

# valencia fruits

8 de marzo de 2022 • Número 2.973 • Año LX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962

## El impacto de la guerra

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La invasión rusa de Ucrania podría desembocar en un exceso de oferta de frutas en el mercado de la Unión Europea. Las condiciones cada vez más difíciles para mantener el suministro en estos países puede provocar que los operadores desvíen sus envíos de los mercados de Rusia y Ucrania hacia otros destinos como la UE y EEUU provocando un exceso de oferta en ellos.

En 2020, Ucrania importó 795 millones de dólares de fruta fresca con más del 48% procedente de proveedores como Turquía (cítricos), Ecuador y Costa Rica (plátanos y piñas). Las exportaciones totales de fruta fresca de los países miembros de Shaffe (Asociación de Exportadores de Frutas Frescas del Hemisferio Sur, una entidad comercial compuesta por las principales asociaciones comerciales de productos frescos de Argentina, Australia, Brasil, Chile, Nueva Zelanda, Perú, Sudáfrica y Uruguay) alcanzaron los 54 millones de dólares en 2020, lo que representa el 7% del mercado total de importaciones de frutas en Ucrania. Los principales proveedores de Ucrania desde los países miembros de Shaffe incluyeron a Sudáfrica, que exportó principalmente cítricos por un valor de 16 millones de dólares, y que representó el 30% del valor total de las envíos registrados por los países



La invasión rusa de Ucrania podría desembocar en un exceso de oferta de frutas en el mercado de la UE. / ARCHIVO

miembros de la asociación en el ejercicio 2020.

Durante el mismo periodo, las principales especies de frutas exportadas por los países miembros de Shaffe a Rusia incluyeron manzanas, peras y cítricos, que en conjunto representaron el 80% de los envíos totales a este mercado. Las exportaciones de productos frescos de los países miembros de esta asociación han tenido una tendencia al alza, registrando un crecimiento del volumen del 29%, en el periodo comprendido entre

2017 y 2020. Sudáfrica y Argentina son los principales proveedores de productos frescos a Rusia y representaron el 69% del volumen total exportado por los países miembros de la asociación en 2020.

Según Shaffe, los impactos negativos previsibles de la guerra podrían incluir la reducción de las exportaciones al mercado ruso y ucraniano y, por lo tanto, la redirección y un incremento de oferta de cítricos, manzanas y peras en otros destinos como la UE o EEUU. Esto podría conducir a un

exceso de oferta de esos mercados con las consiguientes pérdidas financieras para los exportadores. Además, la entidad prevé que esta situación podría agravar aún más el impacto negativo del aumento actual de los costos de producción y logística que enfrentan los exportadores y productores. Y a ello se une que las sanciones de algunos países occidentales contra los bancos rusos, así como los pagos SWIFT, aumentarán los riesgos que deberán abordar los exportadores.



**Esta semana**  
**8** Medidas para limitar la polinización cruzada en las plantaciones de cítricos



**ÍNDICE**

Agrocomercio: .....	3
Agrocultivos: .....	8
Noticias de empresas: .....	15



Excelencia en  
productos postcosecha

Cami del Racó, 42 - Pol. Ind. Norte | T. +34 96 121 18 62 | info@fomesafruitech.net  
46469 Beniparrell - Valencia (España) | F. +34 96 121 41 13 | www.fomesafruitech.net



Bee Friendly



SIN SEMILLAS  
la Solución

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**

# Hacia el liderazgo y talento de las mujeres

Por GONZALO GAYO

**L**o vemos cada día y lo sufrimos en nuestras carnes. La desigualdad que sufren las mujeres es una aberración de la historia con la que hay acabar de raíz y para siempre por el bien de todos. Necesitamos hoy más que nunca el liderazgo y el talento de las mujeres. Hasta en tiempos de guerras las mujeres demuestran estar a otro nivel más allá de la ley del más fuerte que durante milenios acompaña a los varones. Necesitamos avanzar hacia el liderazgo y talento de las mujeres.

Cada 8 de marzo nos recuerda los errores de la sociedad que promueve las desigualdades bajo el velo de una sociedad regida por leyes y comportamientos machistas que perduran en el tiempo. Cada 8 de marzo estamos invitados a reconocer la vergüenza de una sociedad que discrimina a quienes atesoran el secreto de la vida y del talento.

Las desigualdades que sufren las mujeres en la agricultura nos traslada hoy a la Edad Media ante la escasez de reconocimiento y liderazgos pese a su enorme esfuerzo y sacrificio. Al final se recoge lo que se siembra y no es de extrañar las consecuencias que sufre una España vaciada por la falta de apoyo y reconocimiento a la mujer rural.

Las mujeres hoy lideran sectores como la sanidad, justicia, enseñanza y periodismo, si bien encuentran resistencias en otros muchos en el sector privado y especialmente en una agricultura incapaz de garantizar el relevo generacional si no se produce un gran pacto que ponga en valor a la mujer en el campo. El futuro de la agricultura y de la lucha contra el cambio climático pasa necesariamente por el liderazgo compartido de las mujeres. La sociedad no puede permitirse el lujo de prescindir del talento de las mujeres para construir un futuro mejor para todos.

Resulta sorprendente y aberrante que en el año 2022 las mujeres reciban unos 450 euros menos que las pensiones de jubilación de los varones, situándose la media para ellas en torno a los 740 euros y, la de ellos, sobre los 1.190.

En su informe sobre la igualdad salarial, la Unión General de Trabajadores avisaba de que la diferencia de sueldos entre el hombre y la mujer se situaba en el 24%, la más elevada de los últimos 6 años.



Día Internacional de la Mujer. / GG

También en las labores domésticas y cuidado familiar, según datos del INE, las mujeres españolas se encargan diariamente, durante casi cuatro horas y media, de las tareas del hogar y del cuidado de menores, mayores o familiares dependientes. En cambio, los hombres que se ocupan de estas labores solo les dedican dos horas y media de su tiempo.

El informe Women in business señala que se ha incrementado la presencia de la mujer dentro de los cargos de dirección. Aun así, el porcentaje de mujeres españolas directivas es de solo un 27%.

El lema de la ONU para este 8 de marzo, en el Día Internacional de la Mujer, es "Igualdad de género hoy para un mañana sostenible", en el que se reconoce la contribución de las mujeres y las niñas de todo el mundo, que están liderando los esfuerzos de respuesta, mitigación y adaptación al cambio climático para construir un futuro más sostenible para todas las personas.

La ONU insta a aumentar la representación de las mujeres en las funciones de liderazgo y la toma de decisiones hasta redistribuir el trabajo de cuidado y los recursos productivos. Para avanzar hacia un futuro sostenible y con igualdad de género es necesario tomar medidas hoy.

En el Día Internacional de la Mujer, la ONU insta a empoderar a las pequeñas agricultoras en el mundo. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura proyecta que

si las agricultoras tuvieran un acceso equitativo a los recursos productivos, sus rendimientos agrícolas aumentarían entre un 20 y 30%. Esto permitiría proporcionar alimentos suficientes para evitar que padezcan hambre de 100 a 150 millones de personas, con lo que el nivel de hambruna en el mundo bajaría de un 17 a un 12%.

Aumentar la capacidad productiva de las pequeñas agriculturas también ayuda a promover las prácticas agrícolas sostenibles. El 75% de los alimentos del mundo provienen solo de 12 plantas y cinco especies animales, lo que hace que el sistema alimentario mundial sea extremadamente vulnerable a las crisis ambientales, como los patrones climáticos cambiantes y los fenómenos climáticos extremos. Las pequeñas agricultoras, que tienden a depender de cultivos más diversos y resistentes al clima, constituyen una alternativa sostenible a nuestro actual modelo de producción agrícola.

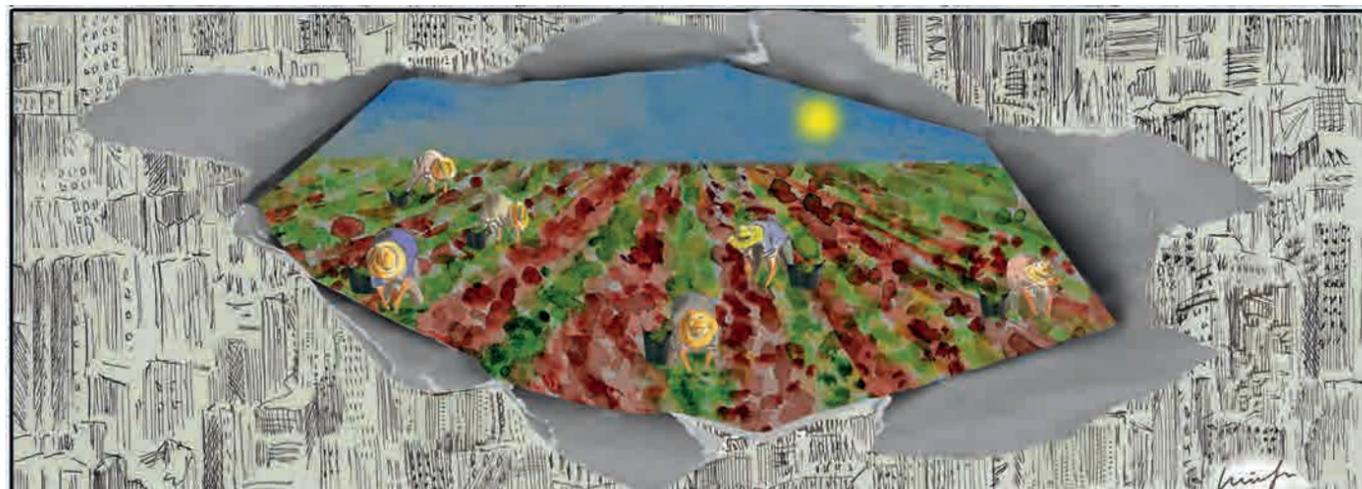
Es necesario apoyar e impulsar el liderazgo de las mujeres. La ONU certifica que el liderazgo y la representación de las mujeres logran mejores resultados ambientales. Los países con un mayor porcentaje de mujeres en el Parlamento tienden a adoptar políticas de cambio climático más rigurosas, lo que da como resultado la disminución de las emisiones de carbono. En general, las mujeres suelen tener más en cuenta a sus familias y comunidades en los procesos de toma de decisiones, lo que es crucial para crear las soluciones integrales que contribuyen a la adopción de medidas climáticas efectivas.

La colaboración del Gobierno con las organizaciones de mujeres puede ayudar a garantizar que las políticas climáticas satisfagan las necesidades específicas de las mujeres y las niñas, y que su aplicación sea eficaz. En las comunidades vulnerables, las organizaciones de mujeres, a menudo, actúan como una red de seguridad informal, cerrando las brechas en los servicios públicos y ayudando a brindar apoyo de emergencia. Empoderar a dichas redes comunitarias es una forma crucial de crear resiliencia ante el clima a nivel local.

Esperemos que llegue el día no muy lejano en el que las desigualdades que sufre la mujer sean parte de una historia superada.

**LA PLANTA BAJA**

**LUISFU**



# Agrocomercio

## Las exportaciones agroalimentarias baten un récord en el 2021

Las ventas al exterior se incrementaron un 11% y alcanzaron los 60.118 millones de euros

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las exportaciones agroalimentarias de España alcanzaron el año pasado un valor de 60.118 millones de euros, cifra que supone un récord en la serie histórica y que representa un incremento del 11% con respecto al ejercicio 2020. El saldo comercial también superó su techo y se situó en 18.949 millones de euros, un 0,8% más que en el año anterior. Las importaciones agroalimentarias crecieron un 16,4% y se situaron en 41.119 millones de euros.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha publicado el Avance Anual de Comercio Exterior 2021, un primer análisis sintético de las principales magnitudes e indicadores que permiten conocer la situación del comercio exterior del sector agroalimentario y pesquero, sobre la base de los datos provisionales del año 2021 del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

Estos datos constatan una vez más el importante papel que desempeña el sector agroalimentario y pesquero en el comercio



Frutas, carnes y hortalizas fueron los productos más exportados por España. / ARCHIVO

exterior español, en el que representa ya el 19% del total de las ventas. Las importaciones de productos agroalimentarios suponen el 12% de las compras

de la economía española en el exterior.

Por lo que respecta a los principales subsectores exportadores en 2021, las frutas se situaron en

primer lugar, con unas ventas de 10.162 millones de euros, y un incremento del 5%. En segundo lugar se situaron las carnes, (8.819 millones de euros, un 4,4%

más que en 2020) seguidas de las hortalizas (7.461 millones, con un crecimiento del 7,5%).

El mayor incremento en las exportaciones (+27,4%) se produjo en el grupo de aceites y grasas, impulsado fundamentalmente por el aceite de oliva, con un valor exportado total de 5.359 millones. También es destacable el incremento de las bebidas (13,8%), con un montante global de 4.964 millones de euros.

La Unión Europea fue de nuevo en 2021 el destino principal de las exportaciones agroalimentarias españolas, un 63% del total (37.915 millones), con un incremento del 11,4% sobre el año 2020. Destacan los incrementos de exportaciones a Italia (16,2%), Alemania (10%) y Francia (8,9%).

Las ventas a países terceros se incrementaron en un 10,2%, y destaca el caso de Estados Unidos, donde el crecimiento fue del 19,7% para un valor total de 2.495 millones de euros. Reino Unido es el principal comprador extracomunitario de productos agroalimentarios españoles, con 4.345 millones de euros en 2021, un 2,2% más que en 2020.

► VF. REDACCIÓN.

La Comisión Europea confirmó el pasado miércoles que estudia la posibilidad de aplicar medidas excepcionales de intervención en los mercados para hacer frente a los efectos en el sector agrario de la invasión rusa de Ucrania.

“La Comisión Europea trabaja en la puesta en marcha de medidas excepcionales de mercado que deben finalizarse, construirse, para estar listas lo más rápido posible”, declaró el ministro francés de Agricultura, Julien Denormandie, cuyo país ocupa la presidencia rotatoria de la UE, tras la videoconferencia de ministros de Agricultura de la UE celebrada para analizar el impacto de la guerra en Ucrania sobre el sector agrario.

Ucrania es uno de los principales exportadores de trigo, maíz, girasol, harina y aceite de girasol, por lo que la paralización de sus ventas ha impactado en las cotizaciones internacionales de materias primas destinadas a la alimentación animal. El comisario europeo de Agricultura, Janusz Wojciechowski, precisó que esas medidas de intervención en los mercados podrían centrarse en el sector de la carne de cerdo, pero también mencionó el almacenamiento privado, que implica la concesión de ayudas europeas para retirar producto del mercado de forma transitoria para recuperar los precios.

## Bruselas estudia intervenir en los mercados agrarios ante la invasión de Ucrania

La Comisión Europea analiza el impacto de la guerra en Ucrania sobre el sector agrario

“Tenemos que hacer todo un análisis para ver qué resultados sacamos de esa reflexión. Una reserva de crisis, otra posibilidad, también vamos a estudiarlo”, comentó. Esa reserva agrícola sirve para financiar medidas de mercado en tiempos de crisis.

Para hacer frente al impacto de la guerra en el corto plazo, Denormandie comunicó que los ministros también abogaron por “hacer todo para liberar el potencial de producción agrícola desde ahora para las campañas que puedan empezar hoy”.

“Los ciclos de producción no siempre nos permiten lanzar cualquier tipo de cultivo, pero hay algunos que sí que son posibles, como el cultivo de proteínas, que aportan elementos interesantes, sobre todo, para alimentar el ganado”, expuso. El ministro detalló que durante el encuentro se propuso poder usar barbechos

para producir en ellos proteínas. Asimismo, se pidió la movilización del grupo de expertos del Mecanismo de Respuesta ante las Crisis de Seguridad Alimentaria y de grupos de alto nivel sobre porcino o aves de corral.

### ■ PLAZOS DE ACTUACIÓN

También en el corto plazo, los ministros acordaron “poder movilizar las instancias internacionales, más allá de Europa, que tengan un papel importante”, según indicó Denormandie, como el Foro de Respuesta Rápida del Sistema de Información de Mercados Agrícolas, G20, G7 o FAO.

A más largo plazo, los ministros pusieron el acento en la importancia de garantizar la seguridad alimentaria europea y, en ese sentido, se abrió la puerta a reevaluar las estrategias comunitarias de biodiversidad y “De la granja a la mesa”, con la que se busca

una producción y un consumo alimentario más sostenibles.

“La seguridad alimentaria está en peligro y, por lo tanto, esos objetivos que nos hemos marcado en esas dos estrategias tienen que ser reexaminados a la luz de esta nueva situación”, dijo el comisario, pero recaló que no se trata de dejar de lado esas iniciativas.

Precisó que la guerra tendrá especial repercusión en el sector primario de Polonia, Alemania o de los Países Bajos, así como sobre los países más cercanos geográficamente a Rusia, como Estonia, Letonia o Lituania.

### ■ ESPAÑA

Según el Ministerio de Agricultura, España exportó el pasado año a Ucrania productos agroalimentarios por un valor de 175 millones de euros, mientras que las importaciones ascendieron a 1.027 millones de euros (el 2,5%

del total), entre las que destacan cereales, sobre todo, maíz, y aceite de girasol.

El ministro español, Luis Planas, solicitó a la CE que adopte medidas urgentes que aseguren el abastecimiento en el mercado europeo de los productos más afectados por la guerra en Ucrania, en especial, cereales y oleaginosas, y aseguró que “preocupan no solo los precios, sino también la disponibilidad de las materias primas”, según informó el Ministerio en un comunicado.

En el ámbito agrario, Planas señaló que este conflicto está desencadenando un incremento en los precios de las materias primas e incertidumbre sobre su abastecimiento, que afectan principalmente al sector ganadero y que se suman a los problemas derivados de la sequía en la Península Ibérica. Para paliar esta situación, España solicitó a la Comisión la activación de los mecanismos previstos en la Organización Común de los Mercados Agrarios, para conceder apoyos a los sectores más afectados.

Ante una posible prolongación del conflicto, expresó la necesidad de que la CE estudie medidas para adaptar las ayudas directas de la Política Agraria Común al nuevo escenario, de manera que sea posible aumentar la disponibilidad de superficies destinadas a la producción de cereales y oleaginosas.

■ A 5 DE MARZO

## Exportados 346.896.170 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2021/2022, a 5 de marzo, se han enviado a países terceros, en exportación (346.393.377) y reexportación (502.793), un total de 346.896.170 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2020/2021, a 6 de marzo de 2021, lo exportado eran 277.528.644.

La cifra de exportación a países terceros, sin Gran Bretaña, en la campaña 2021/2022 es de 157.826.101 kilos, mientras que en la campaña 2020/2021 el volumen era de 186.906.810.

Países de destino (Kg):	Campaña 21/22		Campaña 20/21	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	374.187	989	285.072	1.294
Angola	73.455			
Arabia Saudita	9.344.453		14.415.758	
Argentina	1.159.716		2.745.913	
Armenia	15.971		18.183	
Australia	166.460		258.153	
Bahrain	189.875		147.834	
Bielorrusia	926.273	4.950	3.034.261	
Bosnia-Herzegovina	407.255		42.376	
Botsuana			22.880	
Brasil	9.167.691		15.228.387	
Bulgaria	14.990		210	
Burkina Faso	5.753		34.673	
Cabo Verde	222.684	24.781	53.179	
Canadá	32.507.052		47.272.898	22.950
China	997.290		149.369	
Colombia	799.019		467.412	
Congo (República)			22.434	
Corea del Sur	196.928		365.438	
Costa de Marfil	81.665	24.452	82.922	4.787
Costa Rica	904.687		1.098.467	
Curaçao	305.386		333.272	
El Salvador	235.182		172.587	
Emiratos Árabes Unid	6.662.782		7.584.295	300
Estados Unidos	607.441		287.661	
Gabón	81.450		364.396	
Georgia			42.042	
Ghana	136.495		135.740	
Gibraltar	203.715	13.938	215.009	11.500
Gran Bretaña	188.987.096	82.973	90.618.204	3.630
Guatemala	220.111		179.369	
Guinea	6.555	4.003	21.618	3.060
Guinea Ecuatorial	184.358	55.595	214.232	37.358
Guinea-Bissau	9.155			
Honduras	268.749		157.491	
Hong-Kong	443.530		4.560	
India			1.388	
Irlanda	148.403			
Islandia	715.004		497.240	
Jordania			48.100	
Kazajistán	20.820		20.495	
Kenia			41.600	
Kuwait	370.566		442.863	
Liberia	22.910			
Macedonia			21.460	
Malasia	1.196.752		815.319	
Maldivas	22.230		10	
Mali	24.893	6.795	141.610	14.361
Marruecos			163	84
Mauritania	4.763	12.674	53.010	1.469
Moldavia	443.664	41.488	471.213	19.613
Nigeria	192.345		74.370	
Noruega	31.103.704	640	31.034.757	
Omán	799.625		1.041.152	
Panamá	1.045.292		1.586.026	
Qatar	2.471.780		2.477.634	
Rep. Centroafricana	43.354	118.455	45.824	75.708
Senegal	9.757	60	22.275	
Serbia	1.405.481		1.493.484	160
Sierra Leona	7.028		7.040	
Singapur	117.553		178.350	
Sri Lanka	47.884			
Sudáfrica	1.636.772		2.149.665	
Sudán	14.080			
Suiza	42.552.740	104.472	45.031.300	158.049
Ucrania	2.974.411	6.529	3.080.462	
Uruguay	94.161		321.219	
<b>Por variedades (Kg):</b>				
Clausellina	322.109	800	2.517.359	
Satsuma	13.783.224	198	2.441.780	9
Clementina	86.628.943	11.027	60.390.026	20.147
Clementina hoja	9.923.198	769	8.180.116	
Clemenvilla	5.504.614		4.230.479	
Hernandina	1.019.179		1.211.261	
Fortuna	131.772		5.806	
Mineola	28.150		535	
Ortanique	4.600.976		6.459.754	
Ellendale	70		468	
Otras mandarinas	29.640.488	10.756	20.922.425	10.625
Uso industrial	285.402		84.408	
Nadorcott	12.103.826	32.097	12.758.845	35.213
■ TOTAL MANDARINAS	163.971.951	55.646	119.203.263	65.994
Navelina	63.254.639	31.596	57.550.922	19.566
Navel	11.369.172	2.897	8.410.987	
Navel Late	1.387.458	4.090	1.779.556	257
Lane Late	26.777.862		28.009.886	
Salustiana	9.712.473	9.368	12.156.749	
Cadenera	27.065		235.946	
Sanguina	290.679		25.251	
Sanguinelli	489.554		557.340	
Valencia Late	302.399	169.230	225.992	109.709
Verna	1.093.735	7.144	67.412	23
Otras	6.586.666	60.823	5.817.084	43.421
Uso industrial	184.279		229.163	
Navel Powel	332.939		303.107	
Barberina	147.245		918.857	47
■ TOTAL NARANJAS	121.956.163	285.147	116.288.252	173.022
■ TOTAL LIMONES	56.964.289	154.288	37.971.457	106.585
■ TOTAL POMELOS	3.467.856	7.652	3.280.798	8.638



Imagen de los galardonados de la 15ª edición de los premios 5 al Día. / RAQUEL FUERTES

## La presencialidad vuelve a 5 al Día

Los socios de la asociación para la promoción del consumo de frutas y hortalizas se reúnen en Madrid

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

La XXIV Asamblea General De Socios de 5 al Día, la asociación para la promoción del consumo de frutas y hortalizas de la que Valencia Fruits es miembro, se celebró en formato híbrido, pero con una alta presencia de socios reunidos en el salón de actos del Centro Administrativo de Mercamadrid.

En la reunión se presentaron los resultados del ejercicio anterior, así como el presupuesto para el año siguiente y se renovó la junta directiva. Durante la asamblea quedaron patentes las acciones realizadas por la asociación para lograr su objetivo de promocionar el consumo de frutas y hortalizas, especialmente entre los más joven, así como la eficiencia y creatividad de estas acciones. También se dieron a conocer resultados de los trabajos del comité científico.

La asociación celebró también una cena de socios en la que se repartieron los XV premios 5 al Día:

— Categoría Sociedad: Trops, Por Su Campaña De Divulgación Del Consumo De Mango Nacional.

— Categoría Infantil: Coexphal con su proyecto "Coexplay".

— Categoría Divulgación: el



Uno de los momentos de la XXIV Asamblea General de 5 al Día. / R FUERTES

programa "tu tiempo con Braseró" de Antena 3 Noticias, por su importante contribución a la divulgación social de hábitos saludables.

Este año además se han incorporado dos categorías nuevas a los premios, y 5 al Día ha querido reconocer la trayectoria profesional de mujeres y hombres de nuestro sector que han dedicado durante su andadura profesional y toda su experiencia y cariño al sector hortofrutícola, así como su apoyo constante a la Asociación. Los galardonados son Piedad Coscollá, de Anecoop S.Coop, y

Javier Bernabéu, de Sakata Seed Iberica.

Además, hubo un reconocimiento honorífico a Raúl Calleja "por el empuje y dedicación para la creación de Fruit Attraction", así como por su apoyo a 5 al Día.

Al día siguiente se celebró la XIV Jornada profesional de la asociación en la que, entre otros, intervino la nueva directora de Fruit Attraction, M<sup>a</sup> José Sánchez, quien explicó cómo va a ser la edición 2022. Cerró el acto Fernando Miranda, secretario de Agricultura y Alimentación del Gobierno de España.

## La sequía y las importaciones impactan en el precio del aguacate

La falta de agua en Málaga y Granada provoca que los frutos tengan esta campaña menos calibre

► ANNA CANO. EFEAGRO.

La sequía que asola los campos de Málaga y Granada está teniendo un impacto negativo en el valor del aguacate porque los frutos presentan un menor calibre, lo que reduce su precio medio final y, al mismo tiempo, entran en competencia con ellos los importados de terceros países.

El presidente de la Asociación Española de Tropicales, Javier Braun, ha asegurado que los árboles producen frutos más pequeños a raíz de una menor absorción de agua y, a su vez, la cosecha se ralentiza debido a la importación de productos procedentes del extranjero.

Este año esos frutos provienen sobre todo de Colombia, que se está posicionando como un proveedor emergente, y de Marruecos, explica Braun, que lamenta que produzcan mayor cantidad a un precio de venta más económico que el producto nacional. Respecto a las opcio-

### Las importaciones de aguacate de terceros países han saturado el mercado europeo

nes de abastecimiento de agua que estudian para estos cultivos, como la investigación que desarrolla la Universidad de Málaga de una desaladora sostenible, Braun ha afirmado que apoyan la iniciativa, pero precisa que se trata de una solución a largo plazo. También ha añadido que si estos proyectos se hubieran desarrollado hace diez años ya se hubiera solucionado el problema y achaca el retraso en este tipo de medidas a la falta de voluntad política.

En cuanto a la recogida de otro producto tropical como es el mango, que comenzará en septiembre, Javier Braun tiene la esperanza de que se salve, aunque

está a la expectativa de la lluvia y de la acción política.

Por su parte, desde Asaja Málaga sostienen que los precios se han visto disminuidos debido a la saturación del mercado europeo con las importaciones de terceros países, lo que ralentiza la cosecha local al contar con una menor demanda.

Benjamín Faulí, ha asegurado que la campaña de este año se va a salvar con un ligero descenso en la facturación y se ha mostrado más preocupado por la cosecha del año que viene, ya que alerta de que si no se encuentra una solución, no habrá nada que recoger de los árboles.

El dirigente ha señalado que además de las zonas productoras de aguacate malagueñas y granadinas, lugares como Cádiz y Valencia cobran cada vez más relevancia y no sufren un problema de sequía tan severo como el tramo comprendido entre Málaga y Salobreña (Granada).

# IMITANDO A LA NATURALEZA



## NUEVOS RECUBRIMIENTOS **CI-CONTROL**®

### CONTROLAN LOS MANCHADOS POR DAÑO POR FRÍO

Los manchados por Daño por Frío en cítricos aparecen posteriormente al almacenamiento y/o transporte frigorífico. Se manifiestan con mayor intensidad en la cara externa del fruto, mientras que la cara interna es la menos afectada porque conserva su cera epicuticular intacta. Citrosol ha conseguido mejorar las formulaciones de algunos recubrimientos con la protección extra **CI-CONTROL** que reduce, incluso elimina, estos manchados.

Esto, además, implica una **gran ventaja competitiva** en los mercados que exigen una reducción de materias activas.



@Citrosol\_com



CITROSOL

**CITROSOL**  
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com

info@citrosol.com

## OPINIÓN

# El intervencionismo de la Ley de la Cadena española acabará regalando el mercado europeo a nuestros competidores



Por INMACULADA SANFELIU (\*)

Está siendo esta una campaña extremadamente difícil desde sus inicios. El grave problema de la actual 2021-2022 ha sido el elevado volumen de cítricos de Sudáfrica presente en el mercado de la UE hasta bien entrado noviembre con unos precios que han condicionado nuestra entrada en consumo (cuando se ha producido). Atrás quedaron complementariedades perfectas entre hemisferios Norte y Sur, pero el problema de los solapes con Sudáfrica nunca hasta ahora había sido el mes de octubre ni tampoco en el grado en que se ha producido. Y esperemos (más nos vale) que haya sido coyuntural y que responda únicamente a un retraso en el inicio de su campaña por los disturbios civiles, el cierre del puerto de Durban, las ineficiencias de equipamiento y logística portuaria y el ciberataque en las terminales de contenedores de Sudáfrica.

Como consecuencia del mayor solape en el tiempo y en volumen de nuestras mandarinas precoces con los híbridos tardíos de mandarina sudafricanos, a precios inusualmente bajos hasta ahora para Sudáfrica para estas variedades (1-1,15 euros/kg), se nos ha arrebatado nuestra ventana de exportación de octubre y se han vendido la mitad de satsumas y dos tercios de las clementinas precoces. Además, las clementinas tempranas vendidas se han debido diferenciar con la hoja. Y en clementinas, desde la Oronules, sí que ha habido demanda, pero la gran distribución europea ha presionado para bajar el precio. La campaña de la clementina de nules, con producción reducida en un tercio respecto a la pasada campaña, se ha desarrollado con relativa normalidad y con un mayor aprovechamiento en los almacenes, como sucede siempre que hay una producción más contenida.

