

# valencia fruits

22 de marzo de 2022 • Número 2.975 • Año LX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962

## Movilizaciones

El campo se manifiesta en Madrid y continúa la huelga de los transportistas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El SOS del campo se escuchó con fuerza el pasado domingo en Madrid. En una manifestación histórica en la que participaron 400.000 personas según los organizadores, y 150.000 según las cifras de la Delegación de Gobierno, el sector agrario y el mundo rural han dicho "basta" y piden ayudas urgentes al sector para asegurar su viabilidad. Y aseguran que esta movilización será solo el comienzo si no se les escucha.

Por otra parte, la huelga del transporte convocada por la Plataforma para la Defensa del Transporte de Mercancías por Carretera continúa, pese a la ayuda de 500 millones de euros para compensar el alza del precio de los carburantes anunciada este lunes por el Gobierno.



Más información en págs. 3 y 5

Multitudinaria manifestación celebrada este domingo en Madrid. / JOAQUÍN TERÁN

**TRANSDONAT**  
TRANSPORTES INTERNACIONALES

Avda. Pérez Galdós, 125 B • Tel.: 96 382 24 00 • Fax: 96 382 40 77  
46018 VALENCIA • www.transdonat.es

**FOMESA FRUITECH**  
Your postharvest partner since 1955

Excelencia en productos postcosecha

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



Esta semana

6 Artículo de Inmaculada Sanfeliu sobre el Acuerdo UE-Mercosur



8 El Gobierno aprueba el decreto con medidas para hacer frente a la sequía



9 El CITA de Aragón estudia la mejora genética del Melocotón de Calanda



ÍNDICE

Agrocomercio: .....	3
Agrocultivos: .....	8
Agrocotizaciones: .....	10
Noticias de empresas: .....	15

**Bee Friendly**

**tango FRUIT** 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

# Primavera caliente en el campo

Por GONZALO GAYO

La primavera arranca con fuerza tras la multitudinaria protesta de los agricultores en las calles de Madrid para pasar esta semana a la cumbre de ministros de Agricultura europeos donde se deberá dar soluciones a la ruina que sufre el campo con el desorbitado incremento de costes.

Bajo el lema "Juntos por el campo - 20M en defensa del mundo rural", más de 1.500 autobuses desde todos los rincones de España, con más de 150.000 manifestantes según datos de la Delegación del Gobierno, y más de 400.000 según la organización, reclamaron al Gobierno un "plan de choque" para el mundo rural que haga frente a los altos costes y la baja rentabilidad, agravados por la guerra de Ucrania y la huelga de los transportistas.

El incremento de los costes de la energía, de las materias primas, la sequía, el conflicto bélico de Ucrania y el paro de los transportistas en España son varios de los frentes abiertos que conducen a la ruina del campo, por lo que se precisan medidas urgentes que deben ser adoptadas en la cumbre de ministros europeos y desde las administraciones.

Madrid quedó colapsada ante la afluencia masiva de agricultores y ganaderos para lanzar un SOS rotundo que suponga el rescate de un sector estratégico, como en su día lo fue la banca o el sector siderúrgico. "Nuestros productos apenas se sostienen, nos asfixiamos sin agua, el coste de los seguros es inasumible y nos inundan de productos sin control mientras los nuestros se quedan en los campos. Tenemos muchos motivos para estar hoy aquí", señalaban los agricultores.

La protesta concluyó tras más de tres horas en la plaza de San Juan de la Cruz, frente a la sede del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, donde intervinieron los representantes de las entidades convocantes.

Pedro Barato, secretario general de Asaja, señaló que "el campo ha venido a decir basta ya de que nos chuleen desde el Gobierno y de que pongan en riesgo la alimentación y el trabajo de muchas personas", y advirtió que la manifestación "no es el fin sino el comienzo de buscar las soluciones al mundo rural" en una clara solicitud de diálogo con las administraciones que aporte soluciones.

Por su parte, José Miguel Padilla, secretario general de COAG, pidió al Gobierno que intervenga en los costes de producción "ante los precios desorbitados" porque nos estamos arruinando", y solicita un plan de choque urgente para hacer "viable la rentabilidad de las

explotaciones". El secretario general de UPA, Lorenzo Ramos, reclamó medidas urgentes para combatir la especulación y hacer cumplir la ley de la cadena alimentaria. Las Cooperativas Agro-alimentarias de España denuncian que se está castigando a un sector estratégico y que es vital en la producción de alimentos para toda España y Europa.

