sostenible y ofrecer al mercado textil una alternativa vegana”.

Por otro lado, para incentivar y fomentar tanto su elaboración como su uso, la compañía también busca crear un sector auxiliar de uso del nuevo textil en la zona valenciana productora del kaki, como talleres de marroquinería, tapicería, confección de ropa o calzado, entre otros, generando con ello cientos de nuevos puestos de trabajo.

“Es importante destacar que vamos a potenciar la fijación de la población al territorio. Es decir, vamos a crear una industria en el lugar donde producimos el kaki, con una fruta que ahora mismo se pierde y no se comercializa. Vamos a generar empleo y estamos proporcionando valor a un producto que se desperdiciaba. Creando además una industria auxiliar de confección textil. A nivel social esta iniciativa puede ser importante”, apostilla Jaime Sanfelix.

Por su parte, Cirilo Arandis, presidente de la Cooperativa Agrícola Nuestra Señora del Oretó de L'Alcúdia y de la Denominación de Origen Kaki Ribera del Xúquer, resalta que “este proyecto puede ofrecer una interesante salida a parte de la producción de nuestras empresas que, por cuestiones propias del mercado, no se comercializan en fresco o, en su defecto, no llegan al circuito de transformación industrial para obtener zumos y otros derivados”.

Arandis también incide en que “el aprovechamiento a través de esta vía de productos menos aptos desde la perspectiva comercial y de los residuos del kaki puede suponer una fuente de ingresos adicional, complementando las rentas principales procedentes de la comercialización en fresco, ayudando a la sostenibilidad de nuestro sector y a la mejora de las rentas de los productores”.

Este novedoso producto ha sido creado con la participación de Aitex, un centro de referencia nacional de investigación, innovación y servicios técnicos avanzados para las empresas de los sectores textiles. La financiación del proyecto, además, ha recurrido a los fondos públicos CDTI y, en su mayoría, a fondos propios de la misma empresa. “La financiación continúa siendo necesaria para las próximas fases de producción y dimensionamiento de la compañía que tendrá lugar a lo largo de este nuevo año”, ha concluido el director general de Laserfood, Jaime Sanfelix.

PersiSKIN es un textil vegano, sustitutivo de la piel animal y sintética, compuesto 100% de productos naturales, que se puede emplear en la confección de ropa, calzado y talleres de marroquinería o tapicería

La empresa, que se encuentra en una fase inicial de presentación del producto, ha invertido 500.000 euros y estima que dedicará hasta 2 millones en la fase de producción que empezará en el mes de mayo de este año

Innovación y creatividad

Laserfood es una empresa emprendedora y creativa del sector agroalimentario que tiene como misión convertir la tecnología desarrollada en un referente en el mercado de los productos agroalimentarios a nivel mundial. La compañía, con el continuo afán de promover la tecnología de marcado indeleble desarrollada por la empresa en el año 2006, promovió junto a la UE el proyecto Laser Mark para identificar las frutas mediante láser, demostrando que el uso de esta nueva tecnología reducía la huella

de carbono por el uso de etiquetas en un 99,9%. En la actualidad Laserfood es una empresa que tiene negocio en más de 10 países. En su etapa de expansión, la firma ha lanzado nuevos proyectos como PersiSKIN, una iniciativa que busca dar una solución al excedente del kaki en la Comunitat Valenciana a través de la fabricación de un sustitutivo vegano de la piel animal compuesto en un 85% de kaki. Para obtener más información, acceda a la web de PersiSKIN en www.persiskin.es. ■

**sin EFICACIA
sin SANIFRUIT**

**con EFICACIA
con SANIFRUIT**



Sanifruit, ofreciendo soluciones **postcosecha**
eficaces desde hace más de **30 años**.



La seguridad alimentaria está en el foco de la actividad de las entidades postcosecha. / DECCO IBÉRICA

Decco Ibérica, agilidad en el desarrollo de soluciones que aportan valor añadido a la postcosecha

► **JAUME SANTONJA***. DECCO IBÉRICA.
 La tendencia mundial en la industria agroalimentaria apunta a un control aún mayor que garantice la seguridad alimentaria, digitalice más los procesos para tener una gran trazabilidad y la mejora continua de los procesos. Hacer más con menos. Tendemos hacia una gran profesionalización del sector que solo puede traer aspectos positivos. En Decco acreditamos que en nuestro proceso de innovación y desarrollo de nuevos productos es importante involucrar a diferentes departamentos y contar con los inputs de clientes y socios estratégicos externos cuyos puntos de mejora nos permiten abordar este proceso como una colaboración interempresarial, y nos permite ser ágiles y certeros. Decco Ibérica tiene una ratio de éxito de lanzamiento de nuevos productos claramente por encima de la media del sector. Durante el año 2022 tenemos previsto lanzar varias novedades como nos cuentan los líderes de los diferentes proyectos. Saber escuchar es una parte crucial del proceso de innovación y en Decco Ibérica, con soluciones propias o desarrollos de terceros que adaptamos al sector de la postcosecha este proceso de escucha activa llega a toda la organización.

(*) Decco Ibérica and AMEA Marketing Manager



Interconectividad de los equipos de aplicación

Gabriel Novoa Llamazares - Mechanical Engineer Manager Decco Ibérica

“En el departamento mecánico nuestro objetivo siempre es hacer equipos robustos y fiables que sean sencillos de utilizar. Si lo explicamos de una manera muy radical, casi que podemos afirmar que cuanto menos vayamos a un almacén querrá decir que mejor se hizo el estudio, la planificación y la instalación de nuestros equipos.

En Decco Ibérica estamos centrando nuestros esfuerzos en la investigación en mejorar la interconectividad de los equipos de aplicación de Decco. Desarrollamos un sistema propio que se comunica continuamente con el almacén y con Decco. De esta manera podemos tener información en tiempo real sobre qué está pasando en los equipos de aplicación.

Investigar en este campo, surgió a raíz de las necesidades de nuestros clientes al ver la cantidad de información que tenían que manejar para cumplir con las auditorías. Poco a poco se ha mejorado y ahora hemos incluido más funcionalidades que hacen las tareas del día a día más sencillas.

En nuestra opinión, contar con este tipo de ecosistema interconectado permite a los responsables del almacén ahorrar tiempo y centrarse en tareas de más valor añadido que compilar datos para los auditores”.



La tecnología de los recubrimientos comestibles

Elena Sanchis Soler - Decco Ibérica and EAMEA Technical Manager

“Los recubrimientos comestibles son una solución tecnológica muy válida para complementar los recubrimientos clásicos. La postcosecha es un sector tremendamente dinámico. Es el eslabón bisagra entre el campo y la gran distribución, por lo que los retos de cada campaña cambian.

En Decco Ibérica lanzamos NATURCOVER en 2010, nuestra línea de recubrimientos comestibles. Nos centramos en las pomáceas y los cítricos, buscando beneficios diferentes, en las pomáceas se consiguió retrasar la aparición del escaldado hasta 6 meses, en cítricos por el contrario se buscaba alargar la vida útil con un recubrimiento que no aportase brillo.

El equipo de desarrollo de Decco mejora todos los días los formulados y las características de NATURCOVER. Estamos muy seguros de los resultados obtenidos y de los grandes avances generados en el trabajo con nuestros clientes, gracias a la coordinación y cooperación de Decco a nivel mundial con el liderazgo de Decco Ibérica. Lo positivo de pertenecer a un equipo tan diverso e implantado geográficamente es que te permite tener una visión panorámica de qué está pasando, pero gracias a nuestra vocación de servicio tenemos acceso a conocer los desafíos de primera mano”.



La evolución del concepto postcosecha

José María Acedo - Desarrollo de negocio estratégico DECCO Ibérica

“Asistimos a una evolución del concepto de postcosecha, cada vez los estándares de calidad y control son más exigentes lo que nos permite ofrecer frutas y verduras de una calidad excelente. El manejo en campo, el manejo postcosecha, la trazabilidad, la evolución de los tratamientos... la combinación de todos estos aspectos coloca al mercado español como un referente y una industria puntera en el mundo.

En Decco Ibérica estamos conectados con el mercado y con las tendencias actuales y no podíamos dejar pasar el desarrollo comercial de la solución 7OX o SevenOx. Se trata de un equipo que monitoriza el ambiente de las cámaras de conservación y que permite incrementar notablemente la vida comercial de las frutas y verduras. SevenOx permite alargar la vida útil de las frutas y verduras almacenadas en frío sin la supervisión in situ de un empleado. Es una tecnología segura para los empleados del almacén hortofrutícola.

Funciona muy bien en frutas y verduras, pero su efectividad es mucho más patente en frutos climatéricos pues su vida útil una vez cosechados expira rápidamente. Hay resultados comerciales muy interesantes en berries, fruta de hueso... Cuando hemos presentado los resultados la respuesta de los almacenes ha sido muy positiva, por lo que prevemos una rápida aceptación en nuestro mercado”.