Reino Unido se mantiene como tercer mercado del sector español de cítricos, por detrás de Alemania y Francia, pero la salida de este país de la UE ha abierto un nuevo escenario competitivo con un mercado británico más abierto a las producciones de terceros países con los mismos productos y calendarios, como Marruecos, Egipto, Turquía e Israel o con los mismo productos y solapes en contraestación, como Sudáfrica. También la gran distribución en este país ha retrasado el inicio del origen España en la presente campaña (pérdida de 2 o 3 semanas de programas) y ha presionado nuestros precios a la baja por la competencia de orígenes no comunitarios de hemisferio Sur; fundamentalmente Sudáfrica.

Según datos procesados por el CGC, además, en este marco, en 2021 y con cifras ya hasta el



mes de diciembre, el volumen de la exportación española de cítricos a Reino Unido (RU) se ha elevado a 243.604 toneladas frente a las 281.490 de 2020 y las 281.926 de 2019 y el récord de 325.020 t de 2015. Descendiendo al detalle por productos, el volumen de la exportación española de mandarinas a Reino Unido se ha elevado a 96.261 toneladas frente a las 119.103 de 2020 y las 119.541 de 2019 y el récord de 150.015 de 2015. Y en cuanto a exportación de naranjas de España a RU, 79.706 toneladas exportadas en 2021, 93.482 t en 2020, 91.535 t en 2019 y récord de 104.630 t en 2015.

## ■ IMPACTO EN LA NAVELINA

En esta campaña la Navelina ha sufrido de forma dramática en el mercado de la UE, además de la ausencia de demanda, por la elevada presencia muy tardía de Valencias de Sudáfrica, a precio también inusualmente bajo para Sudáfrica, entre 0,40-0,50 euros/kg, que ha impedido su entrada en consumo, recolectándose menos de las que se han quedado en el árbol. Su precio en origen se ha hundido muy por debajo del coste de producción como consecuencia de la competencia en la venta en el mercado de la UE de elevados volúmenes de naranja tardía sudafricana importada a precios bajos con arancel cero (hasta el 15 de octubre) o muy próximo a cero y en desmantelamiento

(del 16/10 al 30/11) y sin un precio mínimo que respetar para entrar en el mercado comunitario. Las Navelinas solo se han podido recolectar al precio de

**Las Navelinas solo se han podido recolectar al precio pagado por el mercado, a petición y con la firma del agricultor, o, por Ley de la Cadena Alimentaria española, deberían haberse quedado en el árbol. Las navelas tardías, con un 10% más de destrío, no han remontado los precios**

**La Ley de la Cadena no puede aplicarse y tener efecto en un mercado abierto. Es una norma exclusivamente española, de modo que, si el precio baja, llegará un momento en que la fruta española se pudrirá en el árbol por no cubrir los costes y regalaremos las ventas europeas a Marruecos, Egipto, Turquía y Sudáfrica**

lo que ha pagado el mercado, a petición y con la firma del agricultor; o, por Ley de la Cadena Alimentaria española, deberían haberse quedado en el árbol. Es tan difícil, que ni siquiera las cooperativas, que no necesitan dar beneficios, han sido capaces de presentar buenas liquidaciones. Las navelas tardías españolas, con un 10% más de destrío, no han remontado los precios de las Navelinas.

La Ley de la Cadena no puede aplicarse y tener efecto en un mercado abierto. Si en la venta en el mercado de la UE hay que competir con cítricos importados en cantidades crecientes

año tras año, sin ninguna traba a la importación, siendo menos costosos en términos de condiciones laborales, derechos de carácter social, de salud, seguridad alimentaria y medioambiente, y con costes de producción y comercialización en aumento, se hunden los precios en origen.

## ■ REGALO A LOS COMPETIDORES

Expedimos (a la UE-26) y exportamos (a países terceros no comunitarios) el 75% de lo que comercializamos en fresco y la Ley de la Cadena es una norma exclusivamente española, de modo que, si el precio de mercado baja, llegará un momento en que la fruta española se pudrirá en el árbol por no cubrir los costes y regalaremos las ventas europeas a Marruecos, Egipto, Turquía y Sudáfrica. Los mercados intervenidos no han tenido nunca éxito: hay que producir lo que se vende, no vender lo que se produce.

El balance de la campaña 2021-2022 solo puede hacerse en términos de reducción de las ventanas de exportación y de pérdida de competitividad en el mercado de la UE frente a la importación creciente de cítricos de países terceros a bajos precios que no tienen barreras arancelarias para acceder al mercado de la UE, con unos costes de producción y comercialización mucho más bajos que los nuestros y, en ausen-

cia de reciprocidad, con unas exigencias laborales, sociales, medioambientales y de seguridad alimentaria mucho menos exigentes que las nuestras.

Desde el punto de vista de los citricultores, la situación es insostenible. No pueden al mismo tiempo verse expuestos a exigencias cada vez mayores y a una competencia desleal con productos importados que son menos costosos en términos de estándares de todo tipo. Europa está obligada moralmente a proporcionar a los agricultores esta protección esencial. Desde el punto de vista del consumidor europeo, la ausencia de medidas efectivas de reciprocidad debería parecer ridícula, alimentando sentimientos de incomprensión y sed de justicia y compensación con su elección de compra; pero el riesgo también es que su elección, y sobre todo la elección de la gran distribución europea, sea por "productos cada vez más presentes en volumen que se alejan de nuestros estándares" por razones de ahorro en el precio.

## ■ LA ACCIÓN DE LA GRAN DISTRIBUCIÓN

El hecho consumado es que la gran distribución europea presiona a la baja el precio de la producción citrícola comunitaria, aduciendo razones de ineficiencia de la cadena de suministro de los agrios de la UE frente a las cadenas de suministro de cítricos foráneos de estándares mucho menos costosos y sin un precio mínimo que respetar en el mercado de la UE y que el ejecutivo comunitario asiste impasible a este fenómeno. Resultado: esta campaña las Navelinas españolas no han entrado en consumo y la segunda campaña de naranja no levanta cabeza y la pasada campaña las Valencias de Egipto alimentaron a precios bajos a la gran distribución del centro y el norte de Europa.

Porque lo que ha sucedido esta temporada con la competencia de Sudáfrica no es nuevo. Sucedió ya en la 2020/2021 con Egipto. El desarrollo de la campaña española de naranja estuvo condicionado absolutamente a la baja por la dura competencia de la naranja de Egipto desde el mes de febrero hasta junio. La Valencia de Egipto ofertada entre 45 y 50 céntimos de euro en los mercados de la UE hizo muy difícil la venta de nuestras naranjas por encima de 1 euro el kilo, umbral aproximado de venta a pérdidas la pasada campaña, con precios de compra en campo similares a los precios de venta de Egipto en los mercados comunitarios. La única diferencia respecto a esta campaña es que la naranja se compró, con las expectativas de consumo generadas por la COVID en la 2019/2020, anticipadamente y a precios que no se correspondieron con los precios en destino, pero el agricultor no lo percibió en el marco de los contratos de compraventa en origen.

Y no solo fue una cuestión de bajo precio en el mercado de la naranja de Egipto, sino también de muy elevado volumen, cada

vez mayor. Estos volúmenes de importación en 2021 (309.767 toneladas) representaron un incremento del 20,9% respecto al acumulado anual de 2020 y del 36,4% respecto al acumulado anual medio de los 5 últimos años.

#### ■ OFERTA CRECIENTE DE EGIPTO

En los meses de marzo, abril, mayo, junio y julio de 2021 se han importado respectivamente 62.252 t, 84.105 t, 61.490 t, 29.563 t y 15.840 t de naranjas originarias de Egipto, lo que ha significado un incremento de un 25,8%, 29,6%, 37,5%, 147,5% y 389,9% respecto a las medias de esos mismos meses en los 5 últimos años.

¿Qué hacemos con la Ley de la Cadena? ¿Qué hará el citricultor con su producción cuando no alcance el llamado “coste efectivo de producción”? La solución no puede venir por la intervención del mercado español en un mercado comunitario global, sino por la protección esencial del modo de producir y los estándares europeos.

Hay quien cree que la Ley de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria será la solución a todos los males del campo. Desde nuestro punto de vista la ley de la cadena no protege ni a agricultores ni a operadores comerciales y provocará más pérdida de competitividad para productores y empresas de comercialización.

No consideramos que la solución a estos problemas sea prohibir el acceso al mercado a las producciones menos competitivas o que estén sufriendo crisis de precios, porque ello implica abandonar el mercado a favor de nuestros competidores y provocaría un daño superior al que se pretende evitar.

#### ■ DE ARRIBA A ABAJO

En conclusión, la ley no contempla las situaciones creadas en unos mercados globalizados, no pudiendo resolver tres graves problemas: la pérdida creciente de competitividad, la inexistencia de medidas eficaces de gestión de crisis para afrontar los desequilibrios de oferta y demanda, y que en la cadena comercial agroalimentaria los precios y márgenes no se marcan desde abajo (de productor a consumidor), sino de arriba hacia abajo, siendo la gran distribución la que fija el precio de venta al público y obliga a sus proveedores a reajustar a la baja sus precios y costes).

Además, la ley penaliza a los citricultores de entidades asociativas y a los pequeños productores y agrava la competencia desleal de países terceros y entre operadores españoles privados y asociados. Y a todo lo anterior debemos sumar las consecuencias geopolíticas del conflicto del este europeo que, por otra parte, los exportadores citrícolas ya conocemos.

#### ■ Y AHORA UCRANIA

Rusia representaba hasta 2014, de entre los países no comunitarios, el mercado con más futuro por su tamaño, su potencial de consumo y su poder adquisitivo. Debido a las actividades rusas en la crisis de Crimea y su posterior ampliación a otras zonas de Ucrania, el 29 de julio de 2014



la UE acordó imponer a Rusia sanciones económicas que han afectado fuertemente a su industria petrolera y de defensa, productos de doble uso y tecnologías sensibles.

Rusia, como respuesta inmediata, estableció al día siguiente, un decreto “sobre la aplicación de determinadas medidas económicas especiales para garantizar la seguridad de la Federación de Rusia”. Este decreto prohibió a partir del 6 de agosto de 2014, la entrada al territorio ruso de determinados productos agrícolas, alimentos y materias primas originarios de aquellos estados que “han decidido imponer sanciones económicas contra las personas jurídicas y/o físicas rusas o se han unido a esta decisión”. Los países afectados han sido EEUU, UE, Noruega, Australia y Canadá. La medida, prevista en principio para un año, ha sido ampliada año tras año.

El presidente ruso, Vladimir Putin, prolongó el pasado 20 de septiembre de 2021 un año el embargo alimentario que impuso en 2014 a Occidente (crisis de Crimea). Y lo hizo solo unos días después de que la UE extendiera sus sanciones a Rusia por el conflicto con Ucrania.

El mandatario ruso firmó un decreto que extiende hasta el 31 de diciembre de 2022 la orden que prohíbe o restringe las importaciones de productos agrícolas, materias primas y alimentos de los países que secundaron las sanciones contra altos funcionarios, bancos, empresas y petroleras rusas, entre otros.

Si tenemos en cuenta las exportaciones directas que se realizaban desde España y las reexportaciones desde el puerto de Rotterdam o desde Polonia, hablamos de cifras importantes que se dejaron de vender en el mercado ruso. En 2011, 2012 y 2013 se exportaron respectiva-

mente 98.662 toneladas, 113.808 t y 92.165 t, cayendo a 60.880 t en 2014. España llegó a representar un 6-7% del consumo total de cítricos de Rusia (del orden ya de 1,6-1,7 millones de toneladas por aquel entonces).

#### ■ OPORTUNIDAD PERDIDA

En los años anteriores al veto, la exportación española creó unas buenas autopistas comerciales

En 2020, último año completo del que se disponen datos, Rusia importó un total de 1.668.217 toneladas, de las cuales 739.997 t de Turquía (el 44,4 %), 268.975 t de Egipto (el 16,1 %), 169.591 t de Marruecos (el 10,2 %), 166.928 t de Sudáfrica (el 10 %), 95.639 t de Pakistán (el 5,7 %), 81.043 t de Argentina (el 4,9 %), 70.597 t de Georgia (el 4,2 %), 23.440 t de China, 13.464 t de Perú, entre otros.

Con la invasión rusa de Ucrania y las duras sanciones a Rusia adoptadas por la UE únicamente cabe pensar en represalias del Kremlin y para nada en una reapertura a nuestras exportaciones. Pero ahora lo verdaderamente grave es lo que se va a dejar de exportar a Rusia por nuestros competidores, sobre todo los mediterráneos (Egipto, Turquía, Marruecos y Grecia), además de Sudáfrica, que en buena parte va a terminar en el mercado de la UE y en Reino Unido, compitiendo con nuestros cítricos en el marco de una campaña ya de por sí muy difícil.

#### ■ EXCESO DE OFERTA

El conflicto entre Rusia y Ucrania podría provocar un exceso de oferta de cítricos en el mercado de la UE. Las condiciones cada vez más difíciles para mantener el suministro en Rusia y Ucrania, la devaluación histórica del rublo ruso y las sanciones de algunos países occidentales contra los bancos rusos, así como los pagos SWIFT pueden determinar que nuestros competidores desvíen sus envíos de los mercados de Rusia y Ucrania a otros destinos como EEUU y la UE y conducir a un exceso de oferta en ellos.

Ahora que todas las grandes compañías navieras han dejado de enviar mercancías a Rusia, se teme que pronto haya un exceso de oferta de fruta en el mercado europeo.

**¿Qué hará el citricultor con su producción cuando no alcance el llamado ‘coste efectivo de producción’?. La solución no puede venir por la intervención del mercado español en un mercado comunitario global, sino por la protección del modo de producir y los estándares europeos**

**Ahora lo grave es lo que se va a dejar de exportar a Rusia por nuestros competidores, sobre todo los mediterráneos, además de Sudáfrica, que en buena parte va a terminar en el mercado de la Unión Europea y en Reino Unido, compitiendo con nuestros cítricos**

que ahora están cerradas por un problema meramente político que escapa de nuestras manos. Para España, líder comunitario en el comercio hortofrutícola, el veto ruso fue un golpe porque perdió un destino fundamental —y con una logística más fácil que otros mercados como los asiáticos o americanos— para los cítricos.

Este hueco que dejó España, y por ende la UE, ha sido aprovechado estos años por otros países terceros como Turquía, Egipto y Marruecos, competidores directos de España, y nuevos actores en el tablero cítrico como Pakistán, Georgia y China, además de Sudáfrica, Argentina y Perú en contraestación. Los mayores beneficiarios en volumen y en cuota de mercado del hueco dejado por España han sido Turquía, Egipto, Georgia y Pakistán.

La guerra en Ucrania ha complicado las exportaciones agrícolas de Turquía a Rusia. Los camiones no pueden pasar; los que han ido vuelven, y no se pueden almacenar los productos frescos. Se exporta mucho a Rusia a través de Ucrania y Bielorrusia, y esto con la guerra se ha convertido en un problema. No se hace ningún envío a través de Ucrania. Para Rusia hay rutas a través de Polonia y de Georgia, pero los transportistas no las ven muy convenientes. Las exportaciones no se han detenido por completo, simplemente las cosas son muy complicadas en este momento y la devaluación del rublo, así como las dificultades de pago con algunos bancos, están asustando a todos en Rusia a la hora de importar cualquier mercancía. También se han visto afectadas las exportaciones de Turquía a Ucrania y Bielorrusia.

La retirada de varios bancos rusos del sistema de pago internacional Swift preocupa a los exportadores marroquíes y tendrá consecuencias para la economía de Marruecos, al estar estrechamente vinculada a la de Rusia. Sólo en cítricos, las exportaciones supusieron 1.300 millones de dirhams (122,2 millones de euros) entre 2018 y 2020. En 2021, el valor de las exportaciones marroquíes a este mercado superó los 443 millones de dirhams para los productos antes mencionados. Lo preocupante no es solo la pérdida de mercado, sino la recuperación de cantidades por cobrar relativas a mercancías ya enviadas, dado que Rusia está ahora prácticamente aislada del sistema internacional mientras que la campaña de exportación finalizó el pasado mes de diciembre. Rusia es un importante mercado de exportación para Marruecos y ahora, con las sanciones, cunde el pánico, con la cantidad de dinero que todavía hay en el país.

Asimismo, los exportadores griegos se muestran particularmente preocupados por la situación en Europa del Este, siendo las frutas y hortalizas las primeras víctimas de las exportaciones griegas tras el estallido de la guerra en Ucrania. Sus exportaciones a la región están ahora detenidas. La crisis en la región también ha provocado un bajón drástico de las exportaciones indirectas a Rusia, como las llevadas a cabo a través de Letonia o Lituania, con Bielorrusia como estación intermediaria.

A todo ello deben sumarse nuestras exportaciones a Ucrania, del orden de 3.500-4.000 toneladas directas por campaña, a las que deben sumarse el doble de ese volumen en envíos indirectos.

Mientras se mantenga el contexto de la crisis de Ucrania, y nadie es capaz de asegurar que esta sea de corta duración, el panorama anterior augura una alta concentración de oferta de terceros países en los mercados comunitarios, que agravará la situación de competencia desleal que ya sufre la citricultura española y que necesitará compensaciones o ayuda extraordinarias iguales o superiores a las arbitradas en 2014.

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

# Agrocultivos

## El Consell aprueba las medidas para limitar la polinización cruzada en cítricos

El acuerdo asegura que en esta campaña la producción valenciana no sufrirá el problema de la *pinyolà*

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Pleno del Consell de la Generalitat Valenciana ha aprobado el acuerdo que establece para el año 2022 las medidas que limitan la polinización cruzada entre plantaciones de cítricos.

Según informa Agricultura, “la publicación del decreto responde al reciente acuerdo entre las organizaciones agrarias, aceptado por la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, para conjugar los intereses del sector cítrico y apícola”. Una propuesta presentada por AVA-Asaja, La Unió de Llauradors y la Federación de Cooperativas Agroalimentarias.

El documento aprobado para 2022 asegura la producción cítrica valenciana durante esta campaña y prohíbe el asentamiento de colmenas a menos de cuatro kilómetros de las plantaciones de cítricos durante la época de floración.

La época de floración, que se calcula de acuerdo con los regis-



El acuerdo prohíbe el asentamiento de colmenas a menos de cuatro kilómetros de las plantaciones de cítricos durante la época de floración. / ARCHIVO

tros actuales de temperaturas y las condiciones previstas para la primavera de 2022, ha quedado fijada entre el 8 de marzo de 2022 y el 31 de mayo de 2022.

De este modo, según señalan desde la Conselleria de Agricultura, “se busca compatibilizar la actividad cítrica con la ac-

tividad apícola, para que ambos sectores puedan mantener su actividad respetando los intereses de los dos colectivos”.

■ ACUERDO

La Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecoló-

gica aceptó recientemente el acuerdo presentado por las organizaciones AVA-Asaja, La Unió de Llauradors y la Federación de Cooperativas Agroalimentarias. El acuerdo prevé la publicación del decreto mientras se elabora un mapa agronómico y se preparan ayudas a la reconversión varietal, el enmallado de cítricos y la identificación de asentamientos de colmenas.

“La dificultad de hacer compatibles los intereses de la apicultura y la citricultura en determinadas zonas siempre ha generado tensiones entre las partes implicadas, tensiones que ahora entran en una vía de solución tras el acuerdo suscrito entre las organizaciones agrarias AVA-Asaja y Unió de Llauradors y las cooperativas”, señalan desde la Conselleria de Agricultura.

En dicho acuerdo, ratificado durante una reunión el 28 de febrero, se contempla la paulatina implementación de toda una serie de medidas encami-

nadas a conciliar los intereses de ambos colectivos. Entre esas medidas destaca la puesta en marcha de un mapa agronómico de la Comunitat Valenciana, el establecimiento de una línea de ayudas a la reconversión varietal específica para eliminar la polinización cruzada, el compromiso presupuestario para el enmallado de cítricos y la creación de un censo obligatorio que permita identificar de manera fehaciente, a través de GPS o chips, todos los asentamientos de colmenas.

La consellera Mireia Mollà ha destacado “la importancia que reviste el acuerdo alcanzado porque permite, por una parte, sentar las bases para lograr una convivencia armónica de ambas actividades mediante la progresiva introducción de una serie de medidas, mientras que, por otro lado, la inminente publicación del decreto asegura que durante la próxima campaña los cítricos valencianos no sufrirán el problema de la *pinyolà*”.

## Aragón incrementa la producción ecológica

La superficie de agricultura ecológica ha pasado de 72.000 a 108.000 en un año

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Aragón ha incrementado las hectáreas dedicadas a la producción de alimentos ecológicos que han pasado de 72.000 a las 108.000 hectáreas en un año. El número de agentes implicados, agricultores, ganaderos y empresas, también ha aumentado de 1.100 a 1.623. Sin embargo, el consumo sigue siendo bajo y la apuesta pasa por crecer en el sector y en industria transformadora.

Así se desprende de un estudio que fue presentado recientemente por el consejero de Agricultura del Gobierno de Aragón, Joaquín Olona, y el presidente del Comité Aragonés de Agricultura Ecológica, Antonio Artal.

Según Olona, en Aragón “somos grandes productores y débiles consumidores, por lo que el reto es incrementar de manera significativa los alimentos ecológicos y convencer a los agricultores y ganaderos de que apuesten por este tipo de productos”.

Por su parte, Artal señaló que “no sirve producir solo trigo si no lo transformamos y la pasta tiene que venir de Italia”, por lo que puso de manifiesto la necesidad de apostar por planificar a la hora de la comercialización para que se incorporen más superficies a la venta. “Tenemos



Olona durante la presentación del estudio. / JAVIER ORTEGA

que ser capaces de poner en los lineales, a disposición de los consumidores, alimentos listos para ser consumidos que provengan de la agricultura ecológica”.

En estos momentos, lo que más compran los aragoneses son productos frescos como frutas y hortalizas y los clientes que más compran se sitúan en la franja de edad entre los 50 y 60 años, con un gasto mensual de 124 euros. El estudio muestra que los productos estrella ecológicos son las frutas y verduras, la carne y los lácteos.

Según Artal, la apuesta pasa por incrementar la producción ecológica de frutos secos, vino u olivar, es decir, diversificar la oferta, a la que también se ha incorporado la trufa, la alfalfa o las gallinas. De hecho, el consumo de huevos encabeza los productos ecológicos.

El elevado precio de los productos es el argumento que utiliza el 55% de los consumidores de productos ecológicos para no aumentar la compra. Sin embargo, Artal recordó que para que al productor le resulte rentable tiene que costar algo más de dinero.

En este sentido, el consejero de Agricultura se mostró partidario de “cualquier medida” como una rebaja del IVA en este tipo de productos que favorezca un aumento del consumo, pero insistió en que el “reto” es convencer a los consumidores para que “lo hagan por convicción”, señaló Olona.

Añadió que igualmente la industria tiene que apostar por transformar las materias primas ecológicas, y por su parte los agricultores “adaptarse a las exigencias de la industria”.

Aseguró que “si uno de los tres falla, la producción ecológica no funcionará” al tiempo que consideró “insuficiente” el dinero de la PAC que debería “aplicarse mejor” con el fin de incrementar otro tipo de producciones como el vino o el aceite.

La demanda está muy segmentada, con un 50% de consumidores que no supera el 15% de la cesta de la compra en alimentos ecológicos y tan solo un 6% que supera el 50%.

## La sarna de los cítricos aparece en las Azores

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Según ha publicado la revista especializada Phytoma-España, Portugal ha informado de un brote de *Elsinoë fawcettii*, hongo causante de la sarna de los cítricos, en las islas Azores. Se trata del primer hallazgo de este patógeno de cuarentena en territorio europeo. La enfermedad afecta principalmente a la calidad externa del fruto, por lo que su impacto es mayor en las producciones destinadas al mercado de consumo en fresco.

Phytoma detalla que, durante una prospección, se recolectaron muestras de cítricos (*C. deliciosa*, *C. limon* y *C. reticulata*) en la isla de São Miguel, en julio del año pasado. La presencia de *Elsinoë fawcettii* se confirmó en diciembre, a partir de frutos recolectados en tres pequeños huertos en los municipios de Lagoa, Ponta Delgada y São Vicente Ferreira.

Las autoridades fitosanitarias portuguesas están realizando estudios adicionales para evaluar la presencia del hongo en la isla y el origen del brote. Además, están tomando medidas de erradicación y han prohibido el movimiento de cítricos fuera de las parcelas afectadas. También han puesto en marcha campañas de comunicación para prevenir el movimiento de plantas infectadas.

La sarna de los cítricos (*citrus scab*) afecta a naranjas, mandarinas, pomelos y limones, así como

algunos patrones. Está ampliamente distribuida en las zonas cítricas de América, África, el sudeste asiático y Oceanía, pero no está presente en la citricultura mediterránea. Según explica Antonio Vicent en la revista Phytoma-España, del Centro de Protección Vegetal y Biotecnología del IVIA, “las sarnas o roñas de los cítricos causadas por *Elsinoë spp.* se caracterizan por la presencia de costras suberosas en las hojas y la corteza de los frutos. En general, estas lesiones son poco específicas y pueden confundirse fácilmente con daños por viento u otras alteraciones”.

Las temperaturas óptimas para la infección se sitúan entre los 23-27°C. El periodo de incubación, oscila de cuatro a seis días. La retirada de los frutos afectados, permite bajar el nivel de inóculo en las parcelas y reducir las infecciones a los frutos jóvenes y las nuevas brotaciones.

Para el control de las sarnas suelen realizarse varias aplicaciones fungicidas desde el inicio de la brotación de primavera hasta los dos meses después del cuajado. “Los fungicidas de contacto aplicados de forma preventiva se han mostrado eficaces en el control de estas enfermedades. Hay referencias también de una cierta acción post-infectiva con algunos fungicidas penetrantes, pero su uso continuado provoca la aparición de resistencias”, comenta Vicent.

# Nace la Digitalizadora Agraria para acometer la transformación total del sector agrario

La Digitalizadora Agraria concurrirá al PERTE Agroalimentario con proyectos por valor de 500 M de euros en inversiones que podrían crear más de 5.400 empleos

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

La Digitalizadora Agraria se presentó el pasado 1 de marzo en el Palau de la Generalitat de Valencia. Este proyecto se viene fraguando desde hace cuatro años con la integración de 6.074 agricultores y ganaderos, cooperativas e industrias agroalimentarias con el objetivo de ser el mayor ecosistema de digitalización para transformar la agricultura en España.

El proyecto está impulsado por cuatro entidades agrarias valencianas, AVA-Asaja, La Unió de L'auradors i Ramaders, Cooperatives agroalimentàries de la Comunitat Valenciana, Asaja-Alicante y la aceleradora Innsomnia. Colaboran también Rural Innovation Hub de Carmona (Sevilla) y Barrax (Albacete). Además, la Digitalizadora Agraria cuenta con una *pool* de grandes empresas tecnológicas, importantes actores del sector agroalimentario y una amplia capilaridad de cooperativas y explotaciones agrarias y ganaderas ubicadas en Comunitat Valenciana, Andalucía, Castilla-La Mancha, Murcia, Castilla y León, Cataluña y Madrid.

## ■ DIGITALIZACIÓN DEL CAMPO

El anuncio del PERTE Agroalimentario por parte del Gobierno con los fondos Next Generation de la UE ha acelerado su puesta en marcha, pero su vocación es anterior y su visión es la digitalización del campo más allá de las actuales ayudas europeas.

Así, la Digitalizadora Agraria prevé concurrir al PERTE con proyectos de inversión que pueden sumar hasta 500 millones de euros y con los que se podrían crear hasta 5.431 puestos de trabajo, fundamentalmente centrados en mujeres y jóvenes en el mundo rural de 203 municipios. Un 35% en poblaciones de menos de 5.000 habitantes y otro 40% en poblaciones de hasta 40.000 habitantes.

Más allá de los Next Generation, la Digitalizadora Agraria se fundamenta en proyectos que mejoran la competitividad, sostenibilidad, trazabilidad y la seguridad alimentaria en todas las fases de la cadena de valor, poniendo especial foco en la integración vertical desde el agricultor y ganadero hasta la agroindustria. La contribución al reto demográfico pasa por los pilares de atraer talento en las zonas rurales, dignificar la vida en el campo, transformar la imagen de la agricultura, capacitar a los agricultores y ganaderos e igualmente formar en digitalización a los profesionales del sector con titulaciones universitarias especializadas en la digitalización agraria.

La inteligencia artificial, la sensorica a través del internet de las cosas, la robotización, los drones, el *blockchain*, el mantenimiento predictivo, la



Presentación de la Digitalizadora Agraria en el Palau de la Generalitat Valenciana. / RAQUEL FUERTES

reducción de consumo y ahorro energético o la analítica de datos serán algunas de las herramientas y tecnologías que van a aplicarse para la transformación del sector.

## ■ COMUNITAT VALENCIANA

Ximo Puig anunció durante la presentación del proyecto de digitalización e innovación del sector agroalimentario que opta al PERTE Agroalimentario, una inversión de 6 millones de euros para impulsar cuatro "agrohub" de innovación en la Comunitat Valenciana.

El president explicó que estos cuatro "agrohub" servirán de centros de innovación permanente y de formación, y estarán ubicados en las localidades de Morella, Requena, Polinyà del Xúquer y Elche, y se especializarán en ganadería, viticultura y enología, agricultura mediterránea y gestión del agua, respectivamente. Estos centros estarán liderados por AVA-Asaja, La Unió de L'auradors i Ramaders, Cooperatives agroalimentàries de la Comunitat Valenciana y Asaja-Alicante.

Durante su intervención, Ximo Puig destacó la colaboración público-privada y la cooperación entre distintos sectores que caracteriza esta iniciativa, y señaló que el objetivo es apoyar la "necesaria transición económica" del sector agroalimentario con el apoyo de los fondos europeos.

Asimismo, agradeció el trabajo realizado por el centro tecnológico Ainia y por el hub de innovación Innsomnia, por impulsar la iniciativa, así como por los alcaldes y alcaldesas de los municipios que participan en el proyecto, y a los representantes de organizaciones agrarias y cooperativas, que forman parte del ecosistema agroalimentario.