Soluciones que aportan gran valor

Luis Catalá - Director Comercial Decco Ibérica

“En ocasiones las nuevas soluciones no tienen por qué ser disruptivas para aportar un gran valor, es el caso del DECCOPYR Pot para cítricos. En Decco Ibérica lanzamos el primer bote fumígeno basado en pirimetanil en 2017, solución muy apreciada por su efectividad en cultivos como las manzanas, peras y kaki y en 2020 se consiguió su extensión a cítricos.

DECCOPYR Pot actúa como solución complementaria a las existentes. Su uso fumígeno y la ausencia de caldos residuales de tratamiento permite su uso más allá de los tratamientos en drencher, línea, catarata... Lo que nos ofrece DECCOPYR Pot es versatilidad a la hora de tratar la fruta en una campaña de cítricos tan larga como la nuestra y con tanta variación de mercados: Europa, Asia, América...

Además, DECCOPYR Pot tiene un bajo perfil toxicológico y un amplio rango de eficacia frente a muchos hongos variados: *Penicillium spp*, *Rhizopus sp*, *Colletotrichum sp...*”.

En Decco Ibérica trabajamos día a día aportando mediante el servicio lo mejor de nosotros mismos. Parte de esta mejora continua es resultado de la intensa labor de investigación y desarrollo que nos trae novedades al mercado que resuelven problemas reales del sector hortofrutícola y por lo tanto tiene una rápida y exitosa aceptación en la industria”.

El cartón ayuda a mejorar las credenciales de sostenibilidad de las empresas y marcas

AFCO potencia la sostenibilidad y la economía circular del papel minimizando así su impacto en el medio ambiente

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Uno de los ejes fundamentales de la Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado (AFCO) es potenciar la sostenibilidad y la economía circular del papel en el sector. En este sentido, desde hace años, esta asociación realiza diferentes acciones bajo la idea de alcanzar la mayor calidad del producto y minimizar su impacto sobre el medio ambiente.

Desde AFCO remarcan que el cartón es el embalaje sostenible por excelencia, porque es natural, 100% reciclable y biodegradable y respeta la salud del consumidor y del planeta. Una prueba de ello son los platos y las barquetas del sello de calidad Uniq, la gran apuesta de AFCO por desarrollar una caja de cartón pensada exclusivamente para el sector agrícola. Para Joaquín Fernández, director de desarrollo estratégico de Uniq, “con las barquetas ofrecemos al mercado la estandarización de un formato de envases sostenible 100% cartón; material reciclable, renovable y biodegradable”.

■ ESTUDIO

Esta sostenibilidad ha quedado demostrada una vez más en un reciente estudio que concluye que el cartón es reutilizable y sus fibras pueden reciclarse al menos 25 veces. El estudio fue desarrollado el pasado año por la Universidad Tecnológica de Graz (Austria) y vuelve a destacar la vital contribución del cartón a la economía circular y la función que puede desempeñar a la hora de mejorar las credenciales de sostenibilidad de las empresas y marcas.

El estudio también refleja que “cuanto más a menudo se pueda reciclar un mismo envase, más positivo será su impacto en el medioambiente”, es decir, destaca los beneficios ecológicos del aumento del número de ciclos de reciclado. Esta afirmación encaja totalmente con la misión de AFCO de impulsar y potenciar la aplicación, medidas para alcanzar la máxima sostenibilidad y el menor impacto sobre el medioambiente entre las industrias del sector.

El estudio consistió en reciclar repetidamente cartón plegable para entender qué efecto, si lo hubiera, tendría sobre las propiedades mecánicas del material, incluidas su fuerza innata y su resistencia a los impactos.

■ RECICLAJE

En clave reciclaje, la tasa actual de los envases de papel y cartón en Europa es de aproximadamente el 84,2% y la industria papelera europea se ha fijado como objetivo una tasa de reciclaje del 90% para el 2030. Actualmente en España se recoge y recicla el 78,4% del papel y cartón que se consume, lo que sitúa al país en el “club del 70%”, formado por los estados que más reciclan en todo el mundo: Irlanda (90%), Noruega (85%) Suiza (83%), Reino

Unido y Holanda (78%), Alemania (77%), Japón (73%), Suecia (72%) y Austria (70%).

AFCO impulsa la recuperación de papel y cartón para abas-

tecer a las fábricas, que el papel y cartón para reciclar cumpla con los estándares de calidad adecuados y que su recogida se haga con eficiencia de costes.



Desde la izquierda: Joaquín Fernández, Juan Antonio Mendicote y Patricia Vallejo-Nágera, director de desarrollo, director técnico y de estadísticas y directora de comunicación y relaciones públicas de AFCO. / ÓSCAR ORTEGA



Soy Marlene®

HIJA DE LOS ALPES



Cultivada en un clima alpino-mediterráneo



Controlada con la máxima diligencia



Disponible 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



Jorge Bretó destaca que cada día son más los clientes que muestran interés por el modelo de negocio de Citrosol, centrado en vender soluciones. / RAQUEL FUERTES

JORGE BRETÓ / CEO de Citrosol

“Vendemos soluciones con las que los clientes obtienen buenos resultados”

Para una empresa orientada al cliente como es Citrosol los objetivos, éxitos y desafíos van de la mano con los de quien se convierte en su socio. En medio de una situación de sobrecostes y de la incertidumbre que no cesa, Jorge Bretó muestra su optimismo y espera que la situación mejore. Y para ello van a trabajar tanto en el propio catálogo de la firma como en la continuación de su expansión. Innovación e internacionalización. El objetivo sigue siendo el crecimiento.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo se presenta 2022 para Citrosol? ¿Cuáles son sus expectativas?

Jorge Bretó. Todos teníamos la esperanza de que 2022, se iniciara de modo diferente y que sea un año en el que finalmente se desvanecieran gran parte de las incertidumbres que nos han ido acompañando durante estos últimos dos años, pero por el momento vuelve a presentarse como un año bastante complejo. La crisis logística no ha cesado y estamos inmersos en otra ola de la pandemia que siembra nuevas dudas sobre la resolución de la crisis de materias primas y sus alteraciones sobre la cadena de suministros. Pese a todo, somos optimistas y tenemos la esperanza de que, en unos meses, la situación pueda mejorar.

VF. ¿Los cambios en las estructuras de costes afectan a su producción y considera que acabarán repercutiendo también en sus precios?

JB. Los incrementos en los costes de prácticamente todas nuestras materias primas en los últimos meses están siendo muy notable y en algunos casos este incremento llega a ser desorbitado. Hemos intentado reducir en cierta medida este impacto con una buena planificación de compras, anticipándonos en el tiempo, pero lo cierto es que situación se está prolongando en de manera excesiva, lo cual hace difícil poder soportar una coyuntura como esta sin que finalmente afecte a los precios.



Para el CEO de Citrosol, Jorge Bretó objetivos, éxitos y desafíos van de la mano. / RF

VF. En este nuevo entorno, ¿qué objetivos se marcan a medio plazo?

JB. Nuestro objetivo sigue siendo continuar en nuestro crecimiento. Algo que venimos consiguiendo año tras año a través de nuestras innovaciones, que nos hacen capaces de atraer nuevos clientes y continuar afianzándonos en los que ya estamos. Cada día son más los clientes que muestran interés por nuestro modelo de negocio, en el que no vendemos

productos, vendemos soluciones con las que los clientes obtienen buenos resultados en sus llegadas. Pensamos que este es el camino e intentamos no desviarnos lo más mínimo.

VF. ¿En qué líneas va a trabajar más intensamente Citrosol durante 2022?

JB. Todas nuestras líneas de trabajo actuales son importantes, y vamos a seguir potenciándolas. Continuaremos con el desarrollo de nuestra gama de productos certificados como insumo para

“Los incrementos en los costes de prácticamente todas nuestras materias primas en los últimos meses están siendo muy notables y en algunos casos, desorbitados”

agricultura ecológica, BIOCARE by Citrosol, para dar respuesta a la creciente demanda de este tipo de productos.

Después de la formidable aceptación durante este último año de nuestros nuevos recubrimientos Plantseal a base de extractos vegetales, y de nuestros recubrimientos CIC que minimizan los síntomas de daños por frío, vamos a seguir potenciando el desarrollo de nuevos recubrimientos. Por último, también hay que decir que vamos a seguir desarrollando nuevos sistemas de aplicación e implantando mejoras en los que ya tenemos, con el objetivo de optimizar la aplicación de nuestros productos.

VF. ¿Entonces el crecimiento de Citrosol en este momento se enfoca al tratamiento de nuevos productos, al desarrollo del catálogo en las líneas de actuales o a la expansión de mercados?

JB. Pues es una combinación de todos estos factores. Por una parte, los nuevos desarrollos nos permiten crecer en mercados en los que ya estamos muy presentes y en las líneas de productos en las que llevamos muchos años

“Nuestro objetivo sigue siendo continuar en nuestro crecimiento. Algo que venimos consiguiendo año tras año a través de nuestras innovaciones”

trabajando. Por otra parte, algunos de nuestros desarrollos nos están permitiendo diversificarlos, aportando soluciones para otras frutas diferentes a los cítricos, que es nuestro principal mercado, como, por ejemplo, los tratamientos postcosecha para frutas tropicales, como el aguacate, el mango, la piña o la papaya. La exportación de estas frutas se está incrementando y necesitan de soluciones que les permitan extender su vida comercial y garantizar la seguridad alimentaria. Por último, continuamos implementando nuestras soluciones en países lejanos, lo cual no es tarea sencilla, y siempre requiere de un esfuerzo importante para hacerlo de la manera adecuada, con el objetivo de alcanzar unos buenos resultados que contribuyan en unas mejores llegadas de la fruta a sus destinos finales.

VF. ¿Cómo imaginan el mundo hortofrutícola en la etapa postpandemia?

JB. Citrosol es una empresa que lleva en el mercado casi 60 años. Los mercados mundiales son cada vez más libres y globalizados, y el abastecimiento de fruta y hortaliza fresca ya no es el de antes, hemos atravesado diferentes etapas en el sector y la economía, y también crisis. Es necesario contar con planes de contingencia y de gestión de crisis que permitan hacer frente a situaciones sobrevenidas como ahora ha ocurrido con la pandemia. Nosotros siempre hemos intentado que cualquier crisis afecte lo menos posible a nuestro cliente y, en definitiva, a la población en general, pues el abastecimiento en este sector es fundamental para no comprometer el suministro de alimentos.

Ahora llega una era complicada con el aumento de los costes en las materias primas, los supermercados cada vez más estrictos y cambios en las prioridades del consumo, pero afrontaremos las dificultades e intentaremos que el sector se vea lo menos afectado posible.

VF. ¿Qué papel espera desempeñar Citrosol en este sector a medio plazo?

JB. Como he comentado, ahora estamos atravesando una etapa difícil no solo en este sector, sino en todos en general. Inmersos en un tiempo de incertidumbre a todos los niveles, debemos proteger los sectores estratégicos básicos como es este sector. Nosotros somos una empresa orientada al cliente, esto quiere decir que siempre vamos por delante para ver cómo se mueve el mercado y la distribución.

A nivel general, hay una gran tendencia hacia el consumo de productos frescos, con lo cual esto nos toca de pleno, pero, sobre todo, estamos observando una clara tendencia en la demanda de productos ecológicos y de IV y V Gama. En Citrosol seguiremos en la línea de siempre: mejorando para que nuestros clientes mejoren y obtengan los mejores resultados.

ALBERTO PALMÍ / Director general de Fedemco

“Esperamos poder volver a la normalidad del material”

Los objetivos que parecen más sencillos o menos ambiciosos son, a un tiempo, los más deseables y difíciles de conseguir. En medio de la incertidumbre de este inicio de año, Alberto Palmí se muestra directo y sincero a la hora de definir qué espera para este año en el sector del embalaje de madera: volver a lo de antes. A la tan manida normalidad. Y no tanto por la pandemia sino por la crisis de suministros y materias primas que está alterando el mercado. Un objetivo con el que la madera seguirá en la vanguardia del sector del envasado y del embalaje. Una posición conseguida por mérito propio.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Fedemco acaba de celebrar su 30 aniversario y es una entidad cada día más dinámica. Con la mirada puesta en el sector hortofrutícola, ¿en qué punto se encuentran las empresas?

Alberto Palmí. En medio de tanta incertidumbre lo primero que esperamos es poder volver a la normalidad del material. Ya no hablo de la nueva normalidad pre-pandémica sino de suministros y de precios porque estos últimos meses han sido una auténtica locura. También queremos volver al ritmo de trabajo porque en este momento parece que está sobrando todo.

VF. La madera es un sector con años de historia en parte porque siempre está innovando, ¿en qué líneas se está trabajando?

AP. Lo más nuevo es, curiosamente, la vuelta al pasado. Nos movemos por modas y estamos viendo modelos de envases que

vuelven a lo antiguo. Es, incluso, lo que están buscando los diseñadores para inspirarse. Se está volviendo a lo de antes e incluso nos han pedido envases antiguos, de los que sirvieron para iniciar la exportación de naranja hace décadas, para incluirlos en una exposición que se va a hacer en Madrid y después en Valencia. Aparte, en medio de la línea “antiplástico” que estamos viendo, conocemos la necesidad de envases cada vez más pequeños en tamaño unidad de venta. Hace dos años empezamos y el mercado lo está asimilando ahora en la línea de las nuevas normas. Ha empezado Francia, luego vendrá España... y estamos esperando la nueva directiva de envases que, efectivamente, parece que va en el camino de eliminar el plástico para determinados tamaños (menos de 1,5 k para frutas y verduras). El mercado busca algo nuevo, siendo lo de

siempre... Barquetas y pitufos, principalmente para el mercado internacional (francés, alemán, italiano...), aunque también hay consumo interno.

VF. ¿Por dónde cree que pueden venir las amenazas durante este año?

AP. Este año no sabemos aún por dónde vendrán las amenazas. Como está cambiando todo tan rápido estamos siendo muy cautos, no estamos levantando el pie del acelerador; pero tampoco estamos apretando. Estamos a la expectativa porque es una situación un poco rara. La naranja, por ejemplo, debería estar disparada y está un poco parada, como publicaba Valencia Fruits la semana pasada. Y lo mismo ocurre con otras frutas. Estamos siendo muy cautos, vamos sobre la marcha, atendiendo los pedidos que llegan y cumpliendo con nuestros clientes. Como siempre, pero poco a poco.



Palmí señala la línea de las novedades en envases de madera. / FEDEMCO

Madera para envasar alimentos

Planeta Madera es una iniciativa promovida por UNEmadera, la Unión Empresarial de la Madera y el Mueble de España, de la que FEDEMCO es miembro, y que representa al conjunto de empresas que desarrollan actividades relacionadas con todo el ciclo de vida de la madera, desde el monte hasta el consumidor final, como son el aprovechamiento forestal y transformación de la madera en aserraderos, industrias del tablero y la chapa, empresas de fabricación de mueble, palets, envases y embalajes, puertas de madera o carpinterías, biomasa, madera estructural para construcción, entre otras.

UNEmadera ha publicado una nueva entrega, la sexta, de su campaña de promoción de la madera como materia prima natural. En esta ocasión, la página de destino muestra distintos envases de madera de Fedemco y el nuevo video de la campaña, donde se demuestra el uso eficiente de la madera y su promoción, como materia prima renovable y reciclable, que procede de bosques gestionados de forma sostenible.

La gestión forestal sostenible y el uso de la madera son instrumentos esenciales para luchar contra la España vaciada, ya que generan valor y riqueza en zonas rurales y evitan la despoblación, además de ser un elemento indispensable para cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Alberto Palmí señalaba en su charla con Valencia Fruits las posibilidades del cultivo de madera a la hora de asentar población rural y generar empleo, negocio y futuro en zonas que, de otra manera, parecen destinadas a formar parte de la España Vaciada. ■

MAF RODA

AGROBOTIC

Aumenta tu rendimiento y productividad con la tecnología de confianza.