El acto contó con la participación de la consellera de

Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, Mireia Mollà, así como del director general de Coordinación de la Acción del Gobierno, Juan Ángel Poyatos.

Mireia Mollà valoró que el sector agroalimentario "esté liderando las iniciativas de transformación que van desde el ámbito de la sostenibilidad hasta la modernización y digitalización del sistema agrario" y destacó la compatibilidad y complementariedad de los proyectos, "factor multiplicador en toda la cadena de valor, que coloca a la Comunitat Valenciana al frente de las propuestas de recuperación social y económica de presente y de futuro".

## ■ POOL DE EMPRESAS

El *pool* de empresas proveedoras de tecnología y conocimiento se ha configurado con el objetivo de ofrecer una oferta integral para las necesidades de digitalización. Entre ellas cuenta con el impulso de AgroBank, entidad financiera líder en el sector agroalimentario y del mundo rural en España, además de firmas tecnológicas como Telefónica de España a través de su área de Telefónica Empresas; la estadounidense Esri (Environmental Systems Research Institute), líder mundial en Sistemas de Información Geográfica (GIS); la firma de maquinaria agrícola Kubota; el líder de drones agrarios chino DJI a través de su agente filial ASDrones; la empresa Asdrón Spain especializada en agricultura de precisión, topografía y filmación con drones; o la compañía SIPCAM especializada en protección de cultivos y bioestimulantes. Además, se han unido Agerpix, con soluciones digitales a medida; el grupo de certificación internacional líder en el mundo Kiwa; la empresa de

soluciones digitales para cultivos de alto valor Fedex; Grupo Gimeno con sus unidades de negocio especializadas en agua, residuos, energía y digitalización; la firma de gestión del agua y residuos Facsa; la compañía Vainsa con soluciones de gestión inteligente de explotaciones agrarias y de infraestructuras hídricas; VisualNACert, la plataforma tecnológica de soluciones digitales para la agricultura o el grupo de ingeniería Grupotec especializado en energías renovables así como en valorización y eficiencia energética. Todos ellos contarán con el apoyo y colaboración de la Universidad Politécnica de Valencia como centro tecnológico y formativo, que aportará la parte de I+D+i en el ámbito agroalimentario con especial relevancia en el ámbito de los drones aplicados a la agricultura de precisión.

Entre los grupos agroindustriales participantes se incluyen la cooperativa Anecoop, grandes bodegas como Matarromera, el grupo González Byass, Familia Torres o Bodegas Muga, además de importantes grupos líderes en el segmento de vegetales, AOVE, frutales y cultivos mediterráneos como Castillo de Canena, Murciana de Vegetales y Balam Agriculture, la empresa biotecnológica Sanifruit, así como también empresas especializadas en sostenibilidad como Natac y el Clúster de Innovación Agroalimentaria de la Comunitat Valenciana.

La Digitalizadora Agraria también ha llegado a un acuerdo con el grupo Balam Agriculture, que suma su red de Rural Innovation Hubs, entre los que se encuentran la finca 'El Valenciano', en Carmona (Sevilla) y Barrax (Albacete), conformando un ecosistema de digitalización e innovación abierta único en el sector en España.

## OPINIÓN

Por JOSÉ A. NAVARRO BORCHA

Experto en marketing agroindustrial



## Parece que estamos en el buen camino

Las últimas noticias provenientes del sector agroindustrial indican que estamos en el camino de comenzar a solucionar algunos de los problemas de nuestro campo, por una parte, en lo que afecta a los cítricos y, en otra vertiente, apuntando hacia toda la cadena de frutas y hortalizas.

A raíz de la presión ejercida por autoridades, asociaciones y empresarios del sector en la UE, parece que se va a imponer el *cold treatment* para las naranjas provenientes de Sudáfrica hacia la UE. Faltan todavía el resto de cítricos, pero ya es un paso. No me extenderé más en este tema puesto que ya son muchas las informaciones al respecto.

Quiero centrarme en la aprobación del PERTE agroalimentario, aprobado recientemente en el Consejo de Ministros. Se trata de uno de los Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación Económica, en este caso del sector agroalimentario, al que han precedido otros, como el de salud o el de movilidad, que en ocasiones son complementarios entre sí.

En este PERTE se priman los proyectos dirigidos hacia la transformación industrial, la digitalización y la I+D+i, poniendo a disposición de las administraciones y empresas más de 1.000 millones de euros.

Desde la agroindustria no podemos dejar escapar esta oportunidad, que nos debería permitir acceder a la profesionalización, desarrollo y digitalización de nuestro sector, y que debe ser la palanca que nos permita competir en condiciones favorables frente a países terceros, que nos llevan ventaja en costes, pero no en calidad ni en valor añadido de producto y servicio.

Por medio del incremento de la profesionalización de nuestras empresas, y de los desarrollos de I+D+i debemos ser capaces de reducir los costes, y a la vez incrementar la calidad, minimizando las amenazas y generando nuevas oportunidades.

A ello, sin duda, contribuirá grandemente la implantación de ecosistemas digitales, que nos permitan no solo reducir los costes sino conocer mejor a nuestros clientes, y a los clientes de nuestros clientes, los consumidores, con el fin de adaptarnos como un guante a sus gustos y preferencias. Podemos darle al consumidor la claridad que necesita para saber que lo que va a comer es lo que desea, con la salubridad y condiciones organolépticas que solicita, junto con la información de toda la cadena de valor.

Deberíamos trabajar pensando en el consumidor, que es quien paga nuestras frutas y verduras, diferenciándonos del resto de competidores, y no desaprovechar la oportunidad que se nos presenta. Yo estoy preparado, ¿y ustedes?

# Agrocotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 21 al 27 de febrero de 2022, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	2,50
Aguacate Hass.....	1,60
Fuerte.....	4,00
Kaki Rojo Brillante o Persimon.....	1,80
Cereza Otras Variedades.....	8,97
Chirimoya Fina de Jete.....	1,77
Ciuela Otras Familia Black.....	2,25
Golden Japan y Songold.....	2,77
Otras Variedades.....	2,22
Coco Otras Variedades.....	1,10
En Seco.....	1,10
Dátil Deglet Nour.....	3,13
Medjoul.....	7,02
Frambuesa Otoño.....	10,44
Fresón Ventana.....	3,45
Camarosa.....	5,50
Pájaro.....	3,00
Higo Seco.....	1,80
Kiwi Kiwigold.....	5,15
Pulpa Verde.....	1,70
Kumquat.....	2,47
Lima Otras Variedades.....	0,50
Limón Fino o Primafiori.....	0,45
Verna.....	0,60
Mandarina Otras Variedades.....	0,94
Clemenule.....	0,85
Clemenvilla o Nova.....	0,94
Hernandina.....	1,00
Mango Tommy Atkins.....	1,80
Manzana Fuji.....	1,34
Golden.....	1,35
Royal Gala.....	0,60
Otras Variedades.....	1,80
Pink Lady.....	1,18
Reineta.....	1,49
Starking o Similares.....	0,60
Melón Piel de Sapo.....	1,10
Naranja Navelina.....	0,37
Lane Late.....	0,45
Navel.....	0,43
Navel Late.....	0,45
Otras Variedades.....	0,53
Salustiana.....	0,31
Valencia Late.....	0,59
Nuez.....	4,00
Papaya o Papayón.....	4,16
Pera Conferencia.....	1,29
Otras Variedades.....	1,00
Ercolini / Morettini.....	2,06
Piña Golden Sweet.....	1,56
Pithaya Otras Variedades.....	9,00
Plátano Macho.....	1,24
Americano o Banana.....	1,00
Canarias 1ª.....	1,42
Canarias 2ª.....	0,65
Otras Variedades.....	0,80
Canarias Extra.....	1,88
Pomelo Rojo.....	1,18
Amarillo.....	0,64
Sandía Sin Semilla.....	2,01
Uva Blanca Otras Variedades.....	3,88
Red Globe.....	2,58
Sin Semilla Blanca.....	3,21
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas.....	0,60
Hojas Rizadas Lyon.....	0,60
Ajo Blanco.....	1,12
Morado.....	4,35
Tierno o Ajete.....	2,00
Alcachofa Blanca de Tudela.....	0,85
Apio Verde.....	0,50
Apionabo.....	1,10
Berenjena Morada.....	0,94
Boniato o Batata.....	0,74
Brocoli o Brócoli o Brecol.....	1,00
Calabacín Verde.....	0,85
Blanco.....	1,41
Calabaza de Invierno.....	0,40
De Verano.....	0,44
Otras Variedades.....	1,09

Cardo.....	0,80
Cebolla Tierna o Cebolleta.....	2,10
Blanca Dulce Fuentes de Ebro.....	0,85
Grano de Oro o Valenciana.....	0,31
Morada.....	0,61
Babosa.....	0,44
Calçots.....	4,36
Francesa o Echalote.....	0,88
Chirivía.....	1,00
Col de Hojas Lisas.....	0,30
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,80
Repollo de Hojas Rizadas.....	1,00
Otras Variedades.....	1,00
Coliflor.....	1,00
Endivia.....	2,36
Escarola Rizada o Frisée.....	2,00
Lisa.....	1,00
Otras Variedades.....	0,49
Espárrago Verde o Triguero.....	4,20
Espinaca.....	0,70
Guisante.....	2,91
Haba Verde o Habichuela.....	2,00
Jengibre.....	2,34
Judía Verde Fina.....	5,72
Verde Perona.....	5,01
Lechuga Cogollo.....	2,10
Hoja de Roble.....	1,40
Iceberg.....	0,99
Otras Variedades.....	0,90
Romana.....	0,40
Lollo Rosso.....	1,40
Nabo.....	0,70
Perejil.....	0,60
Pepino Corto o Tipo Español.....	0,70
Pimiento Rojo Lamuyo.....	1,57
Rojo California.....	1,00
Verde Italiano.....	1,79
Amarillo.....	1,96
Otras Variedades.....	1,40
Puerro.....	0,90
Remolacha Común o Roja.....	0,50
Resto de Hortalizas.....	0,60
Seta Champiñón.....	2,01
Tomate Liso Rojo / Daniela /	
Long Life / Royesta.....	1,06
Muchamiel.....	0,83
Liso Rojo Pera.....	0,85
Otras Variedades.....	0,80
Asurcado Verde Raf.....	1,87
Cherry.....	2,93
Liso Verde Rambo.....	1,40
Liso Verde Manzarrón.....	0,89
Liso Rojo Rama.....	2,24
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,55
Zanahoria Nantesa.....	0,40
En Rama.....	0,60
Otras Variedades.....	0,90

PATATAS	Euros/kg
Blanca Otras Variedades (Granel).....	0,64
Blanca Otras Variedades (Confec.).....	0,71
Blanca Agría (Confec.).....	0,74
Blanca Monalisa (Granel).....	0,59
Blanca Spunta (Granel).....	1,00
Roja Otras Variedades (Confec.).....	1,50
Roja Otras Variedades (Granel).....	0,60

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 3 de marzo de 2022, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	3,00
Aguacate.....	3,00
Almendra.....	7,00
Pomelo.....	0,90
Avellana.....	6,50
Kaki.....	1,40
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	3,50
Cerezas.....	7,00
Cocos.....	0,85
Membrillo.....	1,20
Dátiles.....	4,00
Feijoas.....	8,00
Higo.....	1,75
Higos Chumbos.....	2,00
Frambuesa.....	1,30

Grosellas.....	10,00
Kiwis.....	2,50
Blanca Dulce Fuentes de Ebro.....	7,00
Lima.....	1,50
Limón.....	0,50
Fresa.....	3,50
Fresón.....	2,25
Granada.....	1,25
Mandarina Clementina.....	0,70
Satsuma.....	0,80
Otras.....	1,00
Mangos.....	4,50
Maracuyá.....	8,00
Melón Galia.....	1,00
Amarillo.....	1,40
Piel de Sapo.....	1,20
Otras.....	1,00
Moras.....	12,00
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca.....	2,50
Amarilla.....	2,50
Níspero.....	3,40
Nueces.....	3,80
Olivas.....	3,80
Papayas.....	2,50
Pera Blanquilla.....	0,80
Hoja de Roble.....	2,50
Invierno.....	1,00
Temprana.....	0,90
Piña.....	1,50
Pitahaya.....	9,00
Plátanos Canario.....	2,00
Perejil.....	1,05
Manzana Bicolor.....	0,70
Amarilla.....	0,60
Verde.....	0,80
Roja.....	0,70
Otras.....	0,90
Melocotón Amarillo.....	2,50
Rojo Pulpa Blanca.....	2,50
Rojo Pulpa Amarilla.....	2,50
Ciuela.....	1,50
Uva Blanca.....	3,00
Negra.....	3,50
Rambután.....	12,50
Sandía con semilla.....	0,85
Sin semilla.....	0,90
Naranja.....	0,70
Chirimoya.....	3,30
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	0,60
Redonda.....	1,10
Ajo Seco.....	3,00
Tierno.....	0,60
Apio.....	0,50
Acelgas.....	0,65
Batata.....	0,40
Borrajá.....	1,00
Brócoli.....	0,90
Bréculi.....	0,50
Calçots.....	0,14
Calabaza.....	0,30
Calabacín.....	0,90
Cardo.....	0,50
Alcachofa.....	1,00
Cebolla Seca.....	0,22
Figueras.....	0,55
Tierna.....	0,65
Pepino.....	1,25
Col Repollo.....	0,60
Bruselas.....	0,90
Lombarda.....	0,45
China.....	0,70
Coliflor.....	0,80
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,45
Larga.....	0,70
Otras.....	0,40
Endibia.....	0,95
Escarola.....	0,70
Espárragos Blancos.....	6,50
Verdes.....	5,00
Espinaca.....	0,60
Haba.....	1,00
Higo.....	0,95
Perejil.....	0,35
Judía Bobi.....	4,30

Perona.....	3,00
Fina.....	2,50
Otras.....	1,50
Nabo.....	0,50
Zanahoria.....	0,35
Patata Blanca.....	0,42
Temprana.....	0,70
Roja.....	0,50
Pimiento Lamuyo.....	1,80
Verde.....	1,90
Rojo.....	1,00
Guisante.....	3,30
Puerro.....	1,15
Rábano.....	0,50
Remolacha.....	0,75
Tomate Maduro.....	1,00
Verde.....	1,40
Chirivía.....	0,95
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola.....	3,50
Rovellón-Níscalo.....	10,00
Champiñón.....	1,80
Otras Setas.....	10,00
Maíz.....	1,80
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

### Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 1 al 4 de marzo de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Fresones.....	2,10-2,15
Limones.....	0,80-0,90
Manzana Golden.....	0,75
Naranja Navel.....	0,70
Pera Blanquilla.....	1,20
Passacrasana.....	1,30-1,20
Piñas.....	1,70-1,65
Plátanos.....	1,70
Pomelos.....	1,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas.....	1,20-1,10
Cebolla.....	0,32
Coliflor.....	0,50
Judías Verdes.....	3,00-2,20
Lechugas.....	0,41
Patatas Calidad.....	0,26
Tomate Maduro.....	1,50
Verde.....	1,80
Zanahoria.....	0,45

### Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 21 al 27 de febrero de 2022. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	2,56
Almendras.....	8,59
Cacahuete.....	3,23
Caqui Pérsimo.....	2,15
Cereza Picota.....	9,08
Chirimoya.....	3,43
Ciuela.....	2,40
Coco.....	2,50
Dátil.....	4,42
Fresa / Fresón.....	2,42
Granada.....	2,50
Kiwi / Zespri.....	3,11
Lima.....	2,03
Limón.....	0,71
Mandarina Clementina /	
Fortuna / Nardocott.....	1,48
Clemenules.....	0,90
Clemenville.....	1,04
Hernandina.....	1,19
Mango.....	1,97
Manzanas O.V. / Pink Lady.....	1,91
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,24
Royal Gala / Cardinale.....	1,25
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,33
Granny Smith.....	1,59
Starking / R. Chief /	

Gloster / Galaxia.....	1,31
Verde Doncella.....	1,93
Melocotón Baby Gool.....	2,90
Melón / Galia / Coca.....	1,36
Mora.....	17,20
Naranja Navel.....	0,73
Salustiana.....	0,49
Navelina.....	0,27
Navel Late / Nanelate / Lanelate.....	0,65
Valencia Late / Miaknight.....	0,50
O.V. / Malta / Minolta / Barberina.....	1,20
Nuez.....	4,48
Papaya.....	1,80
Pera Blanquilla o Agua.....	1,48
Conferencia / Decana.....	1,38
Ercolini / Etrusca.....	2,25
Piña.....	1,53
Plátano.....	1,83
Banana.....	1,06
Pomelo / Rubi Start.....	1,15
Sandía.....	1,63
Uva.....	2,78
Otros Frutos Secos.....	12,08
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	0,76
Ajo Seco.....	2,25
Ajo Tierno / Ajete.....	11,00
Alcachofa.....	1,03
Apio.....	1,03
Boniato / Batata.....	1,37
Berenjena.....	0,89
Brócoli / Brecol.....	1,10
Calabacín.....	0,88
Calabaza / Marrueco.....	0,78
Cardo.....	1,15
Cebolla / Chalota.....	0,40
Cebolleta.....	0,89
Champiñón.....	2,10
Col Repollo.....	0,54
Lombarda.....	0,69
China.....	1,20
Coliflor / Romanescu.....	0,74
Endivia.....	2,20
Escarola.....	1,01
Espárrago Verde.....	4,50
Espinaca.....	1,40
Guisante.....	3,03
Haba Verde.....	1,64
Judía Verde Fina (Brasileña).....	5,28
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,15
Boby / Kora / Striki.....	3,07
Lechuga O.V.....	0,64
Cogollo.....	1,77
Iceberg.....	0,91
Nabo.....	0,84
Pepino.....	1,00
Perejil.....	1,35
Pimiento Verde.....	1,28
Rojo (Asar).....	1,32
Puerro.....	0,79
Rábano / Rabanilla.....	1,88
Remolacha.....	1,50
Seta.....	3,76
Tagarina / Cardillo.....	1,91
Tomate O.V.....	1,36
Cherry.....	4,12
Daniela.....	1,25
Zanahoria.....	0,64
Menestra.....	2,65
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana.....	0,53
Añeja.....	0,45

### Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 28 de febrero al 4 de marzo de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	4,00
Aguacate Hass.....	4,03
Fuerte.....	3,45
Otras Variedades.....	5,45
Almendra.....	1,50
Cacahuete.....	1,65
Cereza Picota.....	8,95
Ciuela Otras Familia Black.....	2,45
Golden Japan y Songold.....	3,20

## MERCADOS NACIONALES

Coco Otras Variedades	1,15
Dátil Deglet Nour	2,35
Fresa	6,33
Fresón Otras Variedades	11,95
Granada Otras Variedades	2,20
Guayaba Otras Variedades	2,27
Higo Chumbo	2,95
Verdal	6,00
Seco	3,45
Kaki Otras Variedades	2,95
Kivi Kivigold	6,65
Pulpa Verde	4,20
Limón Fino o Primafiori	0,84
Otras Variedades	0,84
Verna	0,84
Mandarina Clemenlate	1,45
Clemenvilla o Nova	1,45
Clemenule	1,45
Ortanique	1,45
Manga Kent	9,83
Manzanas Fuji	1,70
Golden	1,55
Royal Gala	1,65
Granny Smith	1,40
Otras Variedades	1,65
Starking o Similares	1,75
Reineta	2,20
Melocotón Merrill y Elegant Lady	1,65
Melón Piel de Sapo y Similares	1,90
Galia	1,05
Naranja Navel	0,85
Valencia Late	0,95
Otras Variedades	1,05
Navelina	0,65
Navel Late	0,95
Lane Late	0,65
Nectarina Carne Blanca	4,15
Níspero Algeria o Argelino	1,75
Papaya Grupo Solo y Sunrise	1,50
Papayón (2-3 kg/ud)	1,72
Pera Conferencia	1,35
Otras Variedades	1,40
Piña Golden Sweet	5,20
Plátanos Canarias Primera	1,30
Canarias Segunda	1,15
Canarias Extra	1,45
Pomelo Amarillo	0,81
Rojo	0,80
Sandía Con Semilla	2,25
Sin Semilla	2,25
Uva Blanca, Otras Variedades	3,55
Red Globe, Roja	2,80
Negra Otras Variedades	3,70
Italia o Ideal	1,95
Resto de Frutas	1,30
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
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	1,24
Berros	1,49
Boniato o Batata	1,45
Brócoli, Brocol o Brócoli	1,77
Calabacín Blanco	0,70
Verde	0,55
Calabaza de Verano	0,79
De Invierno	0,80
Cardo	1,25
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,45
Morada	1,05
Recas o Similares	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna	0,95
Col China o Pekinensis	0,95
Lombarda o Repollo Rojo	0,51
Repollo Hojas Rizadas	0,44
De Bruselas	3,95
Coliflor	1,68
Endivia	0,95
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Blanco	3,45
Escarola Rizada o Frisée	1,28
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Guisante	2,95
Haba Verde o Habichuela	4,00
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby	3,17
Verde Otras Variedades	4,12
Elda	4,95
Lechuga Otras Variedades	0,35
Romana	0,35
Maíz o Millo	0,85
Nabo	0,95
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o Tipo Holandés	1,04
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,30

Otras Variedades	1,65
Rojo Lamuyo	1,84
Verde Italiano	1,54
Verde Padrón	3,45
Puerro	0,76
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	1,14
Liso Rojo Canarias	1,00
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	0,96
Jengibre	2,25
Ñame o Yame	3,65
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,55
Hortalizas V Gama	7,50
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
<b>PATATAS (Granel) Euros/kg</b>	
Blanca, Otras Variedades	1,05
Blanca Spunta	1,45
Otras Variedades	0,95
Roja Otras Variedades	1,05

## Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 1 al 4 de marzo de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Fresones	2,20
Limones	1,00
Manzana Golden	1,30
Starking	1,20
Naranja Navel	1,00
Pera Blanquilla	1,70
Passacranasa	1,40
Piñas	1,75
Plátanos	1,60
Pomelos	1,15
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas	1,25
Cebollas Grano de Oro	0,25
Coliflor	0,60
Judías Verdes	2,30
Lechugas	0,67
Patatas Calidad	0,38
Tomates Verdes	1,55
Zanahorias	0,45

## Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 1 al 4 de marzo de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Fresones	2,50
Limones	0,54-0,53
Manzana Golden	1,20-1,25
Berros	1,30-1,40
Naranja Navel	0,40
Pera Blanquilla	1,40-1,35
Passacrasana	1,00
Piñas	1,50-1,45
Plátanos	1,65-1,75
Pomelos	0,75-0,80
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas	1,25
Cebollas Grano de Oro	0,25
Coliflor	0,60
Judías Verdes	2,30
Lechugas	0,67
Patatas Calidad	0,38
Tomates Verdes	1,55
Zanahorias	0,45

## Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 21 al 27 de febrero de 2022, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates Hass (local)	2,35
Fuerte (local)	2,50
Kakis (no local)	1,60
Cerezas (no local)	6,50
Ciruela Morada (no local)	3,80
Amarillas (no local)	3,80
Cocos (no local)	0,90
Chirimoyas (no local)	3,20
Dátiles (no local)	3,55
Fresones (local)	4,20
(no local)	2,90
Granadas (no local)	2,25
Limones Común (local)	1,00
Primofiori (no local)	0,85
Mandarinas Otras (no local)	1,10

Otras (local)	1,60
Clemenulle (no local)	1,65
Clementinas (no local)	1,65
Manzanas Otras (no local)	1,80
Golden (no local)	0,95
Royal Gala (no local)	1,55
Fuji (no local)	1,95
Granny Smith (no local)	1,60
Reineta (no local)	2,00
Melocotón Rojo (no local)	4,00
Melones Piel de Sapo (no local)	1,70
Galia (local)	1,70
Naranja Zumos Pequeña (local)	0,75
Extra Grande (local)	0,90
Salustiana (no local)	0,70
Navel (no local)	0,70
Navelinas (no local)	0,60
Nectarinas (no local)	3,30
Nísperos (local)	1,50
(no local)	4,30
Paraguayos (no local)	4,00
Peras Devoe (no local)	1,45
Conference (no local)	1,40
Lima (local)	1,80
(no local)	2,50
Piña Tropical (local)	3,20
Plátanos Extra (local)	1,10
Primera (local)	0,65
Segunda (local)	0,50
Topochos Otros (local)	1,80
Pomelos (local)	1,00
(no local)	1,10
Sandía Sin Pepitas (no local)	1,70
(local)	2,50
Uva Otras Blanca (no local)	0,85
Red Globe (no local)	3,05
Papaya Hawaiana (local)	1,40
Cubana (local)	1,40
Híbrida (local)	0,80
Guayabos (local)	2,50
(no local)	2,20
Kivi (no local)	2,25
(local)	1,40
Kiwano (local)	1,50
Frambuesa (no local)	18,00
Higos Picos (local)	3,60
Parchita (local)	3,50
Moras (no local)	18,00
Pitaya Otras (local)	12,00
Arándanos (no local)	15,00
Carambola (local)	3,00
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelgas (local)	0,90
Ajos (no local)	3,60
Ajos País (local)	8,00
Albahaca (local)	7,50
Alcachofa (local)	3,50
Apio (local)	2,00
(no local)	1,20
Berenjenas Moradas (local)	1,10
Bubangos (local)	2,00
Calabacines (local)	0,40
(no local)	0,60
Redondos (local)	1,20
Zucchini (local)	1,30
Zucchini (no local)	0,80
Calabazas (local)	0,70
(no local)	0,65
Cebollas Cebolletas (local)	2,50
Blancas (no local)	0,55
Blancas (local)	1,40
Moradas (no local)	1,20
Moradas (local)	1,90
Cebollino (local)	10,00
Coles Repollo (local)	0,80
Repollo (no local)	0,70
Lombarda (local)	0,80
Lombarda (no local)	0,80
Coliflor (local)	1,50
Champiñón (no local)	2,00
Endivias (no local)	1,40
Escarolas (local)	0,70
Espárragos Trigueros (no local)	7,50
Blancos (no local)	10,00
Espinacas (local)	1,80
Habichuelas Redondas Bobby (local)	3,30
Redondas Bobby (no local)	3,60
Coco Planas (local)	3,30
Lechugas Batavia (local)	1,20
Romanas Alargadas (local)	1,80
Iceberg (local)	1,80
Cogollos de Tudela (local)	1,50
Hoja de Roble (local)	2,70
Lollo Rosso (local)	1,65
Nabos (local)	2,00
Colinabos (local)	2,00
Pepinos (local)	1,90
(no local)	1,80
Perejil (local)	2,60
Pimientos Verdes (local)	1,40
Verdes (no local)	1,40

## 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 21 al 27 de febrero de 2022. Precios origen. Semana 08/2022.

**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): 0,18-0,25 €/Kg**

**Limón Fino Todo Limón (Murcia): 0,25-0,32 €/Kg**

La perspectiva de una menor disponibilidad de **limón Fino** al final de la campaña y la cosecha corta de **Verna**, confirman un aumento progresivo de los precios en la fase de producción. Sin embargo, no se consigue trasladar ese aumento de precio en origen. Sin duda alguna el mensaje es muy claro: Productores, Cooperativas y Exportadores de **limón en España** se alinean para plantear a las grandes superficies de **Europa** que se repercutan los sobreprecios en el precio del **limón**. Como ya ha sucedido en otros sectores y con otros productos, el sector de **limón de España** demanda a la gran distribución que suban los precios para poder soportar los elevados costes de la electricidad, agua, abonos, cartón, madera, plástico, combustibles etc... Todo ello sin olvidar que en los últimos años ha invertido mucho dinero para conseguir reducir la huella hídrica, tener un cultivo más sostenible, aportando con su cultivo CO2 y siendo un sector sensibilizado con el medio ambiente para que ahora, por parte de la distribución, no se vea valorado el esfuerzo realizado.

## POMELO

Merced de **pomelo** sin alegría ni novedades. Continúa la campaña del **pomelo** mediterráneo con **Israel y España. Turquía** ver limitada su oferta por los controles de pesticidas en frontera. La demanda sin activarse. Respecto a **Florida**, el impacto del precio de los fletes encarece el precio del producto y eso a su vez retrae el consumo de este origen.

Rojo (local)	1,70
Rojo (no local)	1,75
Padrón (local)	3,00
Padrón (no local)	2,80
Amarillo (local)	2,00
Amarillo (no local)	1,85
Puerros (local)	1,00
(no local)	1,00
Rabanillas (local)	1,00
Rábanos (local)	2,00
(no local)	24,00
Romero (local)	15,00
Rúcula (local)	4,80
(no local)	6,40
Setas (no local)	4,50
Tomates Pera (local)	1,30
Pera (no local)	2,30
Salsa (local)	1,00
Salsa (no local)	0,70
Ensalada (local)	1,30
Ensalada (no local)	2,20
Cherry (local)	3,00
Cherry (no local)	3,00
Raff (no local)	2,30
Tamarillo (local)	1,50
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (no local)	0,62
Segunda (local)	1,00
Primera (local)	1,50
Batatas Otras (local)	1,20
Otras (no local)	1,30
Yema Huevo (local)	1,20
Lanzarote (no local)	1,32
Blancas (local)	1,10
Pimientos Otras (local)	18,00
Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	6,00
Berros (local)	1,80
Beterrada (local)	1,30
(no local)	1,10
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	2,40
Maíz Cocido (no local)	2,20
Piña Millo Dulce (local)	2,20
Ñames (local)	5,50
Yuca (no local)	2,55
Pantanas (local)	1,50
Hinojo (no local)	2,30
Piña de Millo (local)	3,00
Brocoli (local)	2,00
Hierba Huerto (local)	4,50
<b>PATATAS Euros/kg</b>	
Patatas	
Otras Blancas (local)	1,00
Otras Blancas (no local)	0,70
Up to Date (local)	1,70
King Edward (no local)	0,75
King Edward (local)	1,40
Cara (local)	1,20
Rosada (local)	1,70
Negra (local)	4,00
Spunta (local)	1,30
Negra Oro (local)	5,00
Slaney (local)	1,30

Red-Cara / Druid (local)	1,20
Colorada Baga (local)	4,00
Galáctica (local)	1,20
Rooster (local)	1,50

## Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 1 al 4 de marzo de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Fresones	2,00
Limones	0,80
Manzana Golden	0,90-0,60
Starking	0,70
Naranja Navel	1,50-0,75
Pera Blanquilla	1,25
Piñas	1,25
Plátanos	1,80
Pomelos	0,90
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas	0,75
Cebollas Grano de Oro	0,26
Coliflor	0,35-0,45
Judías Verdes	4,50-3,25
Lechugas	0,40
Patatas Calidad	0,36
Primor	0,60
Tomates Verdes	1,25
Maduros	0,50
Zanahorias	0,45

## Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 18 de febrero de 2022, facilitados por el Mercado Costa de Valencia. (Últimos precios recibidos).