MAF RODA
AGROBOTIC
Visionary engineering

in YouTube rodasale@mafroda.es

**OUR INNOVATION,
YOUR EFFICIENCY**

TU SOLUCIÓN GLOBAL

Automatización | Tratamiento | Calibrado | Clasificación | Packing

www.maf-roda.com

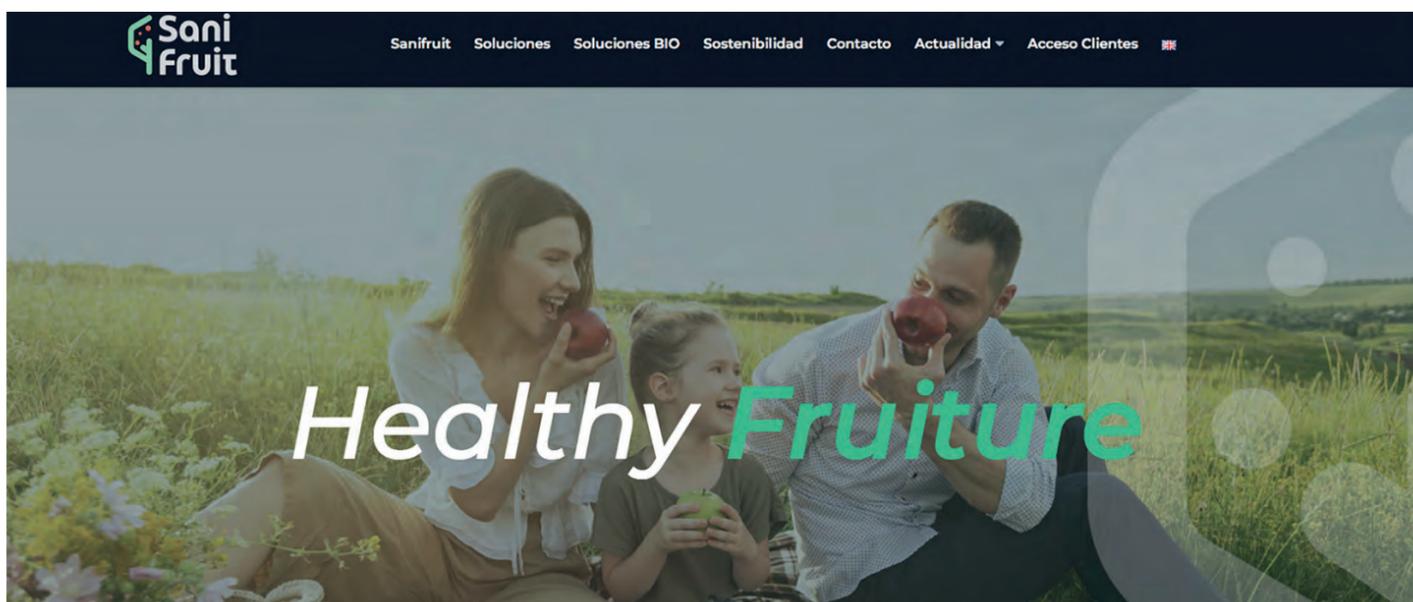
Sanifruit estrena web adaptada a su renovada identidad corporativa

La nueva web, así como la renovación de su identidad corporativa, se encuentran dentro del plan de crecimiento general de la empresa, basado en los pilares de innovación, sostenibilidad y diversificación

► SANIFRUIT.

La constante apuesta en innovación desde sus inicios y la diversificación hacen de Sanifruit la empresa más prometedora del sector de la postcosecha. En la pasada edición de Fruit Attraction 2021, celebrada en Madrid, se presentó la renovación de la identidad corporativa de la marca. El siguiente paso era el diseño de una nueva web, donde poner al alcance de los usuarios todos los servicios y soluciones que Sanifruit ofrece al sector hortofrutícola.

La nueva web, alojada en la dirección www.sanifruit.com, supone un interesante cambio para los usuarios. “Estamos muy satisfechos de nuestros activos tangibles, como los nuevos productos creados para fruta de hueso, melón o plátano y banana, así como de los intangibles, como las soluciones aportadas a nuestros clientes o el arduo trabajo de investigación y desarrollo llevado a cabo por nuestro departamento de innovación. Nos gustaría que se conozca Sanifruit de una manera cercana, como la empresa que gracias a su versatilidad puede ofrecer todo tipo de soluciones postcosecha sin residuos y orgánicas. Además, como empresa comprometida de una forma intrínseca



La nueva web de Sanifruit, junto con la renovación de su identidad, forman parte del plan de crecimiento general de la empresa. / SANIFRUIT

“Nos gustaría que se conozca Sanifruit de una manera cercana, como la empresa que gracias a su versatilidad puede ofrecer todo tipo de soluciones postcosecha sin residuos y orgánicas”

con la sostenibilidad del planeta, ya que ocupa un espacio significativo en nuestro ADN. Y así lo hemos plasmado en nuestra

web”, según afirma Javier Biel, gerente de Sanifruit.

La nueva web de Sanifruit, junto con la renovación de su

identidad, forman parte del plan de crecimiento general de la empresa, en la que la publicidad y la comunicación van a ser otro pilar más en el que sustentar la expansión internacional del negocio.

Así, en línea con la visión de la empresa, buscan conseguir el consumo de una fruta saludable y sostenible en todos los rincones del planeta. Sanifruit ha experimentado un

crecimiento constante en los últimos años que lo sitúa como empresa referente en soluciones postcosecha sin residuos y orgánicas, ofreciendo resultados beneficiosos e importantes mejoras en la rentabilidad de las empresas hortofrutícolas, dentro de un sector en continua evolución.

Todo esto, “apostando firmemente por la sostenibilidad y la salud de los consumidores”.

Cosechas por WhatsApp... y más novedades en 2022

También listados por variedades, nuevas colaboraciones... Naranjasyfrutas.com ha presentado numerosas novedades en 2021 y sigue innovando día atrás día

► JUAN JOSÉ BAS. (*)

En Naranjasyfrutas.com hemos seguido este pasado 2021 en permanente contacto con agricultores y comercios mayoristas para escuchar las necesidades del sector y así poder incorporar más novedades a nuestra plataforma con el objetivo de mejorar las relaciones comerciales en el sector agrario.

Este sería el resumen de innovaciones de la plataforma Naranjasyfrutas.com:

- Contactos por Whatsapp: hemos detectado que más del 50% de las visitas a naranjasyfrutas.com son desde teléfonos móviles y hemos incorporado a cada cosecha publicada una nueva pestaña de Whatsapp para que también se pueda contactar con el agricultor por esta nueva vía.

- Listados de cosechas disponibles por variedades: he-

mos iniciado el envío de listados por variedades de cítricos junto con los datos de contacto de los propietarios a los comercios que nos lo han solicitado. En total fueron enviados 5.346 listados.

- Asociex (Asociación de Exportadores de Frutos de Castellón) con más de 80 empresas asociadas es nuevo colaborador con el objetivo de mejorar junto con sus asociados los servicios de localización de cosechas.

- IGP Cítricos Valencianos se ha unido como colaborador para impulsar los cítricos con certificación de origen.

- Nuevo convenio con La Unió de Llauradors con el objetivo de mejorar los servicios a los agricultores y poder incrementar las ofertas recibidas para las ventas de las cosechas.

- AVA-Asaja renueva su colaboración para afianzar la ven-

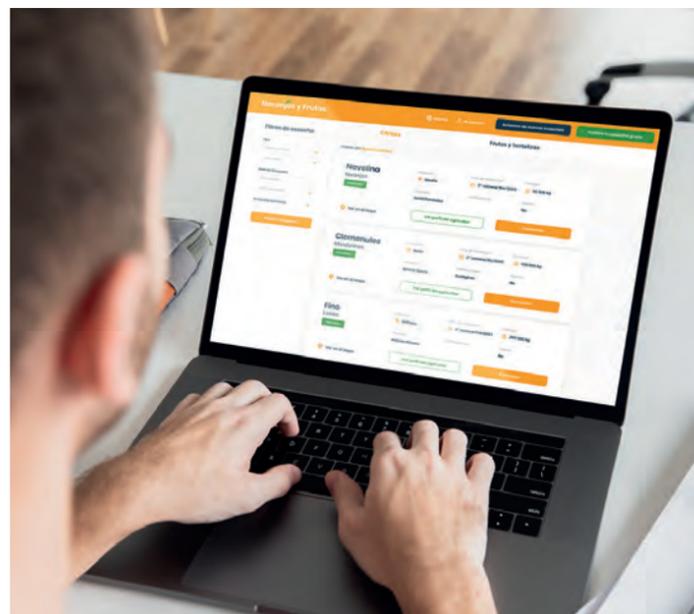
ta online de las cosechas de los agricultores.

- La Asociación Española del Kaki, con 45 empresas asociadas que trabajan unos 150 millones de kilos de kaki, se une como colaborador para mejorar la localización de cosechas de kaki.

- Se han iniciado contactos con la Conselleria de Agricultura en búsqueda de posibles vías de colaboración que faciliten las relaciones comerciales en el sector agrario

- La Escuela de Empresarios EDEM pone a prueba la creatividad de sus alumnos en el MBA Junior para proponer mejoras creativas en la plataforma Naranjasyfrutas.com

- En 2021 se ha incrementado un 44% más el número de cosechas publicadas por los agricultores respecto al 2020, confirmando así el crecimiento progresivo que la platafor-



Naranjasyfrutas.com mejora sus servicios online / NARANJASYFRUTAS.COM

ma está teniendo desde su creación.

Todas estas novedades y colaboraciones están motivando las mejoras en los servicios gratuitos que ofrece naranjasyfrutas.com tanto a los agricultores, que pueden acceder libremente, como a comercios para publicar o localizar cosechas de cualquier tipo de fruta. Los agricultores interesados en anunciar su cosecha solo tienen que entrar en www.naranjasyfrutas.com y pinchar en la pestaña “Publica tu cosecha gratis”.

Por su parte, los comercios que buscan cosechas disponibles deben seleccionar la variedad, o bien pueden recibir cada

lunes los últimos anuncios pinchando en la pestaña “Avísame de nuevas cosechas” y seleccionando las variedades de las que desean recibir información.

En 2022 vamos a mejorar todos los nuevos servicios implantados e intentaremos iniciar nuevas colaboraciones que incluyan otras frutas como frutas de hueso, donde nos gustaría implantar también los nuevos servicios de listados por variedades que han funcionado con mucho éxito en cítricos y que sabemos que pueden ayudar también en la compraventa de cosechas de otras frutas.

(*) Gerente de Naranjasyfrutas.com

Llega el invierno y Marlene® lo recibe con una nueva etiqueta de autor

En la estación invernal arranca la segunda fase de la campaña de comunicación de Marlene® 21-22, cuyo hilo narrativo consiste este año en la sucesión paulatina de las cuatro estaciones

► NR. REDACCIÓN.

El sol se ha ido volviendo cada vez más tibio, el frío ha cristalizado los prados y la nieve ha cubierto con delicadeza los manzanos, que disfrutan de un merecido descanso. Al llegar el invierno, la naturaleza duerme y se regenera para dar rienda suelta a toda su fuerza cuando llegue la próxima temporada. Y con el invierno arranca la segunda fase de la campaña de comunicación de Marlene® 21/22, cuyo hilo narrativo consiste este año en la sucesión paulatina de las cuatro estaciones.

En la nueva campaña de la manzana Hija de los Alpes también participan los artistas finalistas del concurso artístico internacional realizado con ocasión del 25° aniversario de la marca. Sus nuevas obras interpretan el tema de las cuatro estaciones y se convierten en protagonistas de los distintos periodos del año.

Así pues, tras el solsticio de invierno, Marlene® está a la venta en las estanterías de las fruterías con una nueva etiqueta estacional realizada esta vez por el artista italiano Luca Santella, titulada “Rosso d’inverno” (Rojo de invierno). La ilustración retrata la naturaleza durmiendo en lo más crudo del frío invernal, descansando y preparándose para despertar en primavera con más energía y color que nunca en las estaciones siguientes, tal como ocurre con las manzanas Marlene®.

“El relato del universo de Marlene® durante las cuatro estaciones, tan diferentes y tan específicas, muestra lo que hace que nuestras manzanas sean tan especiales”, explica Hannes Tauber, responsable de Marketing de VOG. “Nuestros manzanos tienen las condiciones climáticas ideales para resaltar el sabor de todas las variedades distintas de manzanas Marlene®. El invierno es una estación fundamental, porque es cuando nuestros socios agricultores realizan las delicadas operaciones de poda y preparan las plantas para el reinicio vegetativo en la época primaveral”.

Además de la obra de Luca Santella, los artistas de Marlene® han creado otras obras dedicadas al invierno: “Il riposo della natura” (El descanso de la naturaleza) y “La cura” (Los cuidados) de Alessandra Sartoris, “ME LO coccolo” (Lo mimo) de Serena Vajngerl, “Nel silenzio dell’attesa” (En el silencio de la espera) de Umberto Stagni y “Fiocchi di vita” (Copos de vida) de Laura Vivar. Algunas de ellas han sido protagonistas de una exposición al aire libre, que han revestido los tranvías de la ciudad de Milán desde diciembre hasta principios de enero.

“Tras el otoño, hemos repetido la iniciativa con éxito en los tranvías de Milán —comenta Tauber—. Todas las obras han sabido interpretar con gran creatividad las particularidades



El concurso ‘Hall of apples’ premia las mejores exposiciones dedicadas a las manzanas de VOG. /VOG

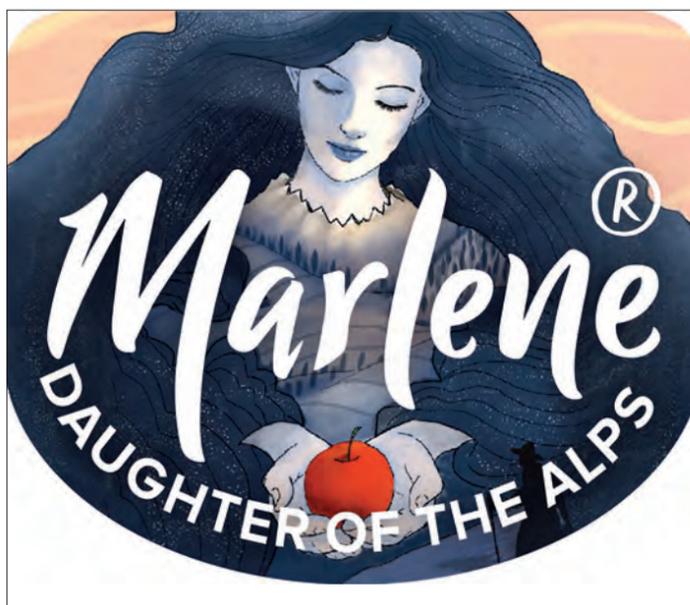
VOG, 77 años innovando

Nacido en 1945, el Consorcio de Cooperativas Hortofrutícolas de Südtirol tiene su sede en Terlano (Bolzano) y es uno de los principales protagonistas de la producción de la manzana en el ámbito europeo. En la actualidad el VOG está constituido por doce cooperativas que agrupan a más de cuatro mil seiscientos familias que trabajan once mil hectáreas de manzanos (el 92% de las mismas con una gestión integrada de plagas, el restante 8% con agricultura biológica) entre Merano, Bolzano, Bressanone y la Bassa Atesina. La producción anual media se sitúa en torno a las quinientas mil toneladas, con una facturación que sobrepasa los cuatrocientos cincuenta millones de euros. VOG comercializa sus más de treinta variedades de manzanas en sesenta y cinco países del mundo entero y es miembro de importantes clubes varietales. Está avalado por las certificaciones Global GAP, AGRIOS, IFS e ISO 9001:2015. ■

de esta estación y han captado su importancia para las manzanas Marlene®. La iniciativa ha tenido muy buena acogida porque ha trasladado a Milán el variopinto mundo de Marlene®, dando más color a esta urbe incluso durante el frío y gris periodo invernal”.

■ HALL OF APPLES

Otra de las iniciativas de Mar-



La nueva etiqueta, “Rosso d’inverno”, es obra de Luca Santella. / MARLENE®

Todas las obras han sabido interpretar con gran creatividad las particularidades de esta estación y han captado su importancia para las manzanas Marlene®

Orientar al consumidor gracias a una presentación capaz de valorizar los productos se ha convertido en un factor relevante para cualquier tipo de comercio

lene® dentro de su campaña de Marketing y Comunicación centrada este año en las cuatro estaciones es el concurso ‘Hall of apples’ dirigida a los minoristas, mayoristas y supermercados, y que premia las mejores exposiciones dedicadas a las manzanas de VOG.

Los consumidores están cada vez mejor informados, interconectados, son cada vez más exigentes y, una vez dentro del punto de venta, desean vivir una experiencia de compra verdaderamente satisfactoria y atractiva. Esta es la razón por la que VOG ha decidido premiar las mejores exposiciones de

manzanas con el nuevo concurso internacional Hall of Apples.

“Lograr orientar al consumidor gracias a una presentación capaz de valorizar los productos se ha convertido en un factor cada vez más relevante y decisivo para cualquier tipo de comercio”, apunta Hannes Tauber. Y lo es más todavía cuando se trata de proponer un producto fresco como las manzanas, que ofrece un surtido muy amplio. Es por eso que “ser capaces de proponerlo con creatividad e inteligencia representa un auténtico desafío”.

El concurso Hall of Apples está dirigido a las tiendas mi-

noristas de fruta y verdura, los mayoristas y los supermercados, sean pequeños, medianos (de hasta dos mil metros cuadrados) o grandes (de más de dos mil metros cuadrados). Para valorizar de la mejor manera la exposición de las manzanas, los participantes podrán solicitar a VOG los materiales promocionales más bonitos, con los pósters de las temporadas de otoño y de invierno, en sintonía con la nueva campaña de comunicación de 2021-2022, así como los materiales POP de las marcas Kanzi®, Yello® y Envy™. Después todo dependerá de la creatividad de cada participante, que podrá disponer de la manera más artística y original, con el objeto de constituir el rincón de la manzana más atractiva. Para participar solo es necesario cargar una foto de la presentación en la página web: www.hallofapples.com.

El concurso, que arrancó el 2 de noviembre y se prolongará hasta el 31 de marzo de 2022, estará activo en Italia, España, Alemania, Suecia, Holanda, Noruega, Bélgica, Malta y Chipre. Las mejores presentaciones serán examinadas por un jurado internacional de expertos en el campo de la gestión por categorías, teniendo en cuenta unos requisitos específicos. “El jurado tendrá en cuenta diversos aspectos condicionados por tres factores: surtido, creatividad de la presentación y resultados de venta obtenidos”, agrega Hannes Tauber. “Así, los criterios de evaluación son múltiples y tendrán en cuenta la presentación global de las manzanas, la cantidad de producto biológico presente, la clase de comunicación y, en el caso de los puntos de venta de la gran distribución, también el rendimiento de las manzanas con respecto a la facturación total del sector de frutas y hortalizas”.