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.)	1,25
Kivi	2,10
Limón	0,75
Manzana Royal Gala	0,50
Golden	0,55
Melón Galia	0,95
Membrillo	1,50
Pera	0,90
Conferencia	1,35
Piña	0,95
Plátano de Canarias	0,95
Banana	0,70
Papaya	1,25
<b>VERDURAS Y HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Boniato Rojo	0,85
Boniato	0,70
Calabacín	1,00
Calabaza	0,55
Cogollos	1,20
Guindilla	2,40
Jengibre	2,35
Judía	0,60
Espárrago	0,80
Patata	0,45
Nueva	0,65

## MERCADOS NACIONALES

## Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 8, del 22 al 28 de febrero de 2022, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
(Kg/árbol)		
(Cotización más frecuente)		
(Precios sin IVA)		
OTRAS MANDARINAS		
Nardocott	0,40-0,55	Alicante
Nardocott	0,50	Castellón
Nardocott	0,40-0,55	Valencia
Nardocott	0,36-0,59	L. Valencia
Ori	0,75-1,10	Castellón
Ori	0,60-1,15	Valencia
Ori	0,81-1,17	L. Valencia
Ortanique	0,20	Alicante
Ortanique	0,15-0,18	Castellón
Ortanique	0,17-0,23	Valencia
Ortanique	0,13-0,19	L. Valencia
Tango	0,40	Alicante
Tango	0,50	Castellón
Tango	0,40-0,55	Valencia
Tango	0,36-0,59	L. Valencia
NARANJAS		
Navel Lane Late	0,12-0,21	Alicante
Navel Lane Late	0,14-0,20	Castellón
Navel Lane Late	0,11-0,19	Valencia
Navel Lane Late	0,11-0,17	L. Valencia
Navel Powel	0,14-0,17	Valencia
NARANJAS BLANCAS		
Salustiana	0,16	Castellón
LIMÓN		
Fino	0,20-0,30	Alicante

FRUTAS	Euros/Kg	Zona
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Manzana Starking	0,45	Alicante
Fuji	0,71	Alicante
HORTALIZAS		
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Alcachofa	0,35-0,45	Alicante
Consumo Fresco	0,30-1,08	Alicante
Consumo Fresco	0,45-1,30	Castellón
Consumo Fresco	0,44-0,79	Valencia
Industria Corazones	0,30-0,80	Alicante
Industria Troceado	0,20-0,27	Alicante
Industria Troceado	0,18-0,45	Castellón
Industria Peroles	0,13-0,18	Alicante
Apio Verde	0,20-0,35	Alicante
Verde	0,25-0,35	Castellón
Ajo Tierno	1,10-2,00	Alicante
Berenjena Rallada	0,71-1,08	Alicante
Boniato Rojo	0,40	Alicante
Blanco	0,68-0,71	Alicante
Brócoli	0,30-0,52	Alicante
Industria	0,12-0,17	Alicante
Calabacín	0,42-0,73	Alicante
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,15-0,34	Alicante
Tipo Cacahuete	0,28-0,55	Castellón
Tipo Cacahuete	0,35-0,53	Valencia
Redonda	0,55-0,60	Castellón
Redonda	0,44-0,66	Valencia

Cebolla tierna		
(manajo)	0,58-0,65	Alicante
(manajo)	0,50-0,60	Castellón
(manajo)	0,44-0,62	Valencia
Col		
China	0,45-0,55	Castellón
Lombarda	0,25-0,30	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,19-0,39	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,30	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,31-0,39	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,23-0,37	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,25-0,60	Castellón
Coliflor		
Blanca	0,29-0,52	Alicante
Blanca	0,25-0,67	Castellón
Blanca	0,33-0,44	Valencia
Escarola		
Hoja Rizada	0,25-0,40	Alicante
Hoja Rizada	0,33-0,83	Castellón
Hoja Rizada	0,41-0,49	Valencia
Hoja Amplia Lisa	0,28	Alicante
Espinaca	1,00-1,25	Alicante
	1,20	Castellón
Haba		
Muchamiel	0,55-1,08	Alicante
Muchamiel	1,30-1,70	Castellón
Valenciana	0,77-1,51	Alicante
Lechuga		
Maravilla	0,25-0,60	Castellón
Romana	0,20-0,38	Alicante

Romana	0,25-0,45	Castellón
Romana	0,24-0,26	Valencia
Trocadero	0,45	Alicante
Trocadero	0,35-0,60	Castellón
Little Gem	0,24-0,39	Alicante
Iceberg	0,30-0,58	Alicante
Miniromana	0,54	Alicante
Patata		
Blanca	0,33-0,60	Alicante
Blanca	0,65	Castellón
Tomate		
Acostillado	0,3-1,42	Alicante
FRUTOS SECOS		
(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)		
ALMENDRAS		
Comuna	3,51-3,61	Alicante
Comuna	3,20-3,50	Castellón
Largueta	5,21-5,31	Alicante
Marcona	7,21-7,31	Alicante
Marcona	7,15-7,50	Castellón
Planeta	3,51-3,61	Alicante
INDUSTRIALES		
(Entrada almacén. Cotización más frecuente)		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	2,80-2,85	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	3,10	Castellón
Oliva Virgen Extra	3,25-3,30	Castellón
Garrafa Entera	2,40-2,45	Castellón
Miel De Milflores	3,20-3,40	Castellón

Pimiento Verde Italiano	0,85
Padrón	2,50
Remolacha	0,55
Tomate Daniela	0,80
Pera	1,30
MM Raf	1,45
OTROS Euros/kg	
Almendra	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California	1,80

## Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 3 de marzo de 2022. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª	S/C
Rama campo 2ª	S/C
AVENA	
Avena	
Blanca	271,00
Rubia	278,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl	284,00
Pienso +62 kg/hl	289,00
CENTENO	
Centeno	274,00
GIRASOL	
Pipa Alto Oleico	S/C
Pipa de Girasol	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	298,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	S/C
Duro Proté=12%	S/C
Extensible Chamorro	315,00
Forrajero	297,00
Gran Fuerza w 300	343,00
Media Fuerza w -300	332,00
Panificable	302,00
Triticales	288,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	322,00
Yero Grano	279,00

## Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 1 de marzo 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	205,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	319,00
CENTENO	
Centeno	340,00
COLZA	
Importación 34/36%	460,00
GARROFA	
Harina	190,00
Troceada	200,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	305,00
GIRASOL	
Importación 34%	410,00

Semillas de Girasol	700,00
Torta de Girasol	S/C
Importación 28/3	330,00
MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación	358,00
Importación	325,00
Importación CE	327,00
MIJO	
Importación	470,00
SOJA	
Harina Soja Import. 47%	525,00
Harina Soja Nacional 47%	523,00
Aceite Crudo de Soja	1.725,00
Salvados de Soja	268,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	280,00
Forrajero	350,00
Panificable, mín. 11	360,00
Triticales	S/C
FRUTOS SECOS	
ALMENDRAS	
Común 14 mm	5.600,00
Largueta 12/13 mm	6.100,00
Largueta 13/14 mm	6.400,00
Marcona 14/16 mm	11.700,00
Marcona 16 mm	12.000,00
AVELLANA	
Negreta en grano	7.300,00
PIÑÓN	
Castilla	65.000,00
Cataluña	64.500,00
LEGUMBRES	
GUISANTE	
Forrajero	S/C
Forrajero	S/C
Forrajero	S/C
Importación	S/C
ACEITE	
Palmiste	
Importación	260,00
Crudo de Palma	1.850,00

## Lonja de Binefar

Información de precios orientativos de los cereales, acordados como más representativos, referidos al 2 de marzo de 2022. Sobre camión con destino fábrica, posición Binefar.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz	325,00
Cebada 64 k/hl	315,00
Trigo Pienso	340,00
Panificable	347,00
ALFALFA Euros/Tm	
Rama 1ª - A	S/C
Rama 2ª	S/C
Rama 3ª	S/C
Precio medio s/camión, salida fábrica de zona.	
Lonja de Córdoba	
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 partidor. Acta de la sesión del 1 de marzo 2022. Precios orientativos agricultor en destino.	
CÍTRICOS Euros/Kg	
Naranja Navelina Calidad 1ª	S/C

Naranja Navelina Calidad 2ª	S/C
Naranja Salustiana Calidad 1ª	0,11-0,13
Naranja Salustiana Calidad 2ª	S/O
Naranja Lane Late Calidad 1ª	0,16-0,19
Naranja Lane Late Calidad 2ª	0,14-0,15
Mandarina Híbrida Tango	
Calidad 1ª	0,40-0,55
Mandarina Híbrida Tango	
Calidad 2ª	S/O
Naranja Industria Grupo Navel	0,11-0,12
Naranja Industria Grupo Blanca	0,11-0,12
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.	
Mercado con escasas operaciones y demanda. Bajada de las cotizaciones para Salustiana en fresco de calidad 1ª. Ligera subida para la variedad Lane Late respecto a la semana pasada y repetición de cotizaciones de Tango. Ligera bajada de la horquilla superior de la industria. La parte superior de la horquilla de calidad 1ª de fresco se corresponde con calibres altos y extras. La parte superior de la horquilla de las variedades de industria corresponde a contratos de volúmenes altos.	
Próxima sesión el 8 de marzo de 2021.	
Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 3 de marzo de 2022. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.	
CEREALES Euros/Tm	
TRIGO DURO	
Grupo 1	509,00
Grupo 2	504,00
Grupo 3	504,00
Grupo 4	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	S/O
Grupo 4	S/C
Grupo 5	S/C
OTROS PRODUCTOS	
Tricale	S/O
Cebada	S/O
Avena	S/O
Maíz	S/C
Sorgo	S/C
Habas	S/O
Colza	S/C
Guisantes	S/O
Girasol Alto Oleico	S/O
Girasol	S/O
Próxima sesión 17 de marzo 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 partidor. Acta de la sesión del 3 de marzo 2022. Precios orientativos agricultor en destino.	
ALMENDRAS Euros/Kg	
Belona	5,40
Soleta	3,68
Floración Tardía Monovarietal	3,68
Guara	S/C
Antoñeta	4,00
Constantí	S/C

Comuna Tradicional (máx. 0,2)	3,55
Ecológica	S/C
Nota: Escasas operaciones.	
Próxima sesión el 17 de marzo de 2022.	

## Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 2 de marzo de 2022, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	295,00
Cebada	295,00
Triticale	283,00
Centeno	280,00
Avena	290,00
Maíz	S/C
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	240,00
Jaerla	S/C
Kennevec	170,00
Red Pontiac	190,00
Red Scarlett	150,00
Hermes	190,00
Yona	150,00
FORRAJES (23/02) Euros/Kg	
Alfafa Paquete Rama	192,00
Paquete Deshidratado	245,00
Paja 1ª (Cebada)	36,00
Veza Forraje de 1ª	150,00
Forraje	120,00

## Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del 3 de marzo de 2022. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidor, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona	7,36
Largueta	5,36
Comuna	3,56
Ferragnes	4,17
Garrigues	4,65
Guara	3,66
Ramillete	4,64
Comuna Ecológica	8,05

## Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 28 de febrero de 2022, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS GRANO	
Guara	3,45
Comuna Ecológica	7,55
Pelona	2,55
Común	3,30
Largueta	5,00

Mallorca	3,20
Marcona	7,00
Mollar	3,20
AVELLANAS	
San Giovanni,	
libra	1,75
Tonda, libra	1,80
Corriente, libra	1,80
Negreta, libra	2,00
PIÑÓN	
Andalucía	65,00
Castilla	65,00

## Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 28 de febrero de 2022, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	293,00
Cebada P.E. (+64)	285,00
Avena	268,00
Centeno	271,00
Triticale	288,00
Maíz (14°)	284,00
LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Garbanzo Pedrosillano	775,00
Lenteja Armaña (IGP)	1.200,00
OLEAGINOSAS Euros/Tm	
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol	

## MERCADOS NACIONALES

Grupo 1.....S/C
Grupo 2.....S/C
Grupo 3.....S/C
Grupo 4.....S/C
Triticale Nacional.....S/C
Importación.....295,00
Avena Importación.....320,00
Nacional.....S/O
Cebada, Igual y más de 64.....S/O
Menos de 64.....S/O
Importación Origen Puerto.....295,00
Maíz Importación origen Puerto.....280,00
Nacional.....S/C
Habas Nacional.....S/O
Importación.....375,00
Guisantes Nacional.....S/O
Importación.....S/O
Girasol Alto oleico +80%.....S/O
Convencional.....S/O
Colza.....S/O
Próxima sesión 8 de marzo de 2022.

## Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 4 de marzo de 2022. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FE-GA (Campaña 2021-2022).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero.....	340,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	330,00
Pienso -62 kg/Hl.....	324,00
AVENA	
Rubia.....	320,00
Pienso.....	320,00
TRIGO	
Duro Pr>12.....S/C	
Pienso +72 Kg/Hl.....	340,00
Fuerza +300w +14 pr.....	390,00
Fuerza -300 +12,5 pr.....	375,00
Panificable Pr>11, W<200.....	347,00
Chamorro.....S/C	
Triticale.....	335,00
Centeno.....S/C	
Yeros.....S/C	
Garbanzo sin limpiar.....	520,00
Veza.....S/C	
Guisante.....S/C	
NOTA: Mercado de cereales completamente roto y con una volatilidad nunca vista en sus cotizaciones, que hoy día conviene recordad más que nunca que son ORIENTATIVAS, marcadas pese a las reticencias del sector comprador que no consideraba oportuno establecer precio en los cereales en la presente sesión de la lonja.	
Próxima reunión el 11 de marzo 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 28 de febrero de 2022. Campaña 2021-2022.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	Sin existencias
Navel.....	Sin existencias
Navel Lane Late.....	0,11-0,18
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett.....	Sin existencias
GRUPO SANGRE	
Sanguelini.....	Sin existencias
GRUPO BLANCAS	
Salustiana.....	Sin existencias
Barberina y Mid-night	
Sin Operaciones	
Valencia Late.....	Sin existencias
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki.....	Sin existencias
Okitsu.....	Sin existencias
Owari.....	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós	
y Basol.....	Sin existencias
Orunules.....	Sin existencias
Marisol.....	Sin existencias
Mioro.....	Sin existencias
Arrufatina.....	Sin existencias
Clemenules	
Orogrande.....	0,25-0,37
Hernandina.....	0,21-0,25
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla.....	Sin existencias
Tango.....	0,40-0,65
Nardocott.....	0,40-0,65
Ortanique.....	0,14-0,21
Orrí.....	0,90-1,30
Nota: Se compra según necesidad.	

## 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 14 al 20 de febrero de 2022.

## CEREALES

■ **De invierno:** Los cereales mantienen el retraso en su desarrollo debido principalmente a la falta de precipitaciones, esta falta de precipitaciones no permite la normal aplicación de abonados necesaria para el correcto desarrollo del cultivo. La falta de precipitaciones y la ausencia de abonados, se traduce cada vez más en la presencia de manchas amarillentas en las parcelas. **Almería:** en los Vélez, la situación de sequía paraliza las labores habituales, especialmente el abonado de cobertura. Se han registrado 20+15 l/m2 en el mes de septiembre y luego, en todo el invierno, 35 l/m2, cifras bajas respecto a los 150 l/m2 que suelen caer en la zona. Las siembras tardías se ven muy afectadas en su nascencia. Se ven siembras con tonos pajizos y amarillos. Se ven también parcelas a punto de secarse, difícilmente recuperables. Sin nacer se ha quedado un 30% de las parcelas, y las que han nacido, presentan poca densidad de plantas. **Cádiz:** En las comarcas de la **Campaña de Cádiz, La Janda y Campo de Gibraltar**, los cereales se encuentran en estado fenológico predominante de ahijado, con una altura de unos 15-20 cm. Hay zonas con el cultivo más adelantado, en fase de encañado y aparición de hoja bandera. Las zonas de sierra, presentan el estado fenológico de inicio de ahijamiento. Con la cobertura aplicada, el cultivo está a la espera de precipitaciones que no llegan para evolucionar y que no se pierda. **Córdoba:** Los cereales presentan escaso porte, entre 18-25 cm. El estado fenológico predominante es BBCH 10-19 (Desarrollo de las hojas) y el BBCH 20-22 (Inicio del ahijado) y los adelantados iniciando el encañado y el despliegue de la hoja bandera. El cereal se encuentra muy retrasado y en una fase crítica, con aumento de las necesidades nutritivas, pero ante la escasez de precipitaciones apenas se han realizado abonados ni tratamientos herbicidas, lo que sería generalizado en esta época del año. **Granada:** En las comarcas de **Iznalloz, Alhama y La Vega**, los cereales se encuentran iniciando la fase del ahijado, las parcelas están muy desiguales. Se observan trigos blandos con una altura de unos 10-15 cm, las cebadas tienen el mismo tamaño. En las comarcas de **Guadix, Baza, Huéscar y Alpujarras** el cultivo se encuentra más retrasado con parcelas que se están secando y en estado de desarrollo de hojas. **Huelva:** En el **Condado Campiña**, el cereal se va defendiendo, pero presenta malas perspectivas para el futuro desarrollo de este y de los demás cultivos. En la zona de **Tujena, Tejada la Nueva, Escacena y Paterna del Campo**, se observan trigos muy retrasados pero aún verdes y completos de planta. En **La Palma del Condado y Niebla**, el cereal está más retrasado, más heterogéneo y con más parcelas amarilleando. Las perspectivas en los mercados de materias primas para con el cereal son muy poco halagüeñas. Se esperan subidas importantes por la escasez que vendrá y la crisis internacional derivada de la guerra en **Ucrania** que es un productor muy importante de cereal. **Jaén:** Los cereales en la comarca de la **Campaña Norte** se encuentran en desarrollo de hojas e iniciando el ahijamiento. No se ha aplicado abonado de fondo ni coberturas hasta el momento. Predominan los **trigos duros** como **Amilcar**, las **cebadas cerviceras** como **Planet** y **triticale** **Trujillo. Málaga:** En la comarca **Centro y Norte**, los cereales se encuentran en estado fenológico de ahijamiento con parcelas iniciando el encañado. Hay fincas más retrasadas que han tenido dificultad en la nascencia debido a la sequía. Con una altura de 15-22 cm los **trigos** presentan parcelas con falta de plantas y de nitrógeno; han aplicado coberturas de nitrógeno un porcentaje bajo de agricultores. **Sevilla:** Fenológicamente los cereales de la provincia se encuentran en la mayoría de los casos en la fase de ahijado, los más adelantados iniciando el encañado y los más atrasados en fase de desarrollo de las hojas. Normalmente, al terminar febrero se acelera la fenología y conforme avanza el mes de marzo se suceden el encañado y el espigado en la mayoría de las parcelas. La situación es muy mala en lo que respecta a los cereales de secano de siembra invernal debido a que en muchas zonas el desarrollo vegetativo y radicular y el ahijado están resultando insuficientes para proveer la próxima formación de las espigas y el llenado de los granos.

## CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos: Almería:** En los invernaderos del **Poniente**, continúa la recolección de todos los tipos de **tomates**. Las plantaciones de primavera se encuentran en diferentes estados y empezando a producir. Las plantaciones más tempranas de **pimientos** se han arrancado y se están sustituyendo por **melón o sandía**. Las plantaciones con cultivo único siguen en recolección hasta la primavera. Se recogen **pimientos del tipo Mini**, plantados en el mes de julio con unas 2 plantas/m2. Los rendimientos están siendo de 5 kg/m2 para invernaderos con problemas de virosis y de 2,9 kg/m2 para invernaderos libres de virus. Las plantaciones de ciclo largo de **berenjenas** continúan con la recolección y se están realizando plantaciones nuevas. Siguen las recolecciones de las plantaciones de **pepino** de cultivo único, estando las plantaciones de primavera empezando a producir. Continúan en plena producción las plantaciones de **calabacines** de invierno y las nuevas plantaciones están iniciando la producción. Continúan los trasplantes de **sandías** y el crecimiento de las plantas ya trasplantadas. Algunas de las variedades más utilizadas son la **Red Jasper y Premium**, del grupo de las rayadas o blancas, sin pepitas, y facilidad de cuaje en invernadero. El cultivo se protege de las bajas temperaturas nocturnas con una manta térmica y no se están produciendo plagas hasta el momento. En los invernaderos de **melón** se están plantando del tipo negro en la comarca de **Campo de las Dalías** con dosis de 0,5 plantas/m2. Por las bajas temperaturas se les deja una manta térmica. No se están viendo plagas hasta el momento. Los semilleros están ocupados por plántulas de **sandías y melones**, además se producen partidas de **pepino, calabacín, tomate y berenjena**. En los invernaderos de **Nijar**, están ya casi acabadas las plantaciones de **tomates** de primer ciclo. Las de ciclo largo ya producen menos frutos y de un poco menos calidad. Las del segundo ciclo se encuentran en plena producción, con buena calidad de los frutos. Se están arrancando los **pimientos californios** por fin de ciclo, y a los **Lamuyos** les quedan unos meses. En plantaciones envejecidas de **berenjenas** por distintos motivos se han apreciado raíces muy débiles, lo que ha provocado frutos arriñonados y tirando a rojizos. Coexisten plantaciones de **calabacín** recientes con viejas, otras se están arrancando, todo esto en un contexto de incertidumbre entre poner otros cultivos en un ciclo corto o esperar a que mejoren las circunstancias. En los invernaderos de **sandías y melones**, se están quitando las mantas y tunelillos. En las más adelantadas, ya se han introducido las colmenas para favorecer el cuaje de los frutos y se espera cortar los primeros para mediados de abril. **Granada:** En la comarca de la **Costa**, zona de **Motril**, está finalizando la campaña de **pepino holandés**, le queda un mes. Hasta la fecha están sacando alrededor de 10 kg/m2. En los invernaderos se están dando riegos diarios entre 15-20 minutos. En los invernaderos de la costa se están recolectando **tomates lisos, pera y Cherry lisos, Cherry rama y Cherry pera**. La producción de **judías verdes** tanto plana como redonda es baja y los precios cotizan al alza. **Huelva:** En las plantaciones de **fresa**, se siguen recolectando variedades tempranas, tales como la **Rábida, Rociera, Victoria, Fortuna, Inspire** especialmente en la **zona Costa (Moguer, Palos de la Frontera, Lucena)**. En la **frambuesa**, pocas variedades se encuentran en fase de recolección (entre ellas la **Diamond Jubilee Sapphire** o la **Shani**), de "día neutro". ■ **Al aire libre: Almería:** En la zona de los Vélez, la zona más templada de la comarca, se han comenzado a plantar **lechugas** de forma escalonada, mientras en la zona norte las parcelas se dejan descansar hasta el siguiente ciclo. En el **Bajo Almanzora** se recogen **brócolis** con unos rendimientos de 14-16 tn/ha. Hay parcelas con plantas en desarrollo vegetativo y otras con las pellas en formación y crecimiento. La dosis de plantas por hectárea es de unas 45.000 aproximadamente. Se está regando en días alternos durante una hora, ya que las temperaturas están siendo altas para las fechas en las que estamos. **Córdoba:** El estado fenológico que predomina en los **ajos Spring** es el BBCH 17-19 (Desarrollo de 6-9 hojas) y para los **ajos Morados** el BBCH 4-6 (Desarrollo de las primeras hojas). La superficie cultivada de **ajo morado** se ha reducido considerablemente debido a la falta de precipitaciones. El cultivo se desarrolla mal ante la ausencia de lluvias y de agua de riego por lo que los abonados de cobertura realizados han tenido poco efecto. El tiempo seco favorece que no haya plagas ni enfermedades reseñables, por lo que apenas se han realizado tratamientos. **Granada:** Las **coliflores** en la comarca de **Alhama**, zona de **Zafarraya**, están adelantadas 15 días. Las temperaturas no han bajado demasiado y el tiempo ha sido seco. Se están regando cada tres días. La producción normal es de unas 18.000 piezas/ha, con un peso medio de un kilo la pieza. Se están sacando **coles** en la zona, no presentan ataques de plagas, ni pudriciones, hay poca merma. Las **alcachofas** se encuentran en crecimiento del fruto y se espera que comiencen a producir en abril. En la zona se están plantando las primeras **lechugas tipo Romanas** que se recolectarán a partir de los meses de abril/mayo. Las de tipo **Iceberg** comenzará la plantación sobre el 15 de marzo. En la comarca de **La Vega y Poniente** granadino la campaña del espárrago está comenzando. De momento no está habiendo cotizaciones. Las variedades que se dan en la zona son: Grande F1 y Regaliz entre otras. Las temperaturas

nocturnas siguen siendo bajas lo que permite que no haya plagas en estos momentos; la falta de lluvias y humedad en las explotaciones está contribuyendo a menos enfermedades. **Jaén:** Se están recogiendo **pimientos italianos** con unos rendimientos de 3 kg/planta y una dosis de 1 planta/m2. El cultivo está muy claro de plantas. Se plantaron en el mes de septiembre y comenzaron la producción en octubre. Se están abonando con nitrato potásico y nitrato de calcio, aminoácidos y microelementos. Se aplican de dos a tres riegos por semana. Se recolectan **tomates Cabrera, tipo Beef**, plantados en el mes de octubre, con una entrada rápida en producción y calibre doble GG. La dosis de plantas por hectárea es de 1/m2. **Sevilla:** Desarrollo de las partes vegetales cosechables y recolección de **alcachofas** y **coliflores**. Desarrollo de hojas en la **cebolla temprana**. Desarrollo de la raíz de las **zanahorias** para industria. Siembra bajo acolchado plástico y nascencia del **maíz dulce**. Semilleros vacíos en la cooperativa de **Las Marismas** y, en consecuencia, significativa reducción en la superficie de siembra del **tomate** y **pimiento** de industria en el **Bajo Guadalquivir** por falta de agua para la campaña.

## FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos: Almería:** En el **Campo de Tabernas**, en las variedades clásicas de **almendros** predomina el estado de frutos cuajados, los más adelantados están ya en fruto joven. Las hojas jóvenes están desplegadas. Las variedades tardías, mayoritarias ya en esta comarca, están en plena floración, en cuanto a desarrollo de las hojas, las primeras hojas se separan y empiezan a abrirse. **Córdoba:** En los **almendros**, las variedades de floración tempranas están terminando la fase de floración en prácticamente todas las zonas. Las variedades de floración tardía han comenzado a abrir las flores en las zonas de menor altitud, más tempranas y cálidas de **La Campiña**. La floración se ha adelantado 7-10 días ya que las condiciones climáticas están siendo óptimas: temperaturas suaves, y ausencia de viento y de lluvias. Dada la baja humedad, por el momento no se están observando afecciones fúngicas en el cultivo. Hasta la salida de la parada vegetativa invernal las necesidades hídricas han sido bajas y el cultivo apenas ha sufrido estrés, sin desde que comienza la floración y brotación las exigencias del cultivo se incrementan considerablemente. **Huelva:** En la provincia, en las comarcas de **Campiña Sur y La Loma**, los **almendros** más adelantados se encuentran en estado fenológico de flores abiertas; el más retrasado, en zonas de sierra como **Cazorla, Segura y Sierra Mágina**, ya podemos observar los sépalos visibles y comenzando a verse también los estambres. **Sevilla:** Los **almendros** se encuentran en floración y cuaje. ■ **Frutales de hueso y pepita: Huelva:** Las variedades extratempranas de **melocotoneros, nectarinos, albaricoqueros y ciruelos** siguen en floración. Predominan las variedades con corolas abriéndose y estambres visibles. Las más retrasadas aparecen con botones iniciando la floración. **Jaén:** Las explotaciones de **cercezos** de la provincia que se encuentran con estado fenológico más retrasado están en estado A (Yema de invierno) y las más avanzadas que en su mayor parte corresponden a parcelas de la variedad **Burlat**, se encuentran en estado fenológico B (Botones florales en movimiento), podemos observar en este último caso que dichos botones se están hinchando. Se han podado las fincas. Las horas-frío no han sido demasiadas esta campaña. **Sevilla:** Se generaliza la brotación de hojas en las parcelas de **melocotoneros y nectarinos**. Se produce la floración y cuaje en los **ciruelos**. La escasez de agua no afecta de momento a los frutales de hoja caudex ya que sus necesidades hídricas son muy bajas en estas primeras etapas del cultivo. ■ **Frutales subtropicales: Granada:** La campaña del **aguacate Hass** está muy avanzada. Predominan los calibres 20/22; 24/26 y 28/30. Tamaño mediano de la fruta ya que con las altas temperaturas del invierno no engorda. Después de la recolección se le da una poda fuerte para evitar que la planta no pierda tanta agua. El estado fenológico del **nispero** es de engorde del fruto, presenta un desarrollo normal sin atrasos. La producción está auto regulada con el aclareo. En las fincas de **chirimoya** de la comarca de **La Costa**, se están dando tratamientos para las hormigas aplicando el insecticida al tronco. En estos momentos hay poca producción y se está iniciando la segunda poda. Se le está aportando un abonado con potasa del orden de un kilo al pie y calcio en la misma dosis. Actualmente se están regando. En los **mangos**, en estos momentos se está produciendo la castración de la primera floración para aprovechar la segunda y que el fruto sea de mayor calidad. No se están podando todavía las parcelas por las bajas temperaturas. Se suele hacer en la zona en la costa en el mes de mayo. El cultivo lleva un adelanto de 15 días esta campaña debido a las temperaturas que está haciendo y a la ausencia de lluvias. **Málaga:** En fincas de **aguacate** se está iniciando la poda en las parcelas ya recolectadas. Los restos de poda se suelen triturar. La campaña en la comarca de **Vélez-Málaga** está muy avanzada. Los calibres que predominan son medianos de 20 a 24, por falta de precipitaciones; al fruto le cuesta coger calibre sólo con los riegos. Han caído en zonas como **Benamocarra** 18-20 l/m2 respecto a los 100 l/m2 que caen en la zona de media. Hay menos demanda de fruta y en estas fechas se han cortado las importaciones debido a los altos costes del transporte.