Los ganadores de Hall of Apples —cuatro minoristas, dos mayoristas, dos supermercados pequeños y medianos, un supermercado grande— recibirán como premio un montaje personalizado para exponer manzanas, por valor de 5.000 a 20.000 euros, según la categoría en la que hayan concursado. Además, independientemente de la categoría, se seleccionará un ganador en cada país basándose en el empleo de los materiales de Marlene® relativos a la nueva campaña. El premio, en este caso, es un viaje para dos personas al Südtirol.

“Marlene® es un referente en la categoría de las manzanas. Gracias a la profundidad y a la riqueza de su surtido es un socio fundamental para quienes todos los días se ponen al servicio del consumidor final”, señala Tauber. Por ello, “queremos crear las mejores condiciones con el fin de fidelizar a los clientes a través de la creación de un punto de venta cada vez más hermoso y atractivo”.

MAF RODA

“Queremos seguir consolidando nuestra presencia como líderes del sector a nivel mundial”

En medio de una situación tan compleja como la actual, Maf Roda ha optado por mirar hacia adelante y mostrar confianza en el futuro apoyándose en su constante apuesta por la I+D. Fruto de esta inversión son tanto las novedades que presentan en esta entrevista como su expansión internacional.



En la automatización de instalaciones destacan los vehículos de guiado automático o AGVs. / MAF RODA

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Cómo ve Maf Roda el escenario de 2022?

Maf Roda. El escenario de 2022 está lleno de incertidumbres. Con aspectos muy positivos, pero también con grandes retos. Por un lado, la pandemia sigue latente y generando ciertas dificultades en cuanto a las cuarentenas y bajas de la fuerza laboral. Y, por otro, la crisis logística seguirá siendo un gran reto para este año que tendremos que seguir sorteando. A pesar de todo, hay mucha luz al final del túnel y ahí es donde queremos poner la vista en Maf Roda.

En cuanto a la crisis logística, aunque aún no está solucionada, sí empezamos a ver atisbos de que comienza a remitir y se van descongestionando los cuellos de botella en el tráfico de suministros. La pandemia, por su lado, comienza a cronificarse, lo cual nos permitirá poco a poco seguir avanzando hacia esa ansiada normalidad, pero con un cambio de paradigma gracias a la naturalización de la digitalización de los procesos que hemos experimentado en estos 2 últimos años. Esa asimilación de lo digital es un factor clave en el sector hortofrutícola. Desde Maf Roda, siempre hemos apostado por la automatización y se ha demostrado clave y eficiente en los últimos años. Apostamos por seguir avanzando en esa dirección y por acompañar a nuestros clientes a hacer la transformación tecnológica que necesitan para ser los más eficientes del mercado.

VF. ¿En qué innovaciones o tecnología está trabajando Maf Roda para seguir avanzando en esa dirección?

MR. Invertimos de manera constante en I+D, es una de nuestras grandes fortalezas. Esto quiere decir, que nuestras máquinas y softwares están en constante evolución.

Desde hace algunos años, estamos enfocados en la cada vez mayor integración de la



Maf Roda ofrece soluciones 360° llave en mano. / MAF RODA

Inteligencia Artificial en nuestras soluciones. Esto nos está permitiendo dar un gran salto de calidad en la precisión de la detección de defectos y en la gestión eficiente de los almacenes.

Con respecto a la optimización en la gestión de los almacenes, uno de los productos estrella en automatización de instalaciones son los vehículos de guiado automático o AGVs por sus siglas en inglés. Como su nombre indica, se trata de vehículos que, de forma autónoma, sin necesidad de conductor, transportan mercancía como cajas o bins por el almacén. Como resultado, se consigue reducir costes y hacer el proceso. Con este nuevo producto, Maf Roda da otro paso más en la ansiada automatización.

VF. ¿Qué ventajas ofrecen los AGVs de Maf Roda frente a los de la competencia?

MR. Una de las principales ventajas de los AGVs de Maf Roda frente a otros es que cuentan con baterías limpias de litio, gracias a lo cual, estas se recargan sin riesgo de cortocircuito e incendio.

Además, como toda nuestra tecnología, se integra al 100% con la instalación, con el Sistema Supervisor de control de la producción del almacén y aseguran la trazabilidad en todo momento. Son AGVs diseñados específicamente para nuestros clientes teniendo en cuenta las características concretas de

nuestro sector como el entorno de trabajo y tipo de carga a transportar. Mantenemos así el compromiso de seguir ofreciendo a nuestros clientes una solución 360° llave en mano.

VF. ¿Cuáles son los principales retos del Grupo a nivel internacional?

MR. En este 2022 queremos seguir consolidando nuestra presencia como líderes del sector a nivel mundial. Hay muchos proyectos interesantes y apasionantes que esperamos ir desvelando en los próximos meses. Uno de los más significativos en cuanto a la expansión de la compañía es la consolidación de la nueva filial en Perú. Si bien es cierto que llevamos muchos años presentes en el mercado peruano a través de nuestros partners, con la apertura de la filial afianzamos nuestro compromiso en este mercado con gran potencial y por el que queremos seguir apostando.

Una de las señas de identidad de la compañía es su apuesta por un servicio de proximidad y por hacer una escucha activa de nuestros clientes y sus necesidades sobre el terreno. Esta presencia permanente en los distintos países exportadores nos ha permitido seguir dando ese servicio de proximidad pese a las restricciones de desplazamiento que se han aplicado estos años y con la apertura de esta filial en Perú estamos reforzando ese compromiso.



Vicente Mingarro en la pasada edición de Fruit Attraction. / ÓSCAR ORTEGA

VICENTE MINGARRO / Responsable de Marketing de Frutinter

“Desde 2014 profundizamos en la estrategia de apostar por la sostenibilidad”

Mingarro comenta aspectos relacionados con la sostenibilidad, remarcando el primer certificado mundial de comercialización de clementinas con Huella de Nitrato Cero.

► ÓSCAR ORTEGA. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Son la primera empresa del mundo en tener clementinas certificadas con Huella de Nitrato Cero. ¿Por qué se plantearon este reto y cómo lo han conseguido?

Vicente Mingarro. Es uno de los frutos del desarrollo de la Cátedra Frutinter a través de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV). Se apostó por este estudio debido a los problemas de contaminación en los acuíferos en las zonas de cultivo que tenemos en Castellón.

La Cátedra Frutinter está encaminada a la Agricultura Smart que trata de obtener información directamente de los árboles a través de sensores y su monitorización para poder saber en cada momento las necesidades reales de la planta, reduciendo de esta forma los niveles de abonos y nitratos suministrados a su justa medida, sin desperdicio alguno, y sin posterior filtrado a los acuíferos. Con esta técnica se han reducido los niveles de nitratos y se ha optimizado el uso de agua de riego que se traduce en que la finca obtenga mayor número de kilos por hectárea (entre 10.000 y 12.000 kg más).

Con todo ello, y a raíz de dichos estudios y datos, se elaboró una técnica que podía obtener el nivel de nitratos filtrados en el subsuelo, y viendo que la Agricultura Smart conseguía que este dato entrara dentro de los baremos establecidos por la normativa, junto a la certificadora RINA, se pudo obtener este primer certificado mundial de comercialización de clementinas con Huella de Nitrato Cero.

VF. En los últimos años destaca su potente apuesta por la sostenibilidad, siendo una de las empresas de referencia en este ámbito. ¿En qué acciones y proyectos están inmersos y con qué objetivos?

VM. Con la ampliación de Frutinter en 2014 con la planta de Onda, en Castellón, ya se profundizó en la estrategia de apostar por la sostenibilidad. Hemos optimizado todos los procesos de entrada, confección y salida de la fruta.

Utilización de más luz solar gracias a las claraboyas, con el consiguiente ahorro energético; uso de agua caliente por aeroter-

mia; inversión en energía solar para el autoconsumo (placas solares); depuradora propia; tratamiento de aguas residuales con ozono; túnel de secado de bajo consumo (ahorro en gas); lavado de fruta con ultra bajo consumo de agua (ahorro hídrico)...

En distribución, ya disponemos de parte de la flota de camiones funcionando con gas, eliminando CO2 de la atmósfera.

En el campo hemos invertido a diferentes niveles, tanto en temas de tratamientos de plagas con la creación de un insectario propio como el tratamiento de residuos con la instalación del Phitobag, entre otros aspectos.