## CÍTRICOS

**Almería:** En el **Alto Almanzora** ha finalizado la recolección de **limón Fino**, así como la de **naranjas del grupo navel**. En cuanto al **limón Verna**, los frutos están madurando. **Córdoba:** Comienza a observarse en los árboles el movimiento de yemas y la formación de los botones florales que corresponden a la brotación de febrero. Se mantiene la tónica de la campaña, precios bajos y comercialización ralentizada, por lo que la fruta se mantiene durante más tiempo en los árboles con la consiguiente sobremaduración y solape de variedades. Ha comenzado la campaña de **Nave Lates y Lane Lates** pero el atasco es grande. La situación actual en el Este de Europa tampoco favorece la comercialización ya que se han retirado las compras en esa zona, llegando incluso a suspenderse pedidos. **Huelva:** Las **naranjas y mandarinas** de media estación se encuentran en "Plena Recolección" pero con un retraso importante con respecto a su fecha habitual de recolección. Situación muy negativa por la falta de compradores y mucha fruta en árbol que se mantiene sin perspectiva de venta ni recolección. Tampoco hay movimiento de exportación en unos mercados saturados de cítricos de todas las latitudes. El rendimiento de variedades híbridas de **mandarinas** como la **Tango** está siendo sobre 50 Tm/Ha. Se recolecta **naranja Salustiana** a rendimientos medios de unos 40 Tm/Ha. La campaña en la provincia puede estar ya al 50% del total, quedando muchas variedades por sacar y mucha fruta por recoger. Desde el punto de vista fenológico, con las altas temperaturas los árboles presentan botones florales, estando las variedades más tardías en crecimiento de las primeras yemas. **Sevilla:** Se generaliza la brotación de las yemas y la formación de los botones florales. Recolección mayoritaria de las variedades de media estación de Navel, Lanes y Salustianas. Continúa la cosecha de la naranja amarga para industria. Ligero repunte de la demanda de fruta para exportación y las cotizaciones en el árbol.

## OLIVAR

■ **De almazara: Córdoba:** Los estados fenológicos en la provincia oscilan entre el movimiento de yemas y separación del primer verticilo. La recolección está muy adelantada, quedando poca **aceituna** por recoger, principalmente de olivar de la variedad **Hojiblanca** en **Las Subbéticas**. Se realizan labores de poda y eliminación de restos, así como labores de control de malas hierbas. Ante el precio de los fertilizantes y la escasez de precipitaciones hasta la fecha se han reducido los abonados al suelo, en algunos casos sustituidos por abonados vía foliar. **Huelva:** Formación de las primeras inflorescencias que se han observado en parcelas de **olivar** superintensivo en la comarca **Condado Campiña y Condado Litoral** y otras de arboles intensivos en la misma zona geográfica. Hay parcelas de variedades tardías como **Lechines** que todavía siguen en yema de invierno y en la que han comenzado a moverse los brotes. **Jaén:** En las comarcas de **las Sierra de Cazorla y Sierra de Segura** la campaña finaliza esta semana. Comenzó a lo largo del mes de febrero y se han aprovechado todos los días. Los rendimientos grasos han sido de 18-19% aproximadamente, un punto más alto que el año anterior. La mayoría de explotaciones son de secano y el 98% de la variedad **Pical** con marcos tradicionales de 10x10m, correspondiendo en su mayoría a **olivos** centenarios. Para las explotaciones finalizadas se están podando, picando la leña menuda, la gorda se vende o se emplea para consumo propio. No se están dando tratamientos de cobre en la zona, sólo lo hacen agricultores puntuales. En la comarca de la **Campiña Norte** y **El Condado** la campaña está prácticamente finalizada. Los rendimientos son superiores al del año pasado de 1-2 puntos. Se están podando los árboles en las fincas. **Sevilla:** En los **olivares** se realizan labores de poda y destrucción de restos vegetales. Se realizan también labores al terreno y tratamientos fungicidas.

## MERCADOS NACIONALES

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 3 de marzo de 2022.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Redondo,	
origen Extremadura .....	420,00
origen Andalucía .....	435,00
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 .....	Sin Operaciones
<i>Precios según rendimientos, a granel</i>	
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
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia .....	205,00-215,00
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 .....	284,00
Maíz Nacional,	
destino Valencia .....	288,00
Cebada	
Nacional, dest. Val. ....	Sin Operaciones
Avena Rubia,	
dest. Valencia .....	Sin Operaciones
Blanca, destino Valencia. Sin Operaciones	
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 .....	333,00
Tipo 4 .....	S/C
Tipo 5 .....	299,00
Trigo importación .....	Sin Operaciones
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm

Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona .....	515,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona .....	525,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona .....	Sin Operaciones
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia .....	Sin Operaciones
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida .....	S/C
14% prot., Aragón/Lérida .....	S/C
B. Balas s/calidad A./Lér .....	S/C
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona .....	330,00-331,00
disponible Andalucía .....	310,00-312,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona .....	410,00-412,00
Palmiste,	
disp. Valencia .....	272,00-273,00
Harina de Colza, dest. Valencia .....	S/C
Gluten Feed,	
disp. Valencia .....	252,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia .....	300,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona .....	284,00-285,00
Import. disp. Andalucía .....	286,00-287,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia .....	265,00-268,00
Hojas, destino Valencia .....	300,00
Tercerillas, destino Valencia .....	300,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
GARROFAS Y DERIVADOS	Euros/Tm
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia .....	S/C
Zona Alicante .....	S/C
Zona Castellón .....	S/C
Zona Tarragona .....	S/C
Zona Murcia .....	S/C
Zona Ibiza .....	S/C
Zona Mallorca .....	S/C
<i>Precios tonelada a granel s/rendimientos</i>	
Troceada Integral,	
disp. orig. ....	170,00-181,00
Troceada sin Harina	
disponible origen .....	190,00-195,00
Troceado Fino,	
disp. origen .....	155,00-160,00
Garrofin,	
disponible origen .....	Sin Operaciones
LEGUMBRES	Euros/Tm
Disponible origen	
ALUBIAS	
Redonda Manteca .....	2.150,00
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 .....	2.200,00
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 .....	2.350,00
Chino 11/13,	
disponible origen .....	2.250,00
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
Agria 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 .....	230,00
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.	

## La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 21 al 27 de febrero de 2022, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euros/Kg
Trigo	
Media Fuerza .....	27,95
Pienso .....	27,35
Cebada	
Malta .....	26,14
Pienso .....	25,54
Maíz .....	S/C
Tricale .....	26,45

La declaración de guerra en Ucrania ha puesto al mercado de los cereales en una situación sin precedentes de consecuencias imposibles de analizar. Muestra de ello es lo sucedido durante los últimos días de la

semana pasada. El jueves, inmediatamente después de la invasión rusa, los precios reaccionaron al alza, empujados por la pérdida de suministro desde los puertos del Mar Negro. El viernes, el nerviosismo, dueño absoluto de los mercados de futuros, hacía que las subidas históricas del día anterior se convirtieran en descensos. Los fondos de inversión liquidaban parte de sus posiciones ante lo que pudiera suceder durante el fin de semana. Subidas sin precedentes y descensos. Todo en pocas horas. La importancia de Ucrania y Rusia como proveedores mundiales de cereales justifican esta situación, que se mantendrá mientras se prolongue el conflicto. Mientras tanto, el mercado local se mantiene sin variaciones. La inactividad comercial, forzada también por la incertidumbre, deja los precios donde se encontraban antes de que comenzara este episodio bélico.

PATATAS	Euros/100 Kg
Consumo Fresco	
Libre .....	S/C
Consumo Fresco	
Contrato .....	15,00
Industria frito Con Conservación .....	18,00
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 .....	2,65
Ostra Bandeja .....	3,25
Seta	
Shii-Take Granel .....	4,50

Finaliza febrero en el sector con precios estables en las setas y champiñones cultivados, después de algunos movimientos alcistas, que solo han beneficiado a la seta Pleurotus.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga	
Amarilla (invernadero) .....	0,75
Verde (invernadero) .....	0,50
Borrajá	
Hoja (aire libre) .....	0,60
Lechuga Rizada .....	3,00
Cogollos .....	2,10
Repollo Hoja rizada .....	0,59
Coles de Bruselas .....	0,60
Coliflor .....	5,10
Brócoli .....	0,43
Alcachofa .....	4,00
Zanahoria Industria .....	6,30

Semana de descensos generalizados de los que logra escaparse la alcachofa, una hortaliza que se dirige principalmente a la restauración, lo que podría explicar su excepcionalidad. El resto, bajo una demanda muy débil, o presionadas por la competencia de otras zonas productoras nacionales, caso de la coliflor, retroceden de forma apreciable. Una situación especialmente negativa si tenemos en cuenta que el encarecimiento de los costes de producción y de comercialización se han elevado en la misma medida que en

el resto de sectores agrícolas y ganaderos, aunque en este caso sus productores no tienen la oportunidad de repercutirlos en sus precios de venta.

FRUTAS	Euros/Kg
PERA	
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+ .....	0,35
Fuji 70+ .....	0,60

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

La invasión rusa de Ucrania se calcula con consecuencias negativas sobre muchos mercados y sectores agrarios, entre ellos el de la fruta. Además de la pérdida de destinos comerciales, el sector debe afrontar el encarecimiento de la energía, un aspecto que afecta directamente a los costes de almacenamiento en cámara de frío. Por ahora, los precios, a pesar de la debilidad de la demanda, se mantienen estables. Con la fruta en las cámaras y una campaña por delante aún larga se pueden esperar momentos mejores.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS	
Común .....	0,65
Largueta .....	1,16
Marcona .....	1,53
Floración tardía .....	1,28
Ecológica .....	1,81

Mercado estable, como lo atestiguan unos precios invariables durante todo el mes de febrero. El sector sigue atento a una floración que se mantiene muy amenazada por el comportamiento irregular de las temperaturas, que anotan valores diarios superiores a lo normal en casi 4 °C y unas mínimas inferiores con valores negativos en todas las estaciones meteorológicas enclavadas en las zonas productoras. Una situación muy preocupante, que unida a la escasez de precipitaciones de este mes de febrero, el más seco registrado nunca en las estaciones del SIAR, ponen en jaque el desarrollo de la campaña desde sus primeros pasos.

### Lonja de Zamora

Información de los precios agrarios de la Mesa de Cereales del 1 de marzo de 2022 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando .....	S/C
Cebada .....	S/C
Avena .....	S/C
Maíz .....	S/C
Alfafa Empacada .....	S/C
Paja Empacada .....	S/C
Girasol .....	S/C
Trigo Forrajero .....	S/C
Centeno .....	S/C

## LEGISLACIÓN

# El Gobierno convoca subvenciones por 2 millones de euros destinadas a la obtención de avales para adquisición de maquinaria agrícola

El pasado lunes 7 de marzo se abrió el plazo de presentación de solicitudes de subvenciones destinadas a la obtención de avales de la Sociedad Anónima Estatal de Caución Agraria (SAECA) por parte de titulares de explotaciones agrarias o empresas de servicios que garanticen préstamos para financiar la adquisición de maquinaria agrícola. El presupuesto de la convocatoria, cuyas bases se publicaron el Boletín Oficial del Estado (BOE) el sábado 5 de marzo, es de 2 millones de

euros, financiados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

El objetivo de estas subvenciones, reguladas por el Real Decreto 244/2021, de 6 de abril, es promover la renovación del parque de maquinaria agrícola mediante la mejora del acceso al crédito ligado a la adquisición de maquinaria nueva, contribuyendo así a la reducción los costes de producción, la mejora de las condiciones de seguridad en el trabajo y a la incorporación de las mejores prácticas

agrarias desde el punto de vista medioambiental.

Las ayudas se conceden en régimen de concesión directa por riguroso orden de presentación de las solicitudes. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación subvencionará el coste del aval por un importe de hasta 100.000 euros durante los 10 primeros años del crédito avalado, con la posibilidad de uno de carencia.

Los costes del aval subvencionados incluyen el correspondiente a la comisión (1,15% del

saldo vivo del crédito durante todos los años de vigencia del mismo) y el correspondiente a la comisión de estudio (0,5% del importe solicitado, que se paga una sola vez al inicio del crédito).

La maquinaria agrícola adquirida deberá estar incluida en el grupo de máquinas de obligatoria inscripción en los Registros Oficiales de Maquinaria Agrícola. Ello incluye, entre otras máquinas, tractores, remolques agrícolas, cisternas para el transporte y distribu-

ción de líquidos, equipos de tratamientos fitosanitarios o de distribución de fertilizantes, remolcados o suspendidos, esparcidores de purines y accesorios de distribución localizada de purines.

Se entiende de este modo que las ayudas cubrirán hasta el 100% del coste de los avales concedidos por SAECA a explotaciones agrarias y empresas de servicios agrarios que suscriban créditos para adquirir maquinaria agrícola nueva



Imagen de la campaña del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana. / CAECV

# ‘Ecologízame’, la nueva campaña del CAECV para incentivar el consumo de productos ecológicos

El objetivo es incentivar el consumo de productos ecológicos, apoyándose en platos y recetas que se consumen de forma habitual en todos los hogares

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana (CAECV), pone en marcha la campaña ‘Ecologízame. Es bueno y está mejor’, con el objetivo de incentivar el consumo de productos ecológicos, apoyándose en platos y recetas que se consumen de forma habitual en todos los hogares.

En el mes de junio de 2020, el CAECV puso en marcha la campaña ‘Ecologízate: es bueno

y está mejor’, cuyo objetivo fue el de poner en valor el trabajo de los operadores certificados y buscar un crecimiento del sector, destacando aspectos como la sostenibilidad, la calidad o la salud.

“Con la puesta en marcha de esta nueva campaña, desde el CAECV buscamos estimular la demanda de productos ecológicos de la mano de las personas consumidoras, en consonancia con los ejes y acciones del II Plan Valenciano de Transición Agro-

ecológica (2021 - 2025) puesto en marcha por la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica”, explica el presidente de la entidad certificadora, Vicente Faro.

Hay que recordar que este segundo plan contempla, entre sus cinco ejes de actuación, acciones encaminadas a la puesta en marcha de campañas publicitarias, claras y concisas sobre el consumo de productos ecológicos.

Para el presidente del CAECV “una de nuestras asignaturas pendientes es el incremento del consumo interno de productos ecológicos. No podemos ser el segundo país de Europa con más superficie certificada y estemos lejos de ser referentes en consumo. Con esta campaña estamos convencidos que podemos incrementar ese consumo interno y que eso repercute en los productores agroalimentarios y en el sector ecológico en general”.

## ► DEL ‘ECOLOGÍZATE’ AL ‘ECOLOGÍZAME’

Si en 2020 el eslogan elegido para la campaña fue ‘Ecologízate’, en 2022 es ‘Ecologízame’. En esta ocasión, son los platos y las recetas los que hablan a los consumidores y les piden que los hagan ecológicos, ampliando el nicho de consumo actual, extendiéndolo a toda la población y normalizando el consumo de productos ecológicos.

En la campaña de 2020 se ecologizaba a las personas, ahora los que se ecologizan son los alimentos.

El continuismo creado, con el uso del mismo verbo en otra de sus formas, es una estrategia para que en el largo plazo ‘Ecologizarse’ (en cualquiera de sus usos) se asocie de inmediato al CAECV, entidad encargada de controlar, certificar, representar, defender, investigar y promocionar los productos ecológicos de la Comunitat Valenciana.

Respecto al claim, nada cambia. Si consumir ecológico “Es bueno y está mejor” ayer, hoy y siempre, ¿por qué íbamos a cambiarlo?”, afirma Faro.

La campaña de 2022 utiliza herramientas de publicidad de consumo masivo, donde el producto se presenta de manera irresistible para seducir al consumidor. Además, vuelve a ser una colección visual, como ya lo fuera la de 2020, con un conjunto de creatividades, que se irán presentando en los próximos meses, donde se encuentran representados los principales grupos de alimentos que se producen en nuestro territorio: frutas, hortalizas, cereales, frutos secos, carne, pescado, aceite o vino.

La iniciativa es una de las acciones del Plan de Promoción y Comunicación de la entidad para este año, que también apostará por la participación en ferias, la puesta en valor de los productos ecológicos a través de la participación en concursos o la organización de talleres escolares que tienen como objetivo la educación, entre los más jóvenes, sobre hábitos de consumo saludables de productos ecológicos.

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Club de Variedades Vegetales Protegidas (CVVP) se mantiene firme en la lucha contra la multiplicación ilegal de la Nadorcott y sigue obteniendo resoluciones favorables por parte de los tribunales nacionales en las que se confirma que para poder llevar a cabo la multiplicación o reproducción del material vegetal de esta variedad se requiere necesariamente del consentimiento y autorización, a través de una licencia, de quien ostenta los derechos sobre dicha variedad vegetal.

De hecho recientemente, y según indica el Club de Variedades Vegetales Protegidas, han conseguido una importante victoria frente a un agricultor murciano, “en la que se le condena, no solo a pagar una importante indemnización económica al CVVP por las infracciones cometidas frente a la variedad Nadorcott, sino también a eliminar de su finca todo el material vegetal de la referida variedad.



Árboles eliminados en una finca en Alhama de Murcia. / CVVP

## El CVVP sigue luchando contra la multiplicación ilegal de la Nadorcott

4.500 árboles de esta variedad sembrados ilegalmente son eliminados en una finca en Alhama de Murcia

vincial de Murcia, alegando el haber cesado en la explotación de la finca y su —ficticia— desvinculación de la misma, el CVVP cumplió una vez más

con su obligación de defender los derechos de explotación comercial de la variedad Nadorcott y ejecutó la sentencia, cortando los árboles de la referida

variedad en la finca de Alhama de Murcia y evitando así que el demandado siguiera lucrándose económicamente de una variedad que había multiplicado sin

**La CVVP seguirá interponiendo acciones judiciales a quien ilegalmente reproduzca la variedad sin la oportuna licencia**

haber obtenido la debida licencia para ello”.

Mediante la ejecución de esta sentencia, 4.500 árboles de Nadorcott sembrados ilegalmente fueron eliminados en esta finca en Alhama de Murcia.

El Club de Variedades Vegetales Protegidas mantiene intactos sus esfuerzos para controlar la multiplicación ilegal de la variedad Nadorcott, y señalan que seguirán interponiendo las acciones judiciales oportunas frente a aquellos que ilegalmente reproduzcan la variedad sin haber obtenido la oportuna licencia para ello, reclamando una indemnización económica por dicha actuación ilegal y, como ha venido haciendo hasta ahora, la eliminación completa de la variedad.

# PENBOTEK 400 SC™ by Janssen PMP



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

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



**FOMESA FRUITECH**

*Your postharvest partner since 1955*



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

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

info@fomesafruitech.net  
[www.fomesafruitech.net](http://www.fomesafruitech.net)

valencia  
fruits



**.Con nombredemujer**



# Con nombre de mujer



## Editorial

# Un papel indiscutible

**E**l paso de los años ha puesto en evidencia que el mundo, también en nuestro sector, no puede prescindir del 50% de su talento. El papel de la mujer salió de los clichés y costumbres que la mantenían asociada únicamente a las labores familiares con algunas pocas salidas laborales socialmente aceptadas. Normalmente en puestos de escasa cualificación y bajo salario. Los movimientos feministas y la evidencia de que no se podía relegar al 50% del potencial por razones de sexo nos ayudaron a evolucionar hacia algo que se ha convertido, más que en un objetivo, en una necesidad: la igualdad.

Ciertamente, quienes nacimos aún en el siglo pasado, pero en su última parte, ya no vivimos discriminaciones que impedían a la mujer, incluso legalmente, disponer de una cuenta corriente propia o trabajar sin el permiso del padre o del marido. También vimos que nuestras aulas universitarias se llenaban de mujeres cuando la universidad se hizo alcanzable para todas las clases sociales. Y que la libertad era una palabra que se conjugaba en los mismos términos, esencialmente, para todos los géneros.

Si el 8 de marzo de 1857 las trabajadoras salieron a la calle con el lema “Pan y rosas” reivindicando una equiparación salarial y que se regulase el trabajo infantil, vemos que algo hemos evolucionado, pero que aún no está todo hecho. Porque la realidad se muestra tozuda en algunos ámbitos. Nadie discute hoy que las capacidades de las mujeres son imprescindibles para mantener las fuerzas productivas, para desarrollar la investigación

o para dirigir el mundo. Sin embargo, existen diferencias en la ocupación de puestos técnicos y directivos que, además, se traducen en salarios más bajos que los de los hombres. Situaciones que aún se hacen más llamativas en el entorno rural, donde la mujer en muchas ocasiones no es siquiera cotitular de las explotaciones.

Quizás nos centramos demasiado en el final de la batalla, todos tenemos claro que queremos conseguir la igualdad, pero nos olvidamos de algo fundamental: las bases. La educación se gesta en las familias, en los grupos afectivos y en los entornos académicos. Pero la educación de género se da sobre todo en la familia y en los círculos próximos. Y ahí es donde debemos incidir para que lo demás siga su flujo natural hacia una igualdad real.

No podemos educar de forma distinta a niños y niñas, no debemos permitir roles de inferioridad o de control en relaciones adolescentes y no debemos tener prejuicios si lo que buscamos es una equiparación sin matices. De poco le sirve a una mujer ser una estupenda ingeniera si en su vida personal siguen los roles de sumisión o sigue siendo la máxima responsable de los cuidados.

Hemos de enseñar a nuestros hijos a ser compañeros, a desarrollar sus talentos con libertad, a tratar a todos con respeto y a eliminar de su vocabulario y actitud cualquier forma de discriminación.

Las vocaciones técnicas llegarán a las mujeres si no les quitamos la idea de la cabeza en cuanto se muestran hábiles con los números, la planificación o la visión espacial. Empecemos la igualdad desde

casa, continuemos en las escuelas y en el mundo laboral y apoyémosla en la legislación.

Las mujeres que este año componen nuestra sección “Con nombre de mujer” han encontrado obstáculos, pero se muestran satisfechas con su trabajo aunque reconocen que, a pesar del largo trecho recorrido, no está todo hecho. Una legislación que ya no convierte a la mujer en un “activo laboral susceptible de baja por maternidad” sino que corresponsabiliza a los progenitores en su papel de padres y permite que ambos desarrollen su carrera por igual es, sin duda, un paso importante.

Pero queda mucho para ver una equiparación entre hombre y mujeres en los puestos de decisión y ahí se desperdician habilidades y visiones diferentes que nos permitirían avanzar también de otra manera en este mundo cada vez más incierto y que requiere también de un pensamiento lateral, una perspectiva diferente. Porque, como decía Rosa Luxemburgo, no hablamos de una igualdad de homogeneización sino de “un mundo donde seamos socialmente iguales, humanamente diferentes y totalmente libres”. Mantener nuestras diferencias humanas, en un marco de igualdad de derechos y oportunidades, siendo todos libres, sigue siendo, más de un siglo después, nuestro objetivo.

En un mundo tan complejo como el que se está fraguando en estos días no podemos prescindir de nadie que pueda aportar conocimiento, trabajo, generosidad, ilusión, honestidad y empuje. Para seguir avanzando hay que contar con todos, en igualdad y con respeto a las diferencias, en un mundo libre.



## Tribuna Abierta

# La mujer, clave para el desarrollo rural

Por CARMEN CRESPO (\*)

Las mujeres rurales constituyen sin duda un colectivo que es vital para el sostenimiento de los entornos rurales. La presencia de las mujeres y de los jóvenes permite hacer frente a los graves problemas que concluyen en pueblos que poco a poco se vacían y se abandonan. Sin embargo, mantener nuestros pueblos vivos pasa sin duda porque en ellos las personas que lo habitan tengan oportunidades, por lo que no podemos contemplar un escenario en el que escaseen las opciones laborales para un colectivo, el de las mujeres, que es, como digo, fundamental, la clave que permite armonizar el medio rural en su conjunto y mantenerlo vivo.

Desde la Junta venimos trabajando en hacer posible que las mujeres y los jóvenes del medio rural, en el que viven casi 5 millones de andaluces, consigan mantener y, cuando sea preciso, revitalizar este entorno rural en el que viven. Allí sus medios de vida y su economía son cercanos y es ahí en donde tenemos el gran reto permanente de hacer posible el binomio desarrollo-sostenibilidad. Este es uno de los grandes postulados de la Revolución Verde puesta en marcha por la Junta de Andalucía y que pasa por el mantenimiento y conservación de nuestro medio rural siendo capaces de generar riqueza y empleo verde.

En cualquier caso, somos conscientes de que esto no es tampoco suficiente. El papel de la mujer en este medio rural tiene que

pasar a ser relevante. Y esto solo será posible conforme vayamos avanzando en una igualdad de oportunidades real en donde se tenga en cuenta la cada vez mejor capacitación de estas, permitiendo una mayor integración en puestos de responsabilidad y órganos de decisión de empresas y cooperativas en la misma medida en que lo hagan los hombres.

Por eso, desde la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible trabajamos en el Estatuto de la Mujer Rural y del Mar.

Sabemos los grandes retos que tenemos, pero también nos congratulamos porque empezamos a recoger frutos del trabajo hasta ahora realizado, especialmente en estos tres años de legislación y a partir de las actuaciones puestas en marcha. Así, en esa dicotomía entre los aspectos positivos y negativos de la presencia de la mujer en el ámbito laboral del medio rural encontramos realidades tales como la progresiva mejora de la situación de estas en las explotaciones a partir de su titularidad frente a la necesidad de una creciente incorporación de mujeres a la actividad agraria y con posibilidades de hacerlo en los órganos de dirección.

Sin embargo, nada tan efectivo ni novedoso como nuestra nueva convocatoria para el año 2022 para jóvenes agricultores, en la que, dentro del objetivo de fomentar de manera decisiva la incorporación de mujeres jóvenes a la actividad

agraria, se incluye un presupuesto específico de estas ayudas destinado exclusivamente a estas, de modo que una vez se agote el presupuesto de la convocatoria general de 64 millones de euros, las mujeres que cumpliendo con los requisitos no resulten beneficiarias por falta de disponibilidad presupuestaria, podrán concurrir de manera separada hasta agotar el presupuesto específico para ellas, que es de 15,9 millones de euros.

Esta es nuestra apuesta constante por la mujer en el ámbito rural, en donde además, la Consejería de Agricultura viene aplicando criterios de igualdad de género en más del 40% de las líneas de ayudas que concede, ha impulsado el anteproyecto de ley del Estatuto de las Mujeres Rurales y del Mar de Andalucía, y hemos apostado fuertemente por fomentar el asociacionismo de mujeres en los ámbitos rural y pesquero.

En cualquier caso, todo ello lo hacemos de la mano de ellas y del sector, y en consecuencia apoyando las distintas iniciativas de las propias asociaciones de mujeres del sector primario e incentivando la apuesta por la innovación, la transferencia tecnológica y la formación en el sector agrario y pesquero.

(\*) Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía



## ■ Tribuna Abierta



Por DAVID TORRES (\*)

# El campo no tiene puertas, pero sí existe un techo

**E**n los últimos años hemos despertado a una conciencia de reivindicación de derechos para las mujeres. Sin embargo, este justo movimiento de reivindicación se ha desarrollado fundamentalmente en un entorno urbano. Como sociedad hemos empezado a reconocer a tantas mujeres (escritoras, compositoras, científicas, etc.) que han sido invisibilizadas a lo largo de la historia y a las cuales hoy reconocemos y reivindicamos en la necesidad de convertirlas en referentes para las futuras generaciones.

Sin embargo, no tenemos que olvidar que nuestro entorno rural también necesita que esta conciencia lo incluya. Necesita que sus mujeres sean rescatadas del olvido para ocupar el lugar de la historia que los pertenece por derecho propio. Hace unos días, en un programa de radio sobre mujeres rurales, escuché una frase que creo que constituye una imagen potente sobre la realidad cotidiana de tantas mujeres de nuestro medio rural: “El campo no tiene puertas, pero hemos constatado que sí que existe un techo”. Es este techo el que, a pesar de su transparencia, constituye un claro hándicap en el camino hacia la igualdad en el medio rural.

En muchas de nuestras intervenciones hemos repetido una y otra vez que la mujer rural sufre una doble invisibilidad: por un lado, la de ser mujer en un entorno mucho más masculinizado, en el cual los roles de género están fuertemente marcados, y por otro, la de vivir en un entorno que limita sus oportunidades laborales, dificulta el acceso a los servicios básicos y de calidad y mantiene en claro desequilibrio su participación en los órganos de decisión del ámbito rural. Por lo tanto, podemos concluir que, en el entorno rural, la brecha de género es todavía más profunda.

Conscientes de esta problemática, a comienzos de la legislatura desde la Dirección General de Desarrollo Rural, nos marcamos como objetivo la creación de un departamento desde el cual abordar la problemática específica de la mujer dentro del mundo rural en general y del sector primario en particular, visibilizando su trabajo y promoviendo todas aquellas actuaciones encaminadas a conseguir la igualdad efectiva entre hombres y mujeres como elemento fundamental del desarrollo sostenible del medio rural.

El Servicio de Promoción de la Mujer en el ámbito rural nace así con una meta clara: servir de escaparate a todas estas mujeres que de forma silenciosa e invisible han cuidado y sustentado nuestro medio rural poniendo el foco de atención en la situación de discriminación que viven y en la necesidad de reconocerlas profesionalmente a la vez que se facilita su acceso a la titularidad de las explotaciones.

Desde el convencimiento de que mejorar la calidad de vida de las mujeres rurales tiene un impacto directo en la vertebración social del territorio y en la economía agraria y que el futuro del medio rural en igualdad pasa para incorporar la voz de la mujer en todos los ámbitos de decisión, estamos trabajando en la elaboración del I Plan Valenciano de las Mujeres Rurales. Un texto que tiene que contemplar todas aquellas medidas y acciones a desarrollar para promover esta igualdad efectiva de hombres y mujeres en nuestro entorno rural.

Para definir todas estas medidas y acciones, durante los últimos meses hemos llevado a cabo un proceso participativo a lo largo de todo el territorio y recopilando las aportaciones de las mujeres rurales que han querido colaborar en su desarrollo.

Dentro de este mismo contexto, con motivo de la celebración del día internacional de las mujeres rurales, hemos organizado varias jornadas de encuentro de mujeres rurales, que este último año estuvo dedicada a las “Mujeres del Mar”.

Asimismo, este año tenemos prevista la convocatoria de la I edición de los premios a proyectos emprendedores de mujeres rurales de la Comunitat Valenciana.

Todas estas iniciativas tienen un objetivo fundamental: favorecer un cambio de mentalidad, de costumbres y de cultura en el medio rural, de forma que se haga más visible el papel de la mujer, se aproveche su capacidad emprendedora y se fomente su participación activa en los órganos de dirección de las empresas del sector.

El sector primario es uno de los motores fundamentales de nuestra economía y, por tanto, una de nuestras prioridades es que las mujeres activas del sector puedan continuar dedicándose a su oficio y puedan vivir dignamente para continuar construyendo una sociedad que sea garantía de viabilidad, identidad y progreso del mundo rural.

Desde la Dirección General de Desarrollo Rural continuaremos trabajando para conseguir esta irrenunciable igualdad de las mujeres en el mundo rural, en general, y en el sector agrario, en particular, conscientes de que este recorrido será largo y que la igualdad efectiva entre mujeres y hombres en el mundo rural tendremos que cultivarla día a día entre todos y todas para conseguir una sociedad rural más plural, equitativa y justa.

(\*) *Director general de Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana.*

## Carmen Pacheco



► **Cuarta generación de comerciantes en alimentación.** Comienzo ayudando en el puesto familiar en el mercado de Santa María de la Cabeza compatibilizando con los estudios. Ahora regento la tienda de frutas y productos gourmet Mundifruit.

**Las preguntas solo aparecen en este perfil por razones de espacio.**

**1. ¿Puedes indicar cuántos años llevas trabajando en el sector hortofrutícola y puestos anteriores (si los hay)?**

Llevo 40 años trabajando en el sector. Concretamente, 34 en un mercado y hay que sumar 6 más en tienda a pie de calle.

**2. ¿Puedes realizar una breve descripción de tu labor actual dentro del sector?**

Soy la responsable de venta, gestión y administración en Mundifruit, donde nos preocupamos por encontrar la mejor selección de productos de alimentación al mejor precio, siempre teniendo en cuenta la frescura y ofreciendo la mejor calidad a nuestros clientes.

**3. ¿Has visto cambios en la evolución del papel de la mujer en el sector en los últimos años?**

“  
*Aunque hemos visto que aún quedan obstáculos en el camino, el futuro lo veo muy prometedor, pues creo que la mujer tiene grandes capacidades para aportar en nuestro sector*”

Afortunadamente, las mujeres cada vez estamos más presentes en todos los eslabones de la cadena alimentaria. Y es algo que no debemos perder.

**4. ¿En qué líneas se debería actuar para que las mujeres estuviesen totalmente equiparadas laboralmente en el sector? ¿O crees que ya podemos hablar de igualdad?**

En el sector, como en otros, deberíamos trabajar para que poder conciliar vida laboral y familiar fuera realmente sencillo y accesible para todos. Lo cierto es que hemos avanzado mucho, pero aún queda camino por recorrer y todos debemos implicarnos.

**5. ¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo?**

Lo que más me gusta, sin duda, es la propia venta y el trato directo con el público. Es algo que me llena y me hace disfrutar de mi trabajo cada día. Me considero afortunada.

**6. Desde tu perspectiva como mujer, ¿qué oportunidades de futuro ves en el sector para las generaciones que se incorporan al mercado laboral?**

Aunque hemos visto que aún quedan obstáculos en el camino, el futuro lo veo muy prometedor, pues creo que la mujer tiene grandes capacidades para aportar en nuestro sector.

## Carolina Penalva



► **Adjunta Secretaria Técnica del COIAL.** Ingeniera Agrónoma

**1.** Mi carrera profesional se ha desarrollado en el COIAL. Entré a formar parte de la Secretaría Técnica el año 2002 y hasta la fecha. Personalmente estoy muy vinculada al mundo agrario por tradición familiar.

**2.** El COIAL es la institución que defiende los intereses de los ingenieros agrónomos. Desde la Secretaría Técnica nos encargamos de la inspección técnica de trabajos profesionales y la resolución de consultas técnicas; supervisión y asesoramiento en el visado de proyectos. Pero también trabajamos por defender nuestros derechos y competencias.

**3.** En los últimos años, la visibilidad y relevancia de las mujeres en la sociedad se ha incrementado. Por supuesto en el COIAL, que no somos ajenos a los avances sociales, también se han producido cambios. Una prueba de ello ha sido el incremento del número de mujeres que forman parte de nuestra Junta de Gobierno y el número de colegiadas

que van sumándose al colegio. Cada vez son más las ingenieras agrónomas que ocupan puestos destacados y que contribuyen al reconocimiento de la profesión, al tiempo que constituyen un referente para todas las compañeras. Podemos presumir, de tener colegiadas dirigiendo empresas, emprendiendo, catedráticas, proyectistas y un largo etcétera de funciones a las que acceden por su mérito y capacidad.

**4.** Nos queda camino... Pero empezaría por incentivar la participación en carreras STEM. Hay que llegar a las jóvenes y transmitirles que esta es una carrera muy versátil, con mucho futuro y donde pueden acceder a puestos de trabajo de calidad. Es prioritario emprender acciones que rompan la brecha de género en la ingeniería y visibilicen el papel de la mujer en esta profesión.

Tenemos que atraer al talento femenino al Colegio, promover que más mujeres ingenieras se colegien y que participen activamente.

**5.** Que somos un gran equipo, integrado, actual, accesible, moderno, que trabajamos en armonía y compenetración. Y además ¡somos mayoría, nuestro equipo lo forman un 28% de hombres y un 72% de mujeres!

**6.** Si conseguimos la incorporación de las mujeres a la profesión de Ingeniería Agronómica, aumentaremos la ratio de mujeres en nuestro sector. La reivindicación es que nada les debería impedir al conjunto de ingenieras agrónomas acceder a aquellos puestos para desarrollar aquellas funciones para las que están especialmente preparadas y capacitadas.

Con una población cada vez más creciente y recursos limitados, la agricultura y el sector agroalimentario del futuro es un gran reto que tiene que llegar de la mano de los ingenieros agrónomos. Buscar equipos de grandes profesionales, que trabajen en igualdad y sean reconocidos por sus capacidades. Independientemente del género.

## Clara Monfort María García



► **Socias fundadoras de la agencia Don Pawanco.** Ciencias de la información, especializadas en marketing y publicidad.

**1.** Llevamos 12 años asesorando a nivel de comunicación, B2b y trade marketing en el sector.

**2.** Como socias fundadoras de Don Pawanco SL tenemos una clara vocación en el sector agroalimentario. Des-

encomienda a trabajar y cooperar con empresas del sector dando soluciones a sus aspectos comerciales, publicitarios y de marketing.

**3.** Es un hecho, la mujer está cada vez más integrada en el mundo laboral, la sociedad y, cómo no, en este sector, aportando valor y conocimiento. Además, aunque sigue siendo mayoritariamente un entorno masculino, la entrada de la mujer tiene una excelente acogida y respeto.

“  
*La gente joven tiene que vivir este sector, enamorarse y liderarlo. Es el futuro. Lo demás va surgiendo. El sector no ha dejado de demostrar su continua capacidad de reinención y supervivencia en el mercado*”

**4.** A nosotras no nos gusta hablar de desigualdades sino de evoluciones naturales. El talento y la valía son los factores predominantes sin importar el género

**5.** Todo. La evolución del sector, el esfuerzo que supone este trabajo, la dedicación y el I+D+i, real e inaudito. Todo combinado con la creatividad y una buena estrategia en comunicación y comercial hacen que el día a día, en vez de monótono, se convierta en retos fascinantes, que nos ilusionan enormemente.

**6.** En primer lugar, más que de géneros debemos hablar de edades. La gente joven tiene que vivir este sector, enamorarse y liderarlo. Es el futuro. Lo demás va surgiendo. El sector no ha dejado de demostrar su continua capacidad de reinención y supervivencia en el mercado.

“  
*A nosotras no nos gusta hablar de desigualdades sino de evoluciones naturales. El talento y la valía son los factores predominantes sin importar el género*”

de nuestra formación en ciencias de la información y especializadas en marketing y publicidad, nuestra labor se

## Elena Cebrián



► **Secretaria autonómica de Cohesión Territorial y Políticas contra el Desplazamiento de la Generalitat Valenciana.** Ingeniera Agrónoma.

“  
*Mi objetivo es mantener ese sentido de pertenencia que ya tenemos y atraer nuevos talentos que sumen*”

**1.** Más de 25 años, a lo largo de mi carrera profesional como Ingeniera Agrónoma y, especialmente, en la etapa de Consejera de Agricultura y Medio Ambiente de la Generalitat, entre 2015 y 2019.

**2.** Como Secretaria Autonómica de Cohesión Territorial y Políticas contra la Despoblación de la Generalitat Valenciana, mi trabajo incorpora al sector porque la producción agraria (y ganadera) ha conformado nuestro territorio y nuestra economía. Apuesto por que siga jugando un papel clave, adaptándose a nuevas demandas, mercados y condiciones, por ejemplo ante el cambio climático. También

“  
*Es crucial defender los derechos laborales, equiparar salarios y romper las barreras que impiden a las mujeres estar en la toma de decisiones*”

porque el sector hortofrutícola genera una importante industria a su alrededor que crea empleo, fija población y refuerza el atractivo del territorio. Además de que muchas frutas y hortalizas, y sus preparaciones, enriquecen nuestra gastronomía y cultura.

Mi objetivo es mantener ese sentido de pertenencia que ya tenemos y atraer nuevos talentos que sumen.

**3.** He visto cambios y de enorme valor. Un interés renovado por el sector, en mujeres jóvenes que han iniciado empresas o han continuado la tradición familiar; en el empuje y la constancia de mujeres no tan jóvenes que nos enseñan y contagian su amor por la tierra, a pesar de la dureza del trabajo.

**4.** Es crucial defender los derechos laborales, equiparar salarios y romper aquellas barreras que aún impiden a las mujeres estar en la toma de decisiones, sea en empresas, cooperativas o en la propia familia. También, dotar a las generaciones más jóvenes de una educación en valores de igualdad y un aprendizaje sobre nuestro patrimonio agrario y cultural.

**5.** La posibilidad de conocer gente con ideas y proyectos, luchando por mantener vivos sus pueblos, y sus ganas honestas de aportar con su experiencia.

**6.** El sector hortofrutícola ofrece muchas oportunidades, desde el trabajo directo de la tierra y los cultivos, en la industria, en la gerencia de cooperativas y empresas, en la ciencia...o, como ha sido mi caso, en la administración pública y la política. Además, es un ámbito laboral abierto a Europa y al mundo.



## María Cabello



► Responsable de Marketing y Comunicación del Grupo Roda Agrobotic.

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas, Licenciada en Traducción e Interpretación y MBA..

1. Mi primer contacto con el sector hortofrutícola ha sido con mi incorporación a Maf Roda rompiendo por completo al sector de cosmética donde había estado en mi última etapa profesional. En total 1 año y 2 meses.

2. Mi labor dentro del grupo a grandes rasgos es la de potenciar, reforzar y coordinar el mensaje del Grupo a nivel global. Por tanto, soy responsable del desarrollo de las estrategias de marketing y comunicación y de su implementación.

3. Veo cómo las mujeres van ocupando cargos de mayor peso no solo en este sector, sino en todos en general. Poco a poco vamos rompiendo el techo de cristal que se nos había impuesto, aunque nos queda mucho por avanzar. Personalmente no he podido experimentar esa evolución por el corto periodo de tiempo que llevo en el sector. Lo que sí puedo compartir es la diferencia de la presencia de la mujer en este sector frente a otros. En este sentido

he de admitir que aún estamos por detrás. Sin embargo, aunque vayamos lentos, sí estamos experimentando una evolución y un cambio de tendencia. Por ejemplo, en Maf Roda se han incorporado 14 mujeres entre puestos de responsabilidad y técnicos en los últimos años en la sede de Alzira. Apreciamos un cambio y un paso hacia adelante. Lo importante es avanzar.

4. Se necesita un cambio importante de mentalidad para poder conseguir esa igualdad deseada en todos los niveles (tanto en puestos de responsabilidad como en nivel salarial). El lado positivo es que las nuevas generaciones están ayudando en este cambio con una forma más fresca de gestión y están ayudando en ese avance hacia la igualdad real. Soy una convencida de que la igualdad se consigue desde la educación. Basada en la igualdad real, en mayúsculas, porque el micromachismo está aún muy arraigado en la sociedad, en la cultura, en la forma de comportarnos y en la educación que recibimos. Y este también hay que combatirlo. Por supuesto, todo se puede acelerar desde las instituciones y empresas. En Maf Roda incorporan mujeres en puestos técnicos y de responsabilidad. Hemos avanzado mucho y seguiremos trabajando en esta dirección.

5. Soy una apasionada del marketing y una persona que está constantemente buscando nuevas fórmulas de mejora y de oportunidades que aporten valor y ayuden a avanzar a la compañía hacia su objetivo. He llegado a Maf Roda en un momento de transformación que me resulta apasionante. Es un gran reto y a la vez una gran motivación en el día a día.

6. Veo muchas. Creo que con motivación y ganas somos capaces de llegar a donde queramos. No debemos ponernos nosotros las barreras y los límites, al contrario, debemos derribarlos. Hay un lema en inglés que me encanta que dice: "The sky is the limit" (el cielo es el límite). Por lo tanto, los límites estarán donde nosotros queramos que estén.

## María Dolores Pelegrín



► Responsable de las importaciones en la empresa Apemar con más de 28 años de experiencia en el mundo del limón y pomelo.

1. Llevo en Apemar 28 años desempeñando diferentes trabajos en la empresa familiar.

2. Actualmente soy responsable de las importaciones y, como es normal en las empresas familiares, también me encargo de otras áreas como los contratos y facturación de las mercancías nacionales, así como de la labor comercial a nivel internacional.

3. Por supuesto que he visto muchos cambios. Hemos pasado a ocupar puestos de responsabilidad que años atrás no teníamos. A día de hoy es posible que



*En mi opinión, ya se puede hablar de igualdad en el sector hortofrutícola*

*“  
Veo muchas oportunidades porque este sector está evolucionando en todos los niveles*

sea una mujer la que venda, por ejemplo, un calibrador para limones o una enmalladora. Esto hace unos años no pasaba.

4. En mi opinión, ya se puede hablar de igualdad en el sector hortofrutícola. En Apemar las mujeres somos mayoría y ocupamos puestos en las diferentes áreas de la empresa (administración, finanzas, responsable de calidad, encargadas de almacén, responsable de recursos humanos, etc.).

5. Desde niña acompañaba a mi padre los fines de semana a ver campos de limones y pomelos. Ver cómo era capaz de calcular los kilos de limones que había en cada árbol y por tanto hacer una estimación precisa de lo que finalmente recolectaría, me parecía increíble. Me sigue gustando ir al campo. Tratar con proveedores de otros países también es muy enriquecedor. Cada campaña es distinta, no es igual la nacional que la importación. Al igual que tampoco todos los mercados son iguales. Lo que vivimos durante los primeros meses de la pandemia fue una locura. Nos sentíamos responsables de que ninguno de nuestros clientes se quedara sin mercancía. A pesar de todos los inconvenientes (confinamiento, restricciones, miedo a lo que estaba pasando...), todas las mujeres de Apemar estuvimos al pie del cañón.

6. Veo muchas oportunidades porque este sector está evolucionando en todos los niveles. Cada día surgen nuevos retos debido a las normativas alimentarias, y siempre tendrá futuro porque, aún en tiempos de crisis, todos compramos alimentos.

## María Fernanda Campa



► Head of Quality Department Greenyard Fresh Spain. Ingeniera Técnica Agrícola

1. Llevo 36 años en el sector, formé parte del primer equipo de Calidad creado en España en una empresa hortofrutícola (MERCOS), Delegada Comercial y Calidad de la asociación Freshuelva en el mercado internacional St. Charles-Perpignan, Control de Calidad en Bocchi Group España (hoy Greenyard Fresh Spain).

2. Coordinación del equipo de Calidad, Política de Calidad y Seguridad Alimentaria, apoyo en Marketing e Imagen, implicación en las áreas de Sostenibilidad y RSC, relaciones con partners de producción y postcosecha, nuevas variedades y soporte en la innovación de nuevos productos.

3. Sí, mucha mayor presencia, desde los estamentos, pasando por la producción, comercialización, asociaciones, prensa especializada y, por supuesto, en los equipos Técnicos y de Calidad. En mi promoción recuerdo que éramos unas 20 mujeres de unos 90-100 alumnos, y en el primer equipo de Calidad en Merco tres hombres y yo, después se incorporó otra mujer.

*“  
La única barrera que veo es la situación del mismo sector, ¿será sustentable en el futuro?*

4. El sector es muy "localista" y no se puede generalizar, comenzando por el origen que es la producción en los temas legales de titularidad compartida y otros. Cada cooperativa, firma o empresa son un mundo, y su comportamiento o funcionamiento, pienso, están muy relacionados con la idiosincrasia de la zona y la falta de cultura. En el tema de permisos por maternidad, al estar presente hoy en día la modalidad de baja paternal, se ha allanado el camino con respecto a ese recelo por entregar el puesto a una mujer. También quiero decir que siempre he tenido el respeto y cariño de los agricultores desde mis comienzos, en zonas tan dispares como Almonte, Don Benito, El Ejido, Campo de Cartagena, etc., así que muchas veces la competencia o deslealtad no viene precisamente del primer pilar digamos más bajo, ni tampoco tiene que venir "siempre" de los hombres, claro.

5. La relación con la producción, ver plantaciones, hacer previsiones, ver problemas y nuevas variedades; transmisión de información a los proveedores por parte del equipo de calidad y hacer un buen engranaje entre proveedores y empresa, apoyo en la presentación de nuevos productos y búsquedas, organización de jornadas técnicas a los colegas de nuestros proveedores. En el sector se van perdiendo cada vez más las relaciones humanas y se va haciendo mucho más frío, soy privilegiada al poder mantenerlas, es un pilar que me sostiene.

6. Con ganas y profesionalidad, todas. La única barrera que veo es la situación del mismo sector, ¿será sustentable en el futuro?

## María José Sánchez



► Directora de Fruit Attraction. Licenciada en Derecho

*“  
Lo ideal sería no tener que plantearnos esta cuestión. Cuando llegemos a este punto, podremos confirmar la igualdad laboral real*

*“  
Debemos seguir exigiendo confianza, respeto, igualdad, y potenciar el reconocimiento del talento*

nal equipo haremos todo lo que esté en nuestra mano por seguir consolidando y posicionando la feria con el único objetivo de que las empresas vean cumplidas sus expectativas empresariales.

3. Durante estos meses he tenido la oportunidad de confirmar que este sector es equiparable al de otros ámbitos de la sociedad. Y, en este sentido, y aunque queda mucho trabajo por delante, considero que, en general, hay una mayor presencia de la mujer en todos ellos.

4. Siendo este un sector muy tradicional, sería recomendable dar mayor visibilidad a las mujeres, en especial en puestos directivos. De todas formas, lo ideal sería que no tuviéramos ni que plantearnos esta cuestión. Cuando llegemos a este punto, podremos confirmar la igualdad laboral real.

5. Ha sido muy gratificante y reconfortante descubrir la profesionalidad de los agentes que integran este sector. Me he sentido muy bien acogida y asumo esta nueva dirección con una enorme responsabilidad y respeto a esta industria fundamental en nuestro país.

6. Creo que tienen oportunidades. Pero debemos seguir exigiendo confianza, respeto, igualdad, y potenciar el reconocimiento del talento. Desde luego desde Fruit Attraction, y el resto de las ferias agroalimentarias que dirijo, seguiremos dando visibilidad a las mujeres en sus distintos ámbitos y promoviendo su participación. Revaloricemos entre todos el papel de la mujer en el sector hortofrutícola.

## Mari Carmen Jiménez



► **Directora de Calidad y Registros de Citrosol.** Licenciada en Química, Máster en Gestión de la Calidad y Máster en Seguridad Alimentaria.

*Las mujeres vamos poco a poco subiendo peldaños y escalando a posiciones más destacadas y con poder de decisión dentro de las empresas e instituciones*

1. Llevo trabajando en el sector desde que me incorporé en Citrosol en el 2009. Antes había trabajado también como Directora de Calidad y Medioambiente en el sector cerámico.

2. Soy la responsable del mantenimiento del sistema de gestión de la calidad y medioambiente, así como de los aspectos regulatorios de los productos de la empresa a nivel nacional y en los diferentes países donde se comercializan.

3. El sector hortofrutícola ha sido tradicionalmente muy masculinizado, dejando los puestos de menos respon-

*Para poder alcanzar la equiparación hace falta que más mujeres ocupen puestos directivos y es fundamental la formación y la experiencia*

sabilidad a las mujeres. Sin embargo, como está ocurriendo en el resto de los ámbitos de nuestra sociedad, las mujeres vamos poco a poco subiendo peldaños y escalando a posiciones más destacadas y con poder de decisión dentro de las empresas e instituciones.

4. Aunque la tendencia va hacia el establecimiento de una sociedad más igualitaria, aún no se puede hablar de igualdad entre hombres y mujeres, ni en la sociedad en general, ni en nuestro sector en particular. Creo que para poder alcanzar la equiparación hace falta que más mujeres ocupen puestos directivos y, para ello, es fundamental la formación y la experiencia. Además, es necesario incrementar la visibilidad y reconocimiento de la importancia de la mujer en este sector.

5. Es muy gratificante pertenecer a un sector que es esencial dentro de la cadena alimentaria. Me gusta pensar que contribuimos al abastecimiento de alimentos frescos y seguros para los consumidores.

Para mí es un orgullo trabajar codo con codo cada día con un equipo muy preparado que me hace crecer tanto a nivel profesional como personal.

6. En este país hemos avanzado mucho en políticas de igualdad, aunque ahora se hace necesario avanzar en su aplicación para lograr una distribución equitativa de puestos y responsabilidades entre hombres y mujeres con condiciones igualitarias a todos los niveles dentro de las empresas.

## Mari Carmen Morales



► **Directora del Departamento de Calidad y Sistemas de Anecoop S.Coop.** Es ingeniera agrónoma por la Universidad Politécnica de Valencia.

1. Toda mi trayectoria profesional ha estado ligada al sector hortofrutícola, llevo algo más de 25 años en Anecoop, empecé como técnico de calidad en Almería, fue mi segundo trabajo.

*La solución pasa por la formación y por poner en valor las capacidades de la persona, independientemente de su género*

2. Como Ingeniera agrónoma y con una amplia experiencia como responsable de calidad en el ámbito cooperativo, el trabajo que desarrollo está relacionado con la gestión del personal técnico

*Hay que tener el valor de dedicarnos a lo que más nos guste. No nos tenemos que poner limitaciones*

que proporciona soporte a los socios de Anecoop para la correcta implementación de los sistemas de calidad que nos ayudan a mejorar los distintos procesos productivos durante el cultivo y el manejo postcosecha.

3. En mi época de estudiante hubo una explosión en el número de mujeres que se matriculaban en Agrónomos, mundo eminentemente masculino. Esas mujeres han ido desarrollando sus carreras profesionales y ocupando puestos de responsabilidad, aunque si nos fijamos en los órganos de gobierno de las cooperativas agrarias, todavía hay pocas mujeres.

4. No creo que sea un problema de falta de equiparación o de falta de igualdad real, creo que puede estar relacionado con ciertos prejuicios arraigados en la memoria colectiva. La solución pasa por la formación y por poner en valor las capacidades de la persona, independientemente de su género. Estamos en el camino.

5. Lo que más me gusta es ver como gracias a los vínculos que se generan entre las personas podemos mejorar los resultados del trabajo y como todos juntos crecemos personal y profesionalmente. Ayudar a poner en valor el esfuerzo y el trabajo de nuestros agricultores me produce una gran satisfacción.

6. Todas las oportunidades que se pueden imaginar. Tenemos que creer en ello, tenemos la preparación, la capacidad y hay que tener el valor de dedicarnos a lo que más nos guste. No nos tenemos que poner limitaciones.

## Marta García



► **Responsable de Calidad en Sanifruit.** Ingeniera Técnica Agrícola y Licenciada en Ciencia y Tecnología de los Alimentos

1. Llevo en el sector hortofrutícola casi 20 años.

2. Como Responsable de Calidad de la empresa Sanifruit mi labor es el desarrollo, implantación y comunicación del plan de calidad establecido por la empresa basado en un sistema de trabajo y políticas de calidad en armonía con los requisitos establecidos legalmente, revisando aspectos legales y adaptándolos a nuestros productos y a nuestra actividad.

3. El papel de la mujer en la actividad empresarial, y en concreto en el sector, es cada vez más destacado, teniendo en cuenta que la figura de la mujer en el sector hortofrutícola ha sido muy destacada por el elevado número de mujeres en las centrales hortofrutícolas como encajadoras, triadoras, etc. Pero cada día se ve más mujeres en puestos de responsabilidad, en cargos técnicos incluso directivos y como ejemplo, nuestra empresa, en Sanifruit la Dirección es compartida por Javier y Erica Biel y en todos y cada uno de los departamentos, la paridad es la nota predominante que enriquece cada día la

empresa y su actividad. Esto hace 20 años era casi que impensable y con esto quiero decir que se ha recorrido un largo camino. No obstante, pienso que aún queda bastante por hacer, existen ámbitos del sector donde la figura de la mujer es difícil de ver.

4. Por el momento no podemos hablar de igualdad total en el ámbito laboral entre hombres y mujeres, aunque hoy en día considero que la mujer está totalmente integrada en el ámbito laboral del sector y es capaz y además está en condiciones de afrontar cualquier reto de responsabilidad, aún así, debemos trabajar en las empresas por conseguirlo. ¿Cómo? Potenciando la participación de las mujeres en todos los ámbitos posibles del mundo laboral, esto incluye la participación de la mujer en las esferas de decisión; asegurando de esta forma, una presencia equilibrada entre hombres y mujeres en la empresa y en los puestos de responsabilidad; garantizando la incorporación y el poder acceder a puestos en condiciones de igualdad.

5. Para mí es enormemente satisfactorio encontrar una fórmula de trabajo en la que la calidad sea el compromiso de toda la empresa. El departamento de calidad es un enlace entre los distintos equipos de trabajo y departamentos que ayuda, no solo a ofrecer productos de calidad, procesos y procedimientos de trabajo estructurados, sino a que esa calidad se transmita en el compromiso con nuestros clientes. Creo en la calidad en el más amplio sentido de la palabra.

6. ¡Muchísimas! estamos en un momento muy importante para la mujer. Las universidades, los centros de formación están llenos de mujeres con ganas de aprender, de enriquecerse, de demostrar sus capacidades y debemos creer en que somos capaces de lograr nuestros sueños con el trabajo, la constancia, el esfuerzo. Si partimos de esta base, una vez en el mundo laboral, podremos alcanzar lo que nos proponamos. Somos personas con potenciales, características y talentos que deben ser independientes a nuestro sexo.

## Nerea Lerchundi



► **Directora de Comunicación Cooperativas Agro-alimentarias de España.**

*Hay que continuar reforzando y visibilizando el papel de la mujer y fomentar su presencia en puestos de decisión*

1. En Cooperativas Agro-alimentarias de España llevo casi 20 años en el departamento de comunicación. Anteriormente y relacionado con el sector trabajé como redactora en un canal temático de agricultura, Canal Rural, pero también en trabajado en otros medios como radio y en prensa escrita.

2. Mi labor principal es coordinar todo lo relacionado con comunicación e imagen de la organización, siempre con la ayuda y colaboración de mis compañeras, Aurora y Pilar. Me encargo de las relaciones con los medios, gestión de entrevistas, notas de prensa, noticias...

También de la edición del informe anual y de la organización de nuestros Premios Anuales, colaboro en la organización de nuestras asambleas y congresos, participo en los grupos de comunicación de algunas interprofesionales, y gestiono nuestra cuenta de twitter.

3. En nuestro sector, al igual que en el resto, sí se ha producido una evolución positiva de la presencia de la mujer en puestos de responsabilidad. Creo que es fruto de la formación, pero también del trabajo que se viene realizando desde hace unos años, en concreto en nuestra Organización, el realizado por AMCAE (Asociación de Mujeres de Cooperativas Agro-alimentarias de España), que está potenciando la incorporación de mujeres a los órganos de decisión de nuestras cooperativas.

4. Es un sector muy masculinizado, si bien se han producido avances, hay que continuar reforzando y visibilizando el papel de la mujer y fomentar su presencia en puestos de decisión. Es cierto que en nuestras cooperativas en algunos departamentos hay más mujeres que hombres, pero hay que continuar avanzando para lograr que en igualdad de condiciones una mujer tenga las mismas oportunidades que un hombre.

5. Tengo la suerte de trabajar en un sector que se dedica a alimentar al mundo, y creo que en ocasiones se nos olvida y no valoramos su importancia. En concreto me gusta formar parte de Cooperativas, trabajar para estas empresas que tienen un fuerte arraigo en el medio rural, formadas por personas que trabajan en común, que apuestan por la innovación, y eso hace que cada día sea diferente.