VF. Antes ha mencionado la Cátedra Frutinter de la Universidad Politécnica de Valencia. ¿Siguen apostando por ella?

VM. Por el momento seguimos mejorando las acciones llevadas a cabo y vemos la posibilidad de ampliar proyectos y, en consecuencia, seguiremos con esta dinámica que nos hace muy participes dentro del sector, aportando valor añadido a la empresa.

VF. ¿Qué otras novedades tienen previstas para este 2022?

VM. Seguimos enrolados en las nuevas dinámicas del sector, donde prevalece la sostenibilidad tanto en acciones de campo como en acciones de confección. Así, el uso de materiales reciclables, compostables y retornables prevalece en todas las confecciones. Por esta vía vamos a seguir colaborando con proveedores y clientes en favor del medioambiente. En 2021 pusimos en marcha la zona de precalibrado de Onda que ahora en 2022 se afinará más con los últimos detalles.

También este año, abriremos nuevas oficinas en la planta de Onda para tener una mayor conjunción en la operativa diaria.

Estamos en fase de estudio, en cuanto a viabilidad de resultados y periodo de amortización, de la construcción de una planta de biogás adjunta a la planta de Onda. Se trata de procesar los sólidos residuales de la depuradora así como la fruta podrida para conseguir biogás, gas con el que pondremos en marcha un generador eléctrico.

En definitiva, seguimos creciendo y siendo la mejor opción para nuestros clientes.

Servicio e innovación, los pilares esenciales por los que los clientes confían en AgroFresh

► AGROFRESH.

Sin duda 2021 ha sido un año en el que el impacto de la COVID-19 ha seguido incidiendo o repercutiendo en todos los rincones del mundo. Al igual que en el año anterior, también ha sido un momento de tremenda dedicación para el sector agroalimentario. Gracias al compromiso y la actitud entusiasta del equipo de AgroFresh, hemos seguido apoyando día a día a nuestros clientes, ofreciéndoles servicios personalizados y contribuyendo al funcionamiento normal de la cadena de suministro.

Asimismo, el 2021 ha supuesto un gran desafío para AgroFresh, ya que hemos apostado por diversos proyectos nuevos y retadores, entre ellos la presentación al mercado de nuevas soluciones, así como un cambio de nombre de compañía y productos. Ha sido el año en el que hemos mudado definitivamente nuestra piel, honrando el legado de Tecnidex Fruit Protection y pasando a ser AgroFresh al 100 por 100. Junto al cambio de denominación social AgroFresh Fruit Protection, S.A., también actualizamos las marcas de nuestras soluciones más tradicionales. Nuestros detergentes y desinfectantes ahora se llaman FreshStart™, nuestros fungicidas ActiSeal™ y nuestros recubrimientos Teycer™ Originals.

Mirando ya a 2022 y respecto a innovaciones, en primer lugar, lanzamos al mercado nacional

e internacional VitaFresh™ Botanicals, nuestra línea de recubrimientos plant-based, ideales para aguacates, cítricos, mangos y otros cultivos. Estos recubrimientos comestibles vegetales ofrecen nuevas oportunidades en toda la cadena de suministro.

En palabras de Carles Doménech, responsable global de recubrimientos y desinfectantes, “las soluciones VitaFresh Botanicals protegen una amplia variedad de cultivos, contribuyendo a prolongar la vida útil de las frutas, ya que ayudan a retrasar la maduración, y a reducir la deshidratación y la pérdida de peso, posibilitando que la calidad de la fruta se mantenga desde su cosecha hasta la llegada al consumidor”. Dentro de esta categoría de recubrimientos vegetales, ofrecemos cuatro productos, algunos de ellos certificados como vegans, con la V-label de la EVU (Unión Vegetariana Europea). La acogida de esta línea de soluciones ha sido fantástica en todos los sentidos, estamos colaborando a nivel mundial con grandes firmas con unos resultados muy satisfactorios.

Nuestra segunda novedad, que ya está marcando la diferencia en el sector cítrico, es SmartCitrus™, un sistema de calidad dirigido en exclusiva a la industria de cítricos. “Esta plataforma está compuesta de un catálogo completo de productos postcosecha, tales como detergentes



2021 ha sido el año en el que AgroFresh ha mudado definitivamente su piel, honrando el legado de Tecnidex. / AGROFRESH

y desinfectantes, fungicidas, recubrimientos, así como equipos, tecnologías de aplicación y servicios de asesoramiento agrobiológico todo ello personalizado y ofrecido de acuerdo a las necesidades y características de cada cliente” indica David Ferrer, responsable de desarrollo comercial de AgroFresh. Smart-Citrus, puede tener un impacto positivo en prácticamente todos los aspectos de las operaciones de la central hortofrutícola, desde el momento en que los cítricos llegan a las instalaciones hasta que se envasan y envían para el disfrute del consumidor. Esta plataforma, que se lanzó como primicia en España, ya la estamos expandiendo con gran éxito a otras regiones.

A través de esta creciente línea de soluciones postcosecha, seguimos apostando por la sostenibilidad.

En AgroFresh hemos proporcionado soluciones revolucionarias a la industria durante más de 40 años y seguiremos haciéndolo en 2022, incluyendo nuevas innovaciones para las centrales hortofrutícolas que ayudarán a mejorar la calidad de los productos frescos, preservar los recursos y reducir costes. Nuestras soluciones AgTech (agrotecnol-

gicas) han ayudado a mantener la frescura de frutas y verduras, contribuyendo a conservar mejor los recursos a lo largo de toda la cadena de suministro. Todos nuestros productos, actuales y en proceso de innovación, están diseñados con un propósito en mente: ayudar a los consumidores de todo el mundo a disfrutar de frutas y verduras, que se mantengan frescas y que tengan un excelente sabor.

En este 2022 seguiremos apostando por la digitalización del sector hortofrutícola, especialmente de las centrales hortofrutícolas, pero también de los productores y distribuidores. Continuaremos poniendo el foco en la plataforma FreshCloud™, nuestras herramientas digitales de monitoreo y análisis, que usan el aprendizaje automático (machine learning) y la inteligencia artificial para abordar de forma sostenible la reducción del desperdicio de alimentos y obtener información sobre la cadena de suministro, lo que permite tomar decisiones en tiempo real con análisis en vivo.

Las soluciones digitales requieren de un profundo conocimiento de la industria, y nuestro equipo de expertos, distribuidos por todo el mundo, trabaja estre-

chamente con nuestros clientes para digitalizar el proceso de inspección de calidad y crear nuevas eficiencias que ayuden a maximizar la calidad de los productos del mundo.

Asimismo, en 2022, continuaremos apostando por nuestro sello AgroFresh™ Verified, un servicio patentado de análisis e informes que proporciona la confirmación de la aplicación de SmartFresh™. A través de nuestros laboratorios, ofrecemos resultados rápidos para corroborar la correcta ejecución de la aplicación, según los estándares de AgroFresh, y certificar que no se encontraron problemas durante el proceso.

Este es un símbolo que respalda nuestra solución, así como nuestro servicio y fomenta la confianza de nuestros clientes.

Creemos que 2022 será un año importante para la industria y para nuestra empresa. Nuestros clientes confían en AgroFresh, puesto que les ayudamos a llevar sus productos al destino, preservando la calidad, siempre con un servicio personalizado y un portfolio increíblemente diverso que cubre una amplia gama de cultivos y necesidades. Esperamos tener un año fructífero y más seguro por delante.

Fruits Ràfols inicia con fuerza 2022

► ÓSCAR ORTEGA BARCELONA.

Fruits Ràfols inicia con fuerza este 2022 después de recoger los frutos del año 2021, repleto de retos y logros conseguidos en distintas áreas. Por ejemplo, la obtención de la exigente certificación de calidad IFS Wholesale Plus V2, que solo han conseguido diez empresas del sector hortofrutícola en España. Además, esta empresa distribuidora, importadora y exportadora de frutas selectas de Mercabarna logró un 95,22% de puntuación (Higher level), tras la completa evaluación transversal de 240 puntos concretos del sistema de trabajo y servicio al cliente, incluyendo la responsabilidad de la dirección, el sistema de gestión de la calidad y seguridad del producto, la gestión de recursos, los principales procesos, mediciones y control de fraude alimentario, entre otros aspectos. Este logro, que demuestra el cumplimiento de los estándares más altos, supone para Fruits Ràfols ascender un

Durante este año 2022 se continuará implantado la nueva identidad visual en la empresa

escalón más en calidad, puesto que en 2020 ya alcanzó la certificación de calidad IFS Wholesale (International Food Standard), que solo habían conseguido ocho empresas del sector en el país.