6. Nuestro sector tiene un gran futuro, precisamente porque nunca vamos a dejar de alimentarnos, es un sector innovador, que incorpora tecnología cada día, pero que tiene que hacer un esfuerzo por comunicarlo y llegar a que las generaciones futuras se interesen por incorporarse a él. Sin duda la mayor presencia de mujeres ayudará a ello.



## Pilar Rubio



► Responsable de Calidad y Medio Ambiente en Agrofresh. Ingeniera Agrónoma.



*Los cambios se perciben, aunque de una manera muy lenta, especialmente en puestos directivos y técnicos*

1. He estado trabajando muchos años en el sector del metal y la construcción, pero hace 8 años, volví a mis orígenes. Desde entonces estoy trabajando para Agrofresh, multinacional enfocada en soluciones postcosecha, que ayudan a alargar la vida útil de frutas y hortalizas, minimizando el desperdicio de alimentos.

2. Desde que acabé la carrera, mi trayectoria profesional siempre ha estado ligada a las áreas de calidad, medioambiente, prevención de riesgos laborales y seguridad alimentaria. Actualmente ocupé el puesto de manager de calidad y



*Debemos centrarnos en valorar capacidades, formación, experiencia, actitudes, resultados, independientemente del género y de los prejuicios*

medioambiente. Mi misión es la mejora continua de procesos para proporcionar un adecuado servicio al cliente, desde una perspectiva sostenible, para que su satisfacción de nuestros clientes sea máxima y nos considere como su partner de confianza.

3. Los cambios se perciben, aunque de una manera muy lenta, especialmente en puestos directivos y técnicos (puestos de mantenimiento, fabricación, etc.). Todavía queda mucho por hacer y, de hecho, es muy significativo que nos planteemos el tema, lo que significa que no acaba de estar normalizado.

4. Debemos cambiar el chip y centrarnos en valorar capacidades, formación, experiencia, actitudes, resultados, independientemente del género y de los prejuicios.

5. Me encanta su ausencia de monotonía y sus retos. Me permite estar en contacto con todas las áreas de la compañía, así como con los clientes. Mi objetivo es poder contribuir a conseguir un entorno más sostenible para las generaciones futuras.

6. El sector ofrece grandes oportunidades para las generaciones futuras, al ser uno de los sectores basados en el origen de la alimentación. Los retos ligados a la producción, la seguridad alimentaria y la sostenibilidad siguen siendo numerosos. Hay mucho trabajo por hacer relacionado con el desperdicio de alimentos, y esto es una oportunidad para seguir mejorando día a día.

## Reyes Lena



► Técnico comercial en Decco Ibérica Postcosecha en la zona de Andalucía. Ingeniera técnica agrícola con especialidad en explotaciones agropecuarias.

1. Llevo 15 años trabajando en la postcosecha, todos ellos han sido trabajando para Decco Ibérica. Durante trece años como única mujer técnico comercial en el sector de los cítricos, hasta que llegó mi compañera de Murcia. Antes de entrar a formar parte del equipo Decco estuve trabajando para la Junta de Andalucía.

2. Desde que empecé a trabajar en el sector de la postcosecha ejerzo mi labor como técnico comercial asesorando sobre el tratamiento de la fruta y realizando un exhaustivo control del podrido de la misma.

Entre mis funciones está, también, realizar la toma de muestras de residuos de fungicidas para no sobrepasar los LMR establecidos y realizar la colocación de placas para el control de la contaminación ambiental y de superficies. Dando así un servicio completo a nuestros clientes.

3. Tengo que decir que realmente no he visto muchos cambios, es cierto que

algunos se van produciendo, aunque, a mi parecer, son escasos ya que la mayor parte de los trabajadores en el sector son hombres, sobre todo en los altos cargos.

En estos años de trabajo en el sector he comprobado como apenas hay mujeres en puestos que siempre han sido ocupados por hombres como son los puestos de gerencia, carterillos, calidad, etc. En Decco, vamos un poco por delante, y tenemos a Elena Sanchis como responsable de I+D, así como a Mar Lluca como Responsable de Calidad, pero queda mucho por hacer.

4. Para que esto suceda se debería premiar la excelencia y la preparación por encima del género. Valorar la capacidad de trabajo y la capacidad para mejorar el sector.

Aunque las nuevas generaciones ya están concienciadas con la igualdad de género creo que queda mucho trabajo por hacer aún. También he de destacar que siempre me he sentido muy valorada y querida en mi trabajo y por ello animo a las mujeres para que se incorporen al sector de la postcosecha.

5. Lo que más me gusta es, sin duda, el trato diario con la gente, la relación personal. Se trata de un trabajo en el que cada día aprendo algo nuevo, tanto de las nuevas generaciones que se incorporan como de las antiguas que ya llevan muchos años, y ello me ayuda a mejorar en mi puesto. Se trata de un sector que es muy dinámico donde cada campaña es distinta y por ello el aprendizaje es continuo.

6. Sinceramente veo que hay muchas oportunidades ya que queda mucho trabajo por hacer para mejorar la postcosecha, aunque desgraciadamente no veo que haya mucho relevo generacional y en estos tiempos hay mucha incertidumbre por lo difícil que está siendo la comercialización del cítrico y los bajos precios.

En los últimos años las mujeres vamos entrando poco a poco con mucha fuerza e ilusión y sé que podemos hacer grandes cosas en el sector.

## Rosa Peris



► Empresaria hortofrutícola, segunda generación al frente de la empresa familiar Vicente Peris.



*Creo que el contexto social y legal de la actualidad favorece la igualdad de condiciones laborales y la tendencia es favorable a evitar las diferencias justificadas en valores distintos a la capacidad de trabajar y aportar soluciones*

situación que la diplomacia y las buenas maneras no pudieran ayudar a superar.

4. Realmente en mi experiencia, las personas valían por lo que hacían y aportaban a la empresa. Creo que el contexto social y legal de la actualidad favorece la igualdad de condiciones laborales y la tendencia es favorable a evitar las diferencias justificadas en valores distintos a la capacidad de trabajar y aportar soluciones.

5. Como directora comercial me he enfrentado a las situaciones más dispares. Mi manera de abordar las relaciones comerciales se basa en el respeto por todos los puntos de vista. Siempre he hablado claro, evitando los rodeos que retrasan las decisiones, y cuando se me ha pedido apoyo de manera sincera, lo hemos dado. Hay una serie de principios que aprendí de mi padre y que siguen funcionando porque entre personas la clave es el respeto y la comprensión de quienes tienen otro interés distinto al nuestro.

6. La formación es un punto fundamental para abordar el mercado laboral, pero también es necesario añadir un poco de psicología de manera que empatemos con los demás. Las mujeres somos capaces de aportar un discurso empático, real y práctico. Cuidamos los detalles y la relación interpersonal, tenemos muchas oportunidades en la nueva realidad del campo.

1. En la empresa familiar de los años 60, la familia y los hijos ayudábamos siempre que era necesario. Con catorce años, las vacaciones eran tiempo de colaborar en el día a día así fuimos aprendiendo los hijos hasta tomar la dirección de la empresa. Por mi carácter y experiencia asumí la dirección comercial y la gerencia, contando siempre con el apoyo de los otros dos socios de la familia.

2. Me encuentro en el momento de ceder el testigo a la tercera generación de la familia. En algunas responsabilidades ya cuento con relevo y en otras me mantengo cerca por si mi experiencia es necesaria.

3. He sido una persona afortunada porque siempre se me ha respetado en un mundo de hombres. Quizá por ser tan pocas mujeres, nos apoyábamos y nos hacíamos valer con mayor energía demostrando con hechos que no existían diferencias de sexos en la gestión comercial y de empresa. Nunca he tenido una

## Silvia Soria



► Periodista y locutora empezó en Ràdio Nou creando, dirigiendo y locutando el programa radiofónico El Forcat, decano del sector que afronta su temporada número 23 este año.

1. En este sector llevo 23 años ejerciendo como periodista agroalimentaria. Cargos, lo que se dice cargos sectoriales... no tengo ni he tenido. Soy más de dar voz a quienes los ostentan.



*La mujer no hace ni más ni menos que lo de siempre, pero ahora se ve más dado que las circunstancias lo permiten*

2. Sigo siendo la directora y locutora de El Forcat y todos los días hago cobertura agroalimentaria en la radio... aunque después de tantos años también presento galas de premios, foros de debate, mesas redondas, desayunos sectoriales, catas... y hasta tengo el honor de



*Todavía queda camino por recorrer, pero los cambios que nos trae el nuevo orden económico y social serán decisivos para conseguir esa igualdad. Hace años en el sector se requería experiencia y fuerza, hoy basta con formación y destreza*

ser la voz de muchas manifestaciones agrarias.

3. Sin duda, pero ha sido más un cambio externo que interno. Me explico. La mujer no hace ni más ni menos que lo de siempre, pero ahora se ve más dado que las circunstancias lo permiten. La tecnificación facilita la igualdad y la digitalización la consagra. Pero el papel de la mujer siempre ha sido el mismo... ser el pilar del sector primario y del mundo rural.

4. Todavía queda camino por recorrer, pero los cambios que nos trae el nuevo orden económico y social serán decisivos para conseguir esa igualdad. Hace años en el sector se requería experiencia y fuerza, hoy basta con formación y destreza. La capacitación no tiene género y el futuro solo será de los que se formen... sean hombres o mujeres. Por eso yo actuaría ahí... ¡en la formación!

5. Conocer gente de la que aprendo cada día más.

6. Las oportunidades están en las dificultades. Por eso yo creo que las nuevas generaciones de nuestro sector tienen futuro llenando la España vaciada, salvando al planeta agonizante y humanizando a la gente. ¡Que falta nos hace!

# Fruta de verano



valencia fruits  
**dossier**



El sector de la fruta de hueso en Andalucía viene demostrando desde hace muchos años una gran capacidad de adaptación a los cambios y éxito a la hora de afrontar nuevos retos. / ARCHIVO

JOSÉ RODRIGUEZ CARRASCAL / Presidente del sector 'Fruta de hueso' de Asociafruit y director de la SAT Síntesis

## “La idoneidad de nuestra tierra y clima nos posicionan para hacer un producto de calidad”

*Desde Asociafruit, el presidente del sector de fruta de hueso, José Rodríguez Carrascal, confirma que este año la cosecha, en la zona de Andalucía, será de calidad. Así mismo señala que, si la calidad es correcta y el clima en destino es razonable, no encontrarán dificultades para la obtención de precios similares a los del año pasado. A su juicio, el sector de la fruta de hueso en Andalucía viene demostrando desde hace muchos años una gran capacidad de adaptación a los cambios y éxito a la hora de afrontar nuevos retos.*

► CERES COMUNICACIÓN. SEVILLA. Valencia Fruits. ¿Cómo se presenta la campaña de fruta de hueso en Andalucía en cuanto a volumen de producción, calidades, etc.? ¿Se producirá más o menos que la campaña pasada?

**JR.** En Andalucía se mantiene básicamente el mismo número de hectáreas que la campaña pasada. Particularmente en Asociafruit los aforos serán algo superiores ya que las condiciones climáticas este año son mejores en cuanto a horas de frío y a la primavera anticipada que estamos teniendo. En cuanto a la calidad, aún es pronto para pronunciarse, aunque todo apunta a que será un año bueno. Aun así tenemos la incógnita del año extremadamente seco que estamos sufriendo y de qué manera ello puede afectar al crecimiento de la fruta y a su calidad definitiva.

**VF.** ¿Cómo cree que se comportarán los precios para esta campaña?

**JR.** Estamos en un año precoz, los cuales no suelen ser del todo buenos para la producción ya que tenemos más dificultad para hacer coincidir los volúmenes en origen con las ventas promocionales. De todas formas, si la calidad es correcta y el clima en destino es razonable, no creo que encontremos dificultades para la obtención de precios similares a los del año pasado.

**VF.** ¿Cómo definiría la actual situación del sector de la fruta de hueso en Andalucía? ¿Y cuáles son sus valores diferenciales?



José Rodríguez Carrascal dice que la cosecha, en Andalucía, será de calidad. / CERES

**“La falta de mano de obra, el incremento de costes, la tendencia en Europa de consumir producto nacional, la eliminación de fitosanitarios y el cambio climático y sus consecuencias son las principales amenazas del sector”**

**JR.** Creo que en Andalucía, y particularmente en las provincias de Huelva y Sevilla, contamos con una ventaja comparativa y es que es la mejor zona para producir nectarinas precoces de calidad. Aun así, nuestra ventana comercial sigue siendo de 2

meses, 15 de abril-15 de junio, por lo que este hecho limita nuestro crecimiento.

**VF.** ¿Cuáles son los principales mercados de la fruta de hueso andaluza?

**JR.** Dadas las características genéticas de las variedades

**“Las provincias de Huelva y Sevilla son las mejores zonas para producir nectarinas precoces de calidad”**

adaptadas, nuestros mercados son aquellos que distan seis días máximo de transporte.

**VF.** ¿Por dónde caminan las nuevas tendencias de mercado en cuanto a variedades y tipos de frutas de hueso? ¿Cuáles son las variedades más demandadas por los consumidores?

**JR.** Como en cualquier otra fruta, primero hay que atraer al consumidor, para ello son fundamentales el color, el tamaño y la frescura-brillo. A continuación hay que satisfacer la expectativa creada, para ello son importantes valores como la firmeza, el contenido en azúcares y el balance azúcar-acidez. En estos momentos hay cierta tendencia a preferir variedades subácidas. En cuanto al color de la pulpa, comienza a observarse un creciente interés por las carnes blancas, aunque sigue dominando la preferencia por las carnes amarillas.

**VF.** ¿Cómo valora el impacto de la nueva Ley de la Cadena Alimentaria en el sector? ¿Se siguen cerrando operaciones por debajo del precio de producción?

**JR.** Estamos ante una normativa que está creando mucha controversia a la hora de su aplicación de manera que cier-

tos aspectos parecen a priori que van a perjudicar las actuales relaciones comerciales en nuestro sector. En este sentido destaca la cuestión del coste de producción ya que se abre un abanico inmenso de variables que hacen que no exista un coste estandarizado. Además, la estricta aplicación de la norma puede conducir a la no recuperación parcial de los costes de producción, sobre todo en la parte precoz de la campaña donde los precios bajan de forma muy rápida o incluso puede haber parones en venta que hacen que los precios caigan alarmantemente.

**VF.** A su juicio, ¿cuáles son las principales amenazas a las que se enfrenta el sector?

**JR.** Yo diría que las principales son la falta de mano de obra, el incremento de costes, la tendencia pesada dentro de la propia Europa de consumir producto nacional, la eliminación de fitosanitarios o su restricción y también el cambio climático y sus consecuencias.

**VF.** Cada vez hay que producir más y mejor; con mayor calidad, más variedades, fruta más grande producida en un periodo más amplio para que la oferta pueda perdurar en el tiempo, sin embargo, todo eso hay que hacerlo en un entorno totalmente restrictivo: se debe usar menos agua, porque es un producto escaso, menos productos fitosanitarios, porque no son buenos, hay que hacerlo cuidando el suelo, cuidando el medio ambiente... ¿Está respondiendo bien el sector de la fruta de hueso andaluza a todos estos retos?

**JR.** Nuestro sector viene demostrando desde hace muchos años una gran capacidad de adaptación a los cambios y éxito a la hora de afrontar nuevos retos. Inicialmente estamos bien posicionados en cuanto a la idoneidad de nuestra tierra y nuestro clima para hacer un producto de calidad.

**VF.** ¿Están preparadas las empresas del sector para afrontar esos retos?

**JR.** Las empresas tienen hoy día un escenario favorable para encontrar herramientas que le permitan afrontar todos estos retos: alta disponibilidad de dinero en los circuitos financieros a costos razonables; existencia de tecnología aplicable a todas las etapas del ciclo productivo; apoyo de las instituciones a través de diferentes líneas de ayuda; y, recientemente, los fondos Next Generation de la Unión Europea.

SmartFresh™ ProTabs

 Scholar® 230 SC

# Proteja su fruta de verano

Mantenga la firmeza con SmartFresh™ ProTabs durante la conservación, el transporte y la vida útil de su fruta de hueso.

Controle los ataques fúngicos con Scholar® 230 SC. Un fungicida estable que ayuda a proteger su fruta de hueso más tiempo, alargando su vida comercial.

**AgroFresh**  
We Grow Confidence™

[AgroFresh.com](https://www.agrofresh.com)

**RESPONSABLE COMERCIAL  
ESPAÑA/NORTE:**

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

**REGIÓN DE MURCIA:**

Alvaro Payá  
Tel: 696 447 132  
apaya@agrofresh.com

**SUR/EXTREMADURA:**

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

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

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

©2022 AgroFresh. Reservados todos los derechos. SmartFresh™ es una marca registrada de AgroFresh. Scholar® es una marca registrada por Syngenta.

# Murcia planifica la campaña de melón y sandía solicitando garantías a clientes

Proexport señala que la disponibilidad de producto está asegurada si toda la cadena alimentaria comparte la subida de un 21,1% en los costes de producción



José Cánovas Ruiz, presidente de la Sectorial de Melón y Sandía de Proexport.

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Quedan poco más de tres meses para el inicio de la campaña de melón y sandía en la Región de Murcia, pero agricultores y empresas de Proexport trabajan ya en la planificación de sus plantaciones, teniendo muy en cuenta factores que este año invitan a la prudencia. El verano de 2021 trajo malos resultados para la mayoría de productores en origen, debido a las frías temperaturas en Europa que desplomaron el consumo de fruta. Según Proexport, este año es la fuerte subida de costes de producción la que a priori está obligando a pensar muy bien qué riesgos asumir y cuántas hectáreas plantar finalmente.

El presidente de la Sectorial de Melón y Sandía de Proexport, José Cánovas Ruiz, señala que "las llamadas de clientes preguntando por disponibilidades futuras son continuas y difíciles de responder en este momento. Almería ha bajado mucho sus hectáreas, es cierto, pero en la Región de Murcia es en estas semanas cuando se debe encargar a los semilleros la mayor parte de las plántulas para los trasplantes de melón y sandía en las explotaciones".

Cánovas es positivo: "Todos los productores trabajamos para asegurar la disponibilidad de producto y servicio en nuestras fechas de producción, pero los agricultores están sufriendo mucho, se manifiestan en las calles y demandan garantías. Debemos dárselas".

Por eso incide en que "sería deseable que distribuidores españoles y europeos, sus centrales de compras e intermediarios sean sensibles a esta realidad, compartan costes con la producción en origen y programen con rigor sus pedidos. El consumidor quiere buen producto,



Fuente Proexport: a partir de encuestas a productores asociados a Proexport-AOPFH y Amopa.

no la ruina de agricultores y empresas".

## COSTES DISPARADOS

La asociación de organizaciones de productores hortofrutícolas de la Región de Murcia, Proexport-AOPFH, en colaboración

con su homóloga en las cooperativas, Amopa, ha realizado un riguroso estudio de costes en el que han participado cooperativas, productores-exportadores y alhóndigas murcianas, almerien-

ses y alicantinas. Los resultados arrojan un incremento medio del 21,1% en los costes de producción de melón y sandía, respecto a la campaña 2021. Algunas empresas soportan incrementos que se acercan al 30%.



El 16 de febrero el sector agrícola protagonizó una de las mayores manifestaciones organizadas en Murcia. / PROEXPORT

Energía (+77,9%), fertilizantes (+36%) o plásticos agrícolas (29,3%) son algunos de los conceptos que más se han disparado, si bien agua de riego (+12,6%) y envases y embalajes (+26%) presentan un gran peso ponderado en los costes totales de la producción en origen. Lo peor es que estas subidas todavía pueden empeorar por factores exógenos al sector.

En este contexto, no es de extrañar que el sector agrícola de la Región protagonizase el pasado 16 de febrero una de las mayores manifestaciones que se han llevado a cabo en Murcia. Miles de agricultores y regantes de toda la Región pararon el trabajo en el campo, y cerraron sus almacenes ese día, para manifestarse junto a más de 500 tractores, camiones y maquinaria agrícola, reivindicando "Futuro y respeto para el campo" y exigiendo precios justos para la producción en origen.

## CONSUMO ESTACIONAL

La compra de melón y sandía es estacional. Su proporción en volumen es mayor en los meses veraniegos, pues son frutas muy refrescantes y sabrosas, cuyo consumo se ve muy influido por las temperaturas. En España el canal de distribución que cuenta con la mayor proporción de compras es el supermercado y autoservicio, seguido de la tienda tradicional, el discount y los mercadillos. El consumo per cápita de melón y sandía en España se estima en unos 18 kilos por persona.

España es el principal productor de melón y de sandía en Europa. La Región de Murcia lidera la producción de melón, representando cerca del 55% del total de la producción nacional, mientras en la sandía ocupa el segundo lugar tras Andalucía con un 20%.

# Fruit One

El ERP del sector hortofrutícola desarrollado por artero sobre la herramienta de SAP Business One

Existen diferentes versiones para cada tipología de empresa y subsector



Agencia comercializadora



Almacenes de confección



Cadenas de fruterías



Almazaras

Solicita más información en nuestra web

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

# Soluciones postcosecha **DE CALIDAD**

contra

*Monilinia*  
*Rhizopus*  
*Botrytis*  
*Geotrichum*



**PROTEGEMOS  
EL VALOR  
DE TU ESFUERZO**

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





Los agricultores son conscientes de que tienen que seguir trabajando con la misma profesionalidad que les caracteriza, afrontando un incremento del 20% en sus costes de producción. / ARCHIVO

JOAQUÍN GÓMEZ / Presidente de Apoexpa

## “El futuro de la fruta de hueso en España pasa por la ordenación y concentración de la oferta”

*Este planteamiento no es una novedad en el sector hortofrutícola español según apunta el presidente de Apoexpa, Joaquín Gómez pero, en el caso de la fruta de hueso, es un tema que habría que abordar desde la producción ya en serio para lograr un equilibrio en la relación comercial con la distribución. Cuando falta poco más de un mes para el inicio de la campaña 2022 de fruta de verano en la Región de Murcia, Joaquín Gómez se muestra cauto ante el desarrollo de la temporada comercial ya que el imparable aumento de los costes de producción y el panorama en Europa, marcada por la guerra entre Rusia y Ucrania, no son el mejor escenario.*

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.  
Valencia Fruits. Antes de hablar de la presente temporada de fruta de hueso en la Región de Murcia, ¿qué sabor de boca dejó la campaña de 2021?

**Joaquín Gómez.** El 2021 podemos decir que fue un año “discreto”. Fue una campaña positiva pero al mismo tiempo comedia debido a la falta de kilos. Posiblemente, esta menor oferta fue la razón de que los precios pagados fueran más normales en comparación a otros años. Desde el punto de vista del productor, 2021 fue una campaña en la que se pudieron cubrir los gastos de producción y en general el agricultor obtuvo beneficios.

**VF.** Con este beneficio general que alcanzó el productor murciano el año pasado, ¿cómo afronta la campaña 2022?

**JG.** Este buen sabor de boca que nos dejó la campaña 2021 duró poco ya que a partir del verano pasado el incremento de la electricidad, los insumos, el transporte, los salarios... ha sido terrible y continuo.

Desde Apoexpa hemos estimado en un 20% el aumento que sufrirán los precios de producción entre 2021 y este 2022, sin tener en cuenta los efectos que pueda traer la guerra de Ucrania. Y luego está saber cuál será la posición de la gran distribución a la hora de absorber este incremento de los costes de producción. Esa será una de las principales ‘pe-



Joaquín Gómez señala que la cosecha murciana, hasta ahora, va bien. / APOEXPA

“Desde Apoexpa hemos estimado en un 20% el aumento que sufrirán los precios de producción entre 2021 y este 2022”

“Las zonas productoras de fruta de hueso tendríamos que plantear la posibilidad de poner en el mercado menos kilos”

leas’. Esta será más o menos dura dependiendo de la cosecha que tengamos en los meses de abril a junio, que es la temporada de la fruta de hueso murciana.

**VF.** Sobre este incremento de los costes que menciona, ¿ha condicionado de alguna forma la planificación de la cosecha murciana?

**JG.** Los profesionales del campo saben que dejar de cultivar, cultivar menos o ahorrar en insumos, es contraproducente. Cuando al campo le quitas parte de los insumos, él te castiga con menos producción y de peor calidad. Por lo tanto, los agricultores son conscientes de que tienen que seguir trabajando con la misma profesionalidad que les

caracteriza, afrontando este incremento del 20% en sus costes de producción.

Ante esta nueva realidad, ha llegado el momento de hacer un esfuerzo entre todos los actores del sector de fruta de hueso nacional por una unión fuerte y así conseguir que la gran distribución absorba también parte de este sobrecoste de la producción.

**VF.** Pero siendo realistas, ¿hay predisposición por parte de la gran distribución por asumir este sobrecoste?

**JG.** Si hay exceso de oferta, está claro que la gran distribución no estará dispuesta a absorber nada. Entonces, sabiendo esto, los productores de todas las regiones de España tendríamos que plantearnos la posibilidad de poner en el mercado menos kilos. Aunque eso suponga destruir parte de la cosecha, si al final se consigue el mismo dinero, esta reducción de oferta podría ser positivo porque se ahorra en envases, confección, transporte, etc... y es algo a tener en cuenta.

**VF.** ¿Cuáles son las cifras que presenta la Región de Murcia para su temporada 2022 de fruta de hueso?

**JG.** La superficie de fruta de hueso en nuestra región, cifrada en alrededor de 270.000 hectáreas, se mantiene invariable en los últimos años. Hay algún cambio varietal, sustituyendo melocotón por paraguayo, pero en general la superficie es la misma, y sin visos de aumento, si no más bien en retroceso a favor de la uva.

En cuanto al desarrollo de las plantaciones, la cosecha va bien. De momento no se ha vivido ningún episodio de heladas ni otras inclemencias meteorológicas. En la zona más costera, la producción va más adelantada que la del interior, una buena noticia porque significa que tendremos una cosecha escalonada. Si todo continúa como hasta ahora, está previsto comenzar a recolectar sobre el 20 de abril.

**VF.** Sin heladas ni otras inclemencias climatológicas, pero ¿qué hay de los efectos de la sequía que ya está afectando a gran parte del territorio nacional?

**JG.** De momento no se han sus efectos porque las plantaciones ya están en su recta final y gracias a la eficiencia en el uso

(Pasa a la página 8)

La **solución postcosecha**  
para **fruta de hueso.**

 **Sani  
Fruit**  
*Healthy Friture*

**SANI-FH L**  
es la solución postcosecha  
para tener **menos pérdidas**  
y **mantener el aspecto**  
visual de tu fruta.

**ECOLÓGICA Y  
SIN RESIDUOS**



**SANI-FH L**

FORMULADO PARA TRATAMIENTO  
POSTCOSECHA DE FRUTA DE HUESO  
EN LÍNEA

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

## “El futuro de...”

(Viene de la página 6)

del agua, los sistemas de riego y la gestión que realizamos, no ha habido mayor problema en ese sentido. Sin embargo, si esta situación persiste, si que será un grave problema, especialmente en nuestra Región que ya adolece de esta falta de agua.

**VF.** *Hablando de la renovación varietal, ¿en qué dirección va encaminada?*

**JG.** La apuesta clara del sector de fruta de hueso de Murcia es por variedades tempranas con mayor grado de azúcar, tanto en melocotón, nectarina como en parguayo o albaricoque. Este es el gran reto, lograr en abril y mayo variedades que garanticen un mayor nivel de grados Brix que las que tenemos en la actualidad.

**VF.** *Retomando el tema de la reducción la oferta, ¿otra opción no sería estructurar mejor la oferta nacional para minimizar los efectos de la competencia entre las diferentes zonas productoras en el propio país?*

**JG.** Efectivamente esta es una de las asignaturas pendientes. Hoy por hoy, el sector, de mutuo propio, aún no ha considerado esta opción para hacer frente a las diferentes crisis que se han vivido. Las medidas adoptadas, en la mayoría de los casos, han llegado de la mano de la Administración. Es triste tener destruir parte de tu cosecha, pero la cruda realidad es que lo importante es el dinero que entra al banco tras trabajar tus campos. Si con menos kilos se ingresa el mismo dinero, el ahorro de mano de obra, de envases, de transporte que se genera para el agricultor supone un mayor beneficio.

Si la situación comercial no mejora en los próximos años, es un tema que el sector, sí o sí, tendrá que abordar a nivel nacional.

**VF.** *Hablemos ahora de las perspectivas comerciales. ¿Cómo respira el mercado europeo a un mes vista de la entrada en juego de la oferta murciana?*

**JG.** Evidentemente la actualidad viene marcada por el conflicto bélico entre Ucrania y Rusia, pero hablar de las posibles perturbaciones que esto podría acarrear en el consumo del resto de países europeos cuando aún falta poco más de un mes es demasiado precipitado. Está claro que si la guerra se alarga tendrá sus consecuencias porque el miedo retrae el consumo, y ahora mismo en Europa se siente ese temor, lo que no beneficia en absoluto a nuestras perspectivas comerciales. Esperemos que en este mes que falta para iniciar nuestra temporada se imponga la cordura y lleguemos al mes de abril con una situación más pacífica.



Murcia tiene previsto comenzar su temporada el 20 de abril. / ARCHIVO

## Fruit Logística en abril

Tal como señala Joaquín Gómez, esta será la primera vez que las empresas murcianas dedicadas a la fruta de hueso “podremos llevar producto a la feria de Berlín”. Serán las primeras frutas de la temporada, las más tempranas pero que servirán de muestra de lo que ofrece este año Murcia. Además, tal como apunta el presidente de Apoexpa, en esta edición de 2022, por las fechas, “la información que transmitiremos a nuestros clientes será la más actual y real en cuanto a volúmenes y calidades, lo que para nosotros es muy positivo ya que hablaremos con datos reales a 15 días vista del inicio de la temporada”. ■

**VF.** *De las conversaciones con la distribución, ¿se aprecian cambios en la planificación de los programas de venta este año?*

**JG.** Las planificaciones con los compradores comienzan a prepararse tres meses antes del inicio de la campaña. Normalmente se funciona sobre estadísticas de años anteriores con referencias de volúmenes semanales; aunque luego siempre está el factor ‘clima’ que puede trastocar cualquier planificación, porque si tienes un mayo frío en Europa, tienes un problema.

**VF.** *Recientemente desde Murcia se realizó una expedición comercial a los Emiratos Árabes. ¿Qué posibilidades ofrecen estos países para la fruta de hueso murciana?*

**JG.** Además de la uva, para la fruta de hueso estos mercados también son interesantes. No obstante, tenemos que ser realistas, son mercados en los

que hay mucha presión de otros países productores. Es cierto que tienen un gran poder adquisitivo pero frente a una oferta tan grande, la lucha de precios está muy presente.

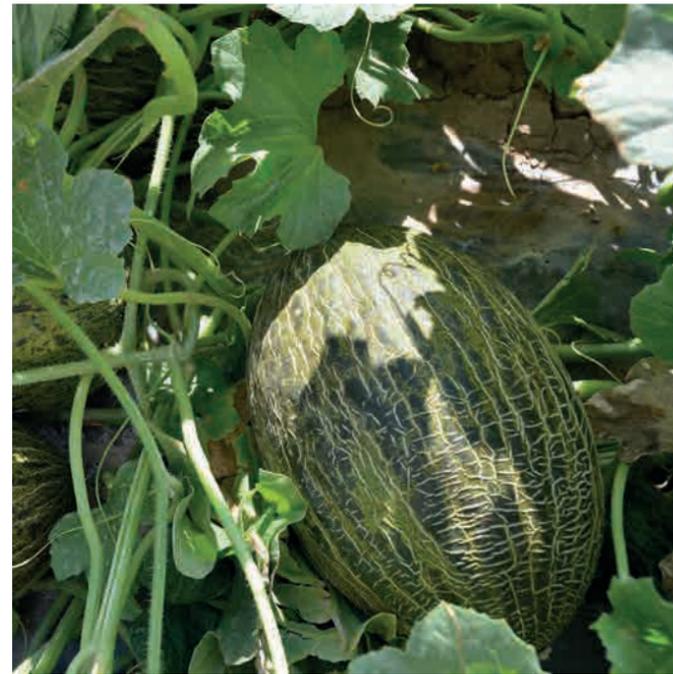
Desde Murcia llevamos varios años realizando estas misiones comerciales con el objetivo de abrirnos paso con nuestra oferta de productos Premium, variedades de gran calibre y con sabor que pueden enviarse vía aérea. Queremos que estos mercados conozcan la fruta murciana en los meses de abril a junio, cuando la oferta de otros países aún no está disponible.

No son mercados de grandes volúmenes pero, si serán importantes para nuestros productos Premium.

**VF.** *Viendo cómo evolucionan los mercados, ¿cuáles serían los retos a afrontar en el sector de la fruta de hueso en la Región de Murcia? ¿Cuál es el camino a seguir para garantizar un futuro marcado por la rentabilidad?*

**JG.** Lo más importante es la ordenación del sector desde el punto de vista de la producción apostando por una concentración de la oferta. Es fácil decirlo pero muy complicado ejecutarlo. Sin embargo, hay otros sectores que sí han lo están haciendo como es el caso de la uva de mesa. Su producción en España está en manos de una decena de empresas, en su mayoría murcianas, y se ha conseguido una cierta relación de equilibrio con la gran distribución.

Apostar por un grupo de variedades de calidad que estén en manos de un grupo de 10 o 15 operadores (privados y cooperativas) posiblemente ayudaría a establecer esos ‘club’, al igual que en el sector de la manzana o en los cítricos, que han demostrado que concentrando la oferta se puede lograr ese equilibrio con la distribución. Es un modelo de gestión que el sector de la fruta de hueso debería considerar y analizar para ver cómo podría llevarse a cabo.



El melón pierde terreno en los invernaderos almerienses. / GIA

## Desciende la superficie de melón debido al éxito de los cultivos de invierno

Al contrario que en la presente campaña, el año pasado los daños ocasionados por la borrasca Filomena adelantaron las producciones de esta cucurbitácea

► GIA. ALMERÍA.

Según los datos ofrecidos por el secretario provincial de COAG Almería, Andrés Góngora, se espera una campaña de melón, sobre todo el tipo categoría, marcada por un considerable descenso de la superficie cultivada. Góngora asegura que “el año pasado la borrasca Filomena ocasionó fuertes daños en las producciones de invierno, con lo que muchos agricultores apostaron para el ciclo de primavera por el melón”. Sin embargo, en la campaña agrícola 2021/2022, el invierno ha sido frío, pero no lo suficiente como para afectar directamente a los cultivos, y si a esto se suman los buenos precios obtenidos en cultivos como el pimiento o el pepino, muchos agricultores están decidiendo alargar el ciclo de invierno y no sembrar melón.

Otro factor que hay que tener en cuenta es la escasez hídrica, la cual se va a notar sobre todo en zonas como el Bajo Guadalquivir, donde se ha restringido el riego a 1.000 metros cúbicos por hectárea, cantidad con la que según el secretario provincial de COAG

Almería “no se puede sacar un cultivo de melón, se necesitan mínimo 4.000 metros cúbicos”. Esta coyuntura puede ser similar en otras zonas como la Comunidad de Murcia, a menos que haya un considerable aumento de las precipitaciones en los próximos meses.

De este modo, teniendo en cuenta los factores de la falta de agua, los buenos precios en los cultivos de invierno y el notorio descenso de volumen de melón, se estima que los precios de esta cucurbitácea superen con creces los del año pasado, y que se prolonguen en el tiempo, ya que en el ejercicio agrícola anterior, a partir de mayo, fue un verdadero desastre.

El broche final lo puede dar la crisis energética que está padeciendo el mundo con el conflicto entre Rusia y Ucrania. El encarecimiento de los combustibles está elevando el coste del transporte de las mercancías, lo que puede influir en las exportaciones de países exportadores de melón como son los de Sudamérica. Aunque este aspecto genera mucha incertidumbre, y es difícil concretar previsiones exactas.

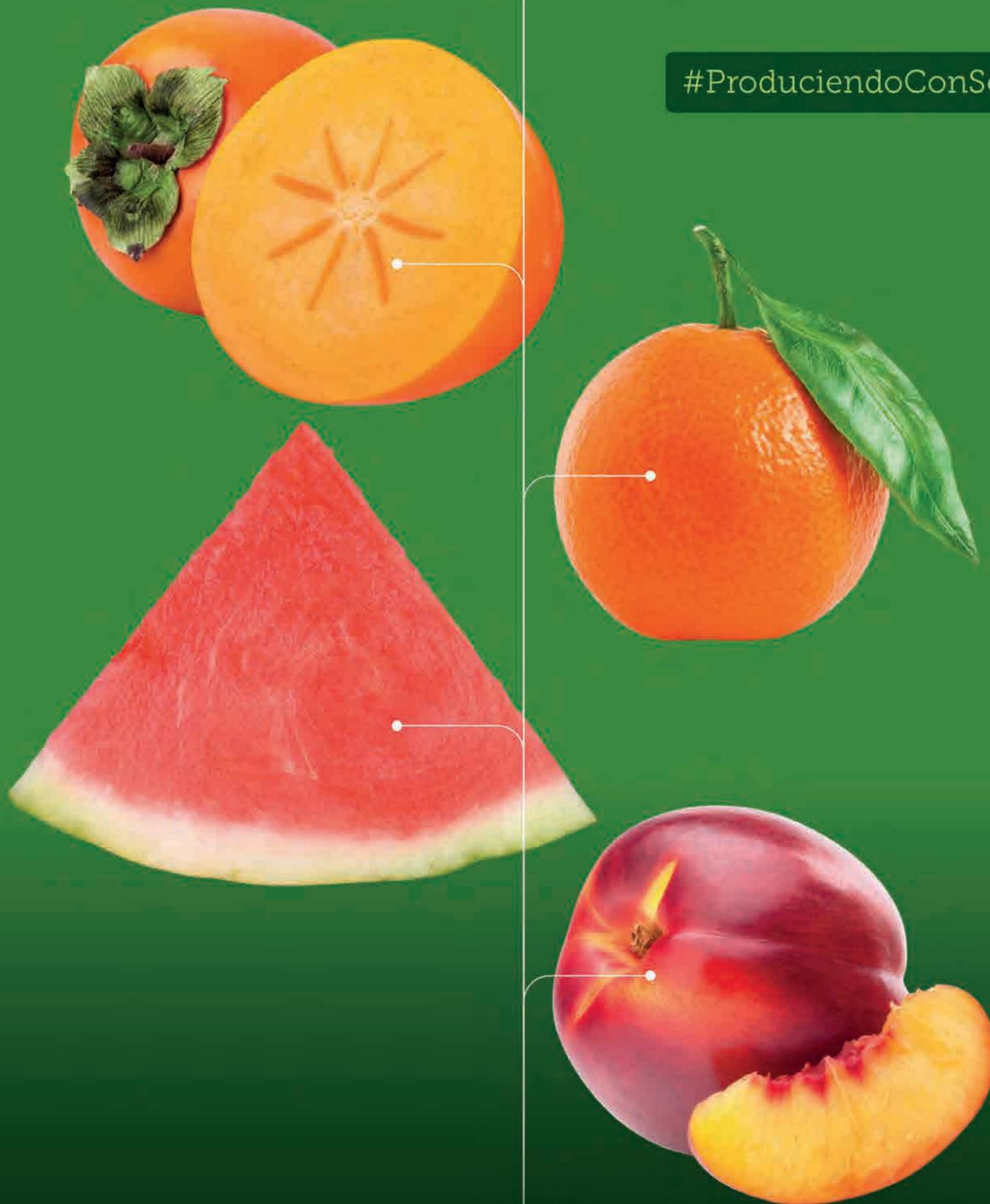


Con la situación actual es difícil concretar las previsiones de exportación. / GIA



La apuesta clara del sector de fruta de hueso de Murcia es por variedades tempranas con mayor grado de azúcar. / VF

#ProduciendoConSeguridad



producción propia, sostenible, responsable, innovadora



canso

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

Avda. Coop. Verge del Oreto, 1

46250 L'ALCÚDIA (Valencia) Spain

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

[www.cansocoopv.es](http://www.cansocoopv.es)

ALBERTO PALMÍ / Director gerente de Fedemco

# “Somos el material preferido por los consumidores”

*Mientras se va acabando la temporada de cítricos y avanza la de fresas, dos de las frutas que siempre vinculamos a los envases de madera, los asociados de Fedemco ya preparan sus soluciones de envase y embalaje para la fruta de verano que está a punto de llegar a los lineales, desde el envase industrial hasta la unidad de venta, pasando por los comerciales. Alberto Palmí nos cuenta algo más sobre un material sostenible que cada vez cuenta con más demanda.*

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** *Llega la temporada de verano, cambiamos el consumo de cítricos por una gran variedad de frutas, desde las de hueso hasta el melón y la sandía. ¿Cómo se adaptan los asociados de Fedemco al cambio de campañas?*

**Alberto Palmí.** Así es, poco a poco 2022 avanza y nos acercamos a la fruta de verano, aunque los asociados de Fedemco antes tienen que terminar con las variedades más tardías de mandarinas y con la campaña de la fresa que, aunque ya ha pasado su ecuador, sigue siendo una de las preferidas por el consumidor. Se trata de dos frutos que tradicionalmente utilizan nuestros envases de madera. Las mandarinas necesitan nuestros envases para su exportación extra e intracomunitaria, sobre todo para Alemania, y las fresas porque no existe un envase mejor valorado por el consumidor que los pitufos® de madera. Nuestros envases unidad de venta son insuperables, naturaleza, tradición, frescura y la posibilidad de decorar las tablillas de los envases con las marcas de nuestros clientes, los hacen imbatibles como generador de valor de marca. Como en cada temporada, desde Fedemco ofrecemos soluciones estándar o a medida para nísperos albaricoques, cerezas, melocotones, ... y todas las frutas de verano, ya que cada fruto requiere de un envase que lo cuide, proteja y transporte, y todos los tenemos en Fedemco.

**VF.** *¿Cuál es el papel de los envases de madera dentro de una economía circular?*

**AP.** La bioeconomía circular es la única dirección para llegar al “green deal” y a los objetivos de 2030 marcados por Europa. Los envases y embalajes de



En palabras de Alberto Palmí: “la madera siempre tiene la respuesta ‘más natural’ a cada necesidad”. / FEDEMCO

madera han sido, desde su origen, los más ecológicos. Somos el único material con huella de carbono neutra y el único que no tiene huella hídrica. De hecho, los envases Fedemco son los únicos que ofrecen una alternativa sostenible “bio-based”, es decir, cuya estructura y materia principal procede de una fuente renovable y no de polímeros sintéticos derivados de la petroquímica.

**VF.** *¿Con qué formatos de envases de madera para fruta de hueso cuentan los asociados de Fedemco, desde uso industrial hasta punto de venta?*

**AP.** Fedemco distingue sus envases entre tres grandes grupos, los envases industriales, de transporte, los envases comerciales y los envases unidad de venta. Los primeros de mayor tamaño lo conforman envases estandarizados que garantizan

**“Los envases y embalajes de madera han sido, desde su origen, los más ecológicos. Somos el único material con huella de carbono neutra y el único que no tiene huella hídrica”**

**“Los envases Fedemco son los únicos que ofrecen una alternativa sostenible “bio-based”, es decir, cuya estructura y materia principal procede de una fuente renovable”**

los procesos de manipulación, apilado, paletizado, carga y su distribución, de una forma segura, resistente y responsable con el medioambiente. Los industriales son los de granel y los comerciales son los que van a las tiendas en formatos de 5 a 15 kg.

Los envases unidad de venta, los de menor tamaño y que vamos a ir viendo cada vez más en los lineales de las grandes superficies, ofrecen a los frutos más pequeños las mismas ventajas que los envases grandes, en los que pueden ser encajados de manera segura para su transporte.

**“Como cada temporada, desde Fedemco ofrecemos a los clientes soluciones estándar o a medida para todas las frutas de verano”**

Estos pequeños envases que van de los pitufos® de 2 kg hasta las barquetas de 200 gramos son los envases de menor tamaño, más atractivos, versátiles, reciclables, sostenibles y biodegradables que existen en el mercado.

**VF.** *¿En sandía y melón también se usa? ¿Qué formatos?*

**AP.** La madera siempre tiene una respuesta a las necesidades de envasado y de transporte. Tanto para la sandía y los melones donde se usan palots, un contenedor de gran capacidad híbrido entre un envase reforzado de madera con patines de palet para su transporte, almacenaje y colocación en lineal de venta directa en supermercados.

Para melones de calidad extra existen unos modelos con tapa que conocidas marcas de melón utilizan, incluso graban mediante pirograbado la marca en la madera para darle aún mayor énfasis a la exquisitez del fruto.

Esta no es la única solución, nuestros asociados trabajan en nuevos diseños que garantizan la integridad del producto en su transporte, almacenamiento y venta. En la pasada edición de Fruit Attraction 2021, contamos en nuestro stand con un innovador diseño de envase de madera para la venta de un melón mediano o dos pequeños, creado por uno de nuestros asociados, que captó la atención de todos los visitantes.

**VF.** *¿Podemos decir entonces que la madera siempre tiene una respuesta a las necesidades de envasado de distribuidores, comercializadores y consumidores?*

**AP.** Sí, tal y como comentaba antes, la madera siempre tiene la respuesta “más natural” a cada necesidad. Estamos cada vez más cerca de ser el envase preferido del consumidor en todos nuestros formatos. Naturalmente somos el material preferido por los consumidores y el uso de nuestros envases reduce la huella de carbono de cada uno de nuestros clientes, por sus características y cualidades, su capacidad de reciclaje y reutilización.



La madera siempre tiene una respuesta a las necesidades de envasado y de transporte. / FEDEMCO



Los envases garantizan la integridad del producto en su transporte, almacenamiento y venta. / FEDEMCO

# La superficie de sandía se reducirá un 30 por ciento en el Poniente de Almería y el campo de Níjar

En la producción al 'aire libre', la zona del Levante también verá mermada su siembra entre un 25-30 por ciento debido, principalmente, a la escasez de agua

## ► GIA. ALMERÍA.

La campaña de primavera 2021-2022 en la provincia de Almería va a contar con menos superficie y producción en comparación con otros ejercicios anteriores. En el caso concreto de la sandía, como explica Antonio Navarro, presidente de Asaja-Almería, "la reducción de superficie de esta fruta en la zona del Poniente y el campo de Níjar será de un 30 por ciento, aproximadamente". Existen varios motivos por los que se va a producir esta merma. El primero, como indica Antonio Navarro, es "el incremento de los costes de producción. El agricultor no puede hacer frente a una plantación de primavera en muchos casos debido a que no le salen las cuentas y, al final, o no se atreve a apostar por la sandía o, por el contrario, hace el trasplante pero de mucha menos cantidad que otras campañas".

Por otro lado, en el caso concreto del Poniente almeriense, el hecho de que vaya a haber mucha menos sandía temprana es



La campaña de primavera de sandía va a contar con menos superficie y producción respecto a ejercicios anteriores. / GIA

porque "se están alargando los cultivos de invierno. Casos como los del pimiento o el pepino están teniendo buenos precios en las últimas semanas y los agricultores están aguantando la planta al máximo. Así, sacan algo más de dinero y terminan haciendo un

solo ciclo. Sobre abril y mediados de mayo arranca la plantación y ya comienzan a trabajar de cara a la siguiente campaña hortofrutícola", asegura el presidente de Asaja-Almería.

Los precios en sandía tampoco ayudaron mucho el año pasado,

de hecho, el ejercicio agrícola 2020-2021 comenzó de manera aceptable para los agricultores de sandía, pero conforme pasaron las semanas, la cotización de esta fruta fue descendiendo no haciendo rentable el cultivo para el productor. Este factor

también ha sido uno de los condicionantes por los que la superficie de sandía para la campaña 2021-2022 se prevé menor; a pesar de que la calidad de las diversas variedades que se cultivan a día de hoy en la provincia almeriense es máxima.

"Nosotros pedimos a la gran distribución que no se suministre de productos de terceros países y que cuando haga falta género se adquiera el de la provincia de Almería, que es local, de excelente calidad y con un corte óptimo de maduración. Son ya muchos los años que nuestros agricultores están concienciados de la importancia de cortar en el momento idóneo, además de que, en este sentido, la Consejería de Agricultura está muy involucrada, realiza numerosas inspecciones y está muy encima de las cosechas vigilando que no se corte en verde", apunta Antonio Navarro, presidente de Asaja-Almería.

Por otro lado, en lo que respecta a la zona del Levante almeriense, la reducción de superficie de sandía al aire libre se estima que sea de entre un 25 y un 30 por ciento. En este caso, el principal motivo es la escasez de agua. Según argumenta Antonio Navarro, "el recorte de agua del trasvase Tajo-Segura está impidiendo que los agricultores se hagan con agua de los embalses para riego, por lo que se han visto en la obligación de frenar la plantación de sandía. Aun así, lo poco que se está haciendo ya se ha comenzado a sembrar y se empezará a recoger fruta a primeros del mes de junio".

ARVIPO  
**37**  
EQUIP

**INCREMENTA** >  
el rendimiento

**DISMINUYE** >>  
el esfuerzo

**AHORRA** >>>  
compartiendo batería

Un potente equipo de herramientas para jornadas intensivas de poda.

Sin tirones ni manos cansadas, el esfuerzo lo hace la herramienta.

El mismo voltaje para todas las herramientas.

Tijera eléctrica PS37

**NUEVO** Motosierra eléctrica ST37

Sierra eléctrica MT37

Sierra eléctrica de altura HS37

VOLTAJE NOMINAL 21.6V

**24V**

AgroSmart Robotics | SMART FARMING | [www.arvipo-asr.com](http://www.arvipo-asr.com)

ARVIPO | EQUIPOS DE PODA PROFESIONALES | [www.arvipo.net](http://www.arvipo.net)

# Control-Tec™ Cherry, sistema tecnológico sostenible para cerezas

Una central de cerezas líder en Chile ha logrado una reducción del 60% de agua y 48% de fungicidas con el equipo de precisión de la compañía AgroFresh

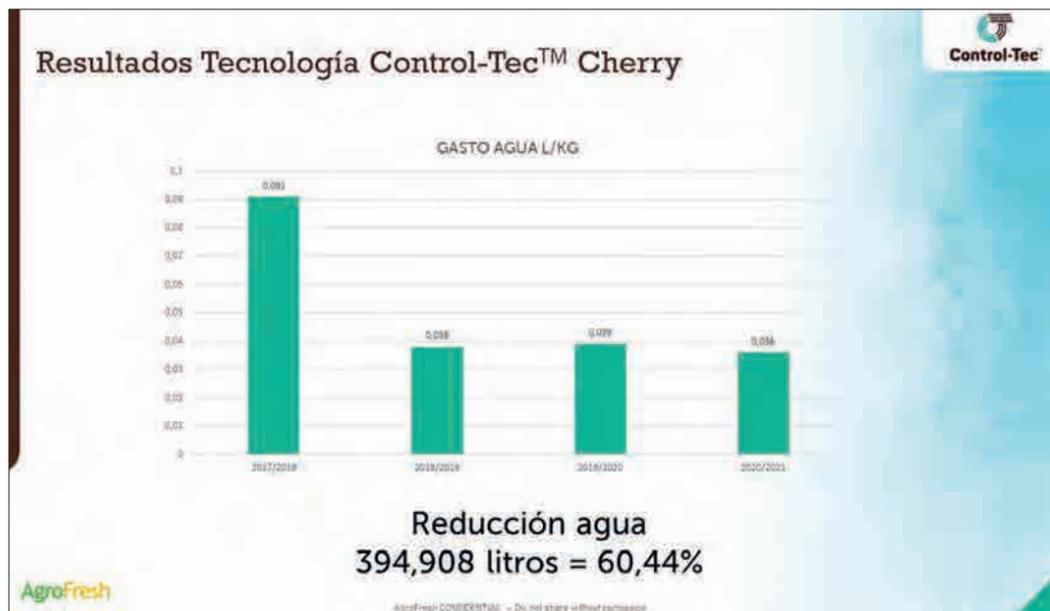
## AGROFRESH.

Los sistemas personalizados y automatizados postcosecha ayudan a los operadores de las centrales hortofrutícolas a reducir el uso de agua y a mejorar la eficiencia en el proceso de prevención de enfermedades. El uso del agua postcosecha y la calidad del agua que retorna al medioambiente han sido, durante mucho tiempo, puntos críticos en el proceso de producción de alimentos.

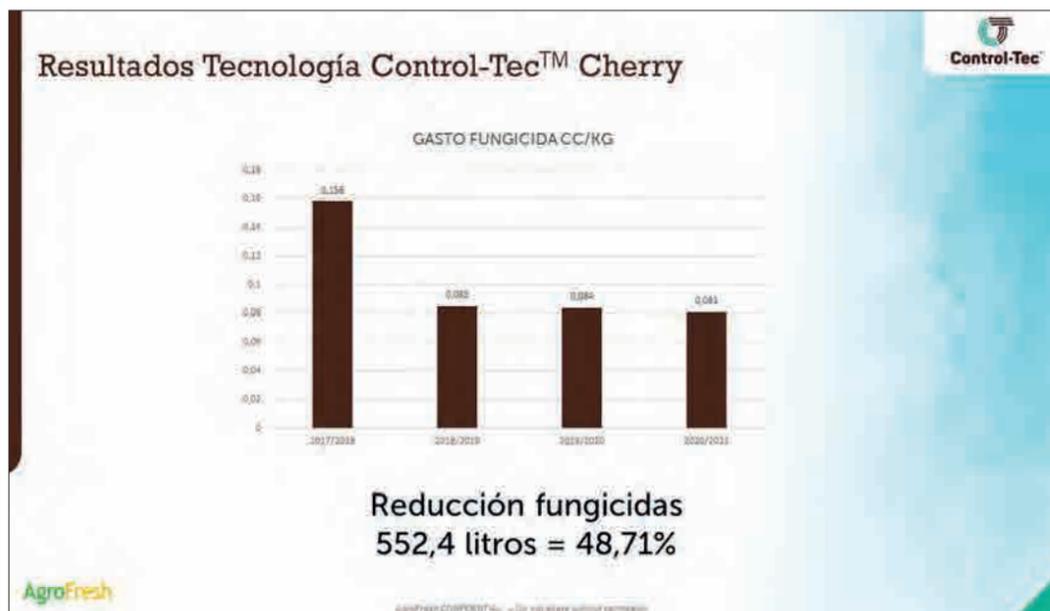
Gracias a Control-Tec Cherry, el procesador y envasador chileno Premium Packaging Services (PPS), líder del sector desde hace 20 años, ha logrado un notable impacto en la reducción del uso de agua, así como una disminución en el uso de fungicidas.

“Durante nuestra colaboración con PPS, hemos comprobado que el uso de Control-Tec Cherry redujo año tras año su consumo de agua en un 60%”, indica Eduardo Rey, gerente de Servicio Técnico de AgroFresh para América Latina. “Durante una temporada típica de cerezas en la industria postcosecha en Chile, el uso de Control-Tec reduciría el consumo total de agua en 17.000 metros cúbicos, lo que equivale a las necesidades de agua de 900 personas al año.”

AgroFresh está en la primera línea de desarrollo de soluciones agrotecnológicas (AgTech), con el objetivo de reducir la pérdida de alimentos y el desperdicio de agua. Su línea de equipos Control-Tec aprovecha lo mejor de la automatización para ahorrar tiempo a las centrales hortofrutícolas, conservar recursos y obtener resultados más precisos, todo ello para ofrecer frutos de alta calidad al consumidor.



Datos sobre la reducción en el uso de agua en la compañía Premium Packaging Services (PPS). / AGROFRESH



Datos sobre la reducción en el uso de fungicidas en la compañía Premium Packaging Services (PPS). / AGROFRESH



El sistema Control-Tec Cherry integra tres tecnologías. / AGROFRESH

El sistema Control-Tec Cherry integra tres tecnologías: Control-Tec™ Eco, Control-Tec™ Dosifier y un software de reporte de datos mejorado. Este ha sido esencialmente diseñado para mejorar el procesamiento de cerezas, aportando beneficios medioambientales y una reducción en costes operativos.

- Control-Tec Eco permite reutilizar de forma segura o devolver al medioambiente un mayor porcentaje del agua usada en la limpieza y el procesamiento de los frutos. Al reducir la necesidad y la frecuencia de los intercambios de agua de las mezclas de soluciones preparadas; ayuda a clarificar las mezclas para permitir su reutilización; minimiza los derrames; mejora el rendimiento fitosanitario; y filtra las mezclas para reducir la materia orgánica.

- Control-Tec Dosifier optimiza automáticamente el uso de fungicidas en función de la cantidad de fruta que se procesa. El equipo Control-Tec Dosifier cuenta con una pantalla programable que permite a los trabajadores gestionar de forma fácil y segura las operaciones de la línea de envasado y las aplicaciones de fungicidas en drenchers o balsas.

En consonancia con su visión de ser el guardián de los productos frescos del mundo, AgroFresh cuenta con una importante huella global de equipos, más de 600 instalaciones de equipos en 15 países. AgroFresh ofrece una amplia gama de equipos Control-Tec™ para líneas, cámaras de maduración, cámaras de almacenamiento y desinfección entre otras, que dan como resultado un uso más eficiente y sostenible del agua. Para más información, contacta con el representante local de AgroFresh.

## GIA. ALMERÍA.

La agricultura almeriense ha sido ejemplo de control biológico en las últimas campañas con importantes ejemplos de cómo atajar los problemas de plagas con insectos beneficiosos en cultivos como el pimiento, donde prácticamente el 100% de la superficie invernada de Almería recurre al control biológico.

Por el contrario, han sido siempre las frutas de verano como el melón y la sandía las que más han lastrado los datos de control biológico en Almería. Sin embargo, sin ser especialmente boyantes, las cifras para la campaña 2020/21 han sido positivas ya que han crecido ligeramente en estos dos cultivos propios de la primavera almeriense.

En concreto, de acuerdo a los datos ofrecidos por la Delegación territorial de Agricultura de la Junta de Andalucía, la superficie de control biológico en sandía ha sido de 1.285 hectáreas y para me-

## Los agricultores de melón y sandía apuestan por el control de plagas con insectos beneficiosos

lón de 595 hectáreas. En ambos casos, aunque la superficie con lucha integrada es baja con respecto a otros cultivos del campo almeriense, si se comparan estos datos con la campaña de 2019/20, la extensión de sandía se ha visto incrementada un 2% llegando a un 12% sobre el total y en melón se mantiene muy similar, en torno a un 20% de la superficie total.

Después de más de una década de aplicación en el campo almeriense, son muy pocos los que ponen en duda las buenas repercusiones del control biológico en los cultivos. Está claro que permiten desarrollar una

agricultura más sostenible, de acuerdo a la normativa vigente y futura, donde el uso de productos químicos está cada vez más cercado y peor visto por los propios consumidores finales. Igualmente, es evidente que el uso de insectos beneficiosos, además de demostrarse eficaz para muchas plagas y cultivos, permite llevar al mercado productos más sanos y sin perder calidad.

### PREVISIONES

Sin datos cerrados aún del ejercicio agrícola en marcha, la Delegación territorial de Agricultura de la Junta de Andalucía estima

que, en la campaña en marcha, habrá unas 1.150 hectáreas de sandía en control biológico y 570 de melón. Ambas cifras son más bajas que las registradas en la campaña en marcha, pero lo cierto es que la superficie general prevista para estas frutas en la primavera de 2022 será menor debido a distintos factores pero, especialmente, motivado a los buenos precios de los hortícolas de invierno que animan a ir a ciclo único en los invernaderos y a la escasez hídrica, que compromete el cultivo de estas frutas en algunas zonas como el Levante o la comarca del Almanzora.



En la última campaña de Almería, el 12% de la superficie de sandía y el 20% del melón se cultivaron bajo técnicas de lucha integrada. / ARCHIVO

Por lo que se refiere a la superficie de melón y sandía ecológicas en Almería, aún son cifras bajas. En el ejercicio agrícola 2020/21 hubo 349 hectáreas de producción bio de sandía (40 más que la campaña previa) y solo 39 hectáreas ecológicas de melón.