■ MÁS PARADAS

El ejercicio de 2021 concluyó con la adquisición de 2 nuevas paradas en el Pabellón G del Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna, colindantes a las ya 3 existentes. De esta forma, su presencia en ese espacio asciende a 5 paradas unidas de la 7027 a 7031, con una superficie total de 515 m² que sumado a la parada 2030 del Pabellón B, de 139 m², alcanza una superficie de venta para atención a clientes de 6 paradas y 654 m² en total.

Esta ampliación de espacio de venta responde a la clara ambición por ofrecer un servicio de calidad en todos los aspectos a sus clientes.

Como dato histórico, Fruits Ràfols empezó su andadura en



Parada de Fruits Ràfols en Mercabarna con la nueva identidad visual. / O. ORTEGA

este mercado en 1988 con una parada de 42 m² en el Pabellón G.

■ NUEVA IDENTIDAD VISUAL

La parada del Pabellón B ha sido la primera donde se ha implantado la nueva identidad visual de la compañía, presentada en el inmejorable marco de la pasada edición de Fruit Attraction.

La nueva imagen corporativa pretende proyectar la evolución positiva de esta firma afincada en Mercabarna, que ha doblado facturación, ventas y número de trabajadores en los últimos 5 años, y es un paso más adelante en una empresa que ha sido siempre pionera en su sector en innovación, modernización, sostenibilidad y transparencia, así como en la importación de productos exóticos.

Durante este año 2022 se continuará implantado la nueva identidad visual en las otras paradas del Pabellón G, además de acondicionar y renovar las 2 últimas paradas adquiridas.

Además, Fruits Ràfols continuará durante este curso con su apuesta e iniciativas de sostenibilidad como las cámaras con tecnología CO₂, respetuosa con el medio ambiente, de su instalación en el interior del recinto de Mercabarna donde se ubican sus oficinas centrales y un almacén de 2.000 m² con temperatura controlada.

La gran reivindicación para 2022: Reconocer de la alimentación como sector esencial

Asedas vuelve a reclamar esta consideración legal para garantizar el acceso del consumidor a productos básicos ante cualquier crisis

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El reconocimiento como sector esencial de la cadena agroalimentaria en su conjunto y, en concreto, de la distribución alimentaria durante los primeros estados de alarma motivados por la pandemia de la Covid-19 fue fundamental para que las empresas pudieran trabajar sin restricciones y garantizar el suministro de alimentos y productos de higiene a todos los ciudadanos.

Esta va a seguir siendo una de las grandes reivindicaciones de Asedas, Asociación Española de Empresas de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados, durante este año 2022 porque la experiencia de los dos últimos años ha servido para poner de manifiesto la necesidad de dar al sector de la alimentación los instrumentos legales necesarios para que pueda hacer frente a crisis de todo tipo a las que pueda enfrentarse en el futuro.

El reconocimiento de esta esencialidad deberá servir para facilitar los procesos que ayudan a garantizar que la alimentación nunca va a ser un problema, sean cuales sean los retos de la sociedad. Como se ha podido comprobar durante los dos últimos años, algunos de los riesgos a los que nos hemos enfrentado, y que se pueden repetir, han sido los siguientes:

— La pandemia Covid-19 en sus diferentes fases. Tras los primeros estados de alarma, el comercio ha mantenido los protocolos de seguridad que ga-



El coste energético y el acceso a las materias primas están teniendo un alto impacto sobre la cadena agroalimentaria. / ARCHIVO

rantizan el acceso seguro a las tiendas, así como el refuerzo en cuanto a personal. Según un estudio de la Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo de CEOE, los costes derivados de la pandemia alcanzan los 514 M/€, lo que incluye un elevado coste normativo ante la gran cantidad de leyes nuevas derivadas de la pandemia. Cada una de las diferentes “olas” que se han sucedido ha traído consigo nuevos escollos que solventar. El último, el relacionado con la necesidad de simplificar administrativamente la obtención de altas médicas, que es algo urgente ante

El reconocimiento de esta esencialidad deberá servir para facilitar los procesos que ayudan a garantizar que la alimentación nunca va a ser un problema

las graves carencias de personal que experimenta el sector.

Fenómenos naturales y climáticos. Hace justo un año, con la tormenta Filomena, el esfuerzo del personal de los supermercados y de las plataformas logísticas para limpiar accesos y llevar a las tiendas el surtido necesario para abastecerlas fue ingente, despejando las entradas

y trasladando la mercancía con sus propios medios. El acceso a los centros de alimentación debería ser considerado prioritario en situaciones semejantes teniendo en cuenta, además, los fenómenos climatológicos extremos a los que nos podemos enfrentar en el futuro. Una nueva prueba llegó en la isla de La Palma con la erupción del volcán

de Cumbre Vieja. Allí el esfuerzo de las empresas de distribución de la zona también hizo que la alimentación no faltara en ningún momento en las áreas más afectadas.

Amenazas que afecten a la cadena de suministro. La reactivación post-Covid está siendo complicada en términos de costes energéticos y de acceso a las materias primas que pueden tener un alto impacto sobre la cadena de valor agroalimentaria. Un ejemplo de ello ha sido la amenaza de paro del transporte del pasado mes de diciembre, que pudo suponer un riesgo para el abastecimiento de productos básicos. Independientemente de que se puedan compartir muchas de las reivindicaciones de éste u otros sectores, el acceso a la población de la alimentación debería estar garantizado en todo momento al ser crucial para la ciudadanía.

“El reconocimiento social de la labor de las empresas de distribución alimentaria, y también del conjunto de la cadena agroalimentaria, ha sido un hecho durante los últimos dos años, cuando comenzó la crisis sanitaria y la ciudadanía comprobó que en ningún momento faltó ningún producto de alimentación o higiene en los supermercados. Sin embargo, necesitamos garantizar, con el paraguas legal del reconocimiento como sector esencial, que esto va a seguir siendo así en el futuro y que las empresas de la cadena agroalimentaria contarán con el apoyo de las administraciones públicas ante cualquier problema que pueda suponer un riesgo para el acceso de la ciudadanía a la alimentación”, dijo Ignacio García Magarzo, director general de Asedas.

En este sentido, la Comisión Europea ha dado un primer paso al considerar al comercio como uno de los 14 ecosistemas estratégicos para la recuperación económica de Europa por su impacto en el empleo, la economía, el medioambiente y por su papel para garantizar el acceso de la población a bienes básicos.

Edypro apuesta por la inversión enfocada a la mejora de la producción

Invierte más de 100.000€ en su departamento de fabricación para responder a una demanda en constante crecimiento

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La compañía de estudio, desarrollo y producción de fertilizantes biotecnológicos, Edypro, ha realizado una inversión superior a 100.000 euros en su departamento de fabricación. Entre las mejoras realizadas destaca la adquisición de nuevos equipos de producción con amplias funcionalidades de precisión.

Así se ha incrementado la capacidad de producción en este punto en 2,5 veces, ya que permite fabricar con una máxima precisión un mayor volumen.

De este modo, según informan desde la compañía, “Edypro consigue dar respuesta a la creciente demanda que viene

experimentando durante los últimos años en los mercados en los que la firma está presente”.

La precisión de este nuevo equipo va a permitir “un control muy depurado y exhaustivo de los procesos, para subir aún más en el estándar de la calidad del producto biotecnológico acabado”, afirman sus responsables.

Además, se han instalado varios equipos para asegurar el funcionamiento ininterrumpido de las máquinas de fabricación.

Como explica Vicente Puchol, gerente y director técnico de la compañía, esta inversión permite “optimizar los recursos, producir nuevos productos

de valor añadido e implementar nuevos procesos”.

En los aspectos de interacción con los clientes y mercados, la compañía ha logrado importantes sinergias entre distribuidores y entre productores, generando a través de distintos eventos puntos de fusión y colaboración muy gratificantes para los productores agrícolas.

En 2021 la compañía ha tenido un incremento de producción superior al 25% comparando con el año anterior.

Asimismo, ha introducido un producto nuevo que está en la fase de aplicaciones demostrativas y ha mejorado algunos productos de su catálogo, además de seguir con los proyectos de



Imagen del equipo al frente de esta empresa valenciana. / EDYPRO

investigación para la culminación del desarrollo de una nueva línea de productos.

■ OBJETIVOS Y RETOS

En cuanto a la crisis de las materias primas que está afectando a toda la industria, Edypro ha conseguido afrontar esta problemática sin que su producción se vea perjudicada “gracias a las previsiones de ventas y a la planificación anticipada de fabricación” explica Puchol. Esta previsión va a continuar en 2022 por lo que esperan poder capear

posibles periodos de escasez de materiales.

En el ámbito internacional, la relación estratégica puesta en marcha en el mercado italiano va a permitir introducirse más en este país cuya agricultura valora y precisa de la biotecnología de Edypro para su evolución. A la vez, algunos mercados centroamericanos, según afirman sus responsables, “están volcados con los productos de la firma y muy deseosos de avanzar rápido y cosechar éxitos en sus cultivos”.