Desde el ministerio, Luis Planas ha dicho respetar cualquier protesta siempre que sea pacífica y ha querido lanzar un mensaje de esperanza pese a las actuales dificultades ya que vaticina un futuro optimista al sector agroalimentario español. "Si trabajamos bien, creo que el sector puede mejorar mucho sus posiciones", ha añadido.

El ministro también se ha referido a otro de los principales instrumentos de apoyo al sector impulsados por el Gobierno y financiados con fondos Next Generation de la Unión Europea, el Proyecto Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE) del sector agroalimentario que el Consejo de Ministros aprobó el pasado 8 de febrero y que cuenta con un presupuesto de 1.003 millones de euros. Este plan beneficiará a todos los agentes que integran la cadena de valor del sector agroalimentario y generará sinergias con el objetivo de mejorar la sostenibilidad, la trazabilidad y la seguridad alimentaria.

Las organizaciones agrarias no comparten en estos momentos el optimismo de futuro e instan al Gobierno a poner en marcha un plan de choque que permita salir de la actual ruina que sufre el campo. "Hoy nos manifestamos en Madrid todo el campo español, valenciano y alicantino en un grito de auxilio por el mundo rural. La viabilidad del campo está en entredicho por la competencia desleal, la inseguridad hídrica, el precio de los seguros o la agresión a los cazadores. Son muchos los motivos por los que cientos de miles de personas han colapsado el centro de Madrid pidiendo viabilidad y el Gobierno debe tomar buena nota. Un país que renuncia a su agricultura renuncia a su futuro", aseguraba José Vicente Andreu, presidente de Asaja Alicante.

El descontento del campo español y la urgente petición de ayudas llega esta semana a Bruselas ante la urgencia de medidas que ponga freno a la escalada de precios energéticos y derivados, así como ayudas directas al campo que garanticen en un futuro la autosuficiencia alimenticia y de calidad, ante cualquier evento o conflicto.

El Consejo de Ministros de Agricultura y Pesca de la UE debatirá las medidas de mercado, de especial relevancia, debido a la incertidumbre

y el incremento de los precios de las materias primas y energéticos como consecuencia de la guerra. El gobierno español acude a esta cumbre desde la unidad de acción tras solicitar el apoyo de las comunidades autónomas a las propuestas que defenderá España "porque es necesario adoptar medidas excepcionales para hacer frente a una situación de emergencia puntual", señalan fuentes del Ministerio.

La delegación española señala que son precisas medidas de ámbito europeo para compensar a agricultores, ganaderos y pescadores por los significativos incrementos de costes de producción que comprometen la rentabilidad de su actividad y el abastecimiento alimentario a la población, según el ministro.

La manifestación de miles de agricultores debe ser escuchada también en Bruselas y cada uno de los estados miembros de la UE ante la urgencia de apoyo a la agricultura y a sus agricultores. El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, acude con un paquete de medidas consensuado con los consejeros y consejeras del ramo para defender en el próximo Consejo de Ministros de Agricultura y Pesca de la UE de este lunes día 21, sus propuestas para hacer frente a la crisis originada en los mercados internacionales como consecuencia de la invasión rusa de Ucrania.

La capacidad de diálogo alcanzada, y el "apoyo cerrado" mostrado por las comunidades autónomas a las propuestas de España que defenderá ante la Comisión Europea esta semana, debe ser también el camino del diálogo permanente con los agricultores para que la manifestación del 20M sea el principio del fin de los problemas que arruinan hoy al campo.

Parte de estas reivindicaciones se trasladarán a Bruselas y es de esperar que la presidenta Ursula Von der Leyen entienda y lidere las soluciones que precisa el sistema de alimentación en la UE y la importancia creciente de la soberanía y garantías que ofrecen nuestros agricultores.

Esperemos también que la nueva PAC sea un instrumento que garantice la viabilidad y competitividad de las explotaciones agrícolas y ganaderas españolas, para lo que cuenta con un presupuesto suficientemente dotado, de 47.724 millones de euros en ayudas hasta el año 2027. Se trata de una muy buena oportunidad para afrontar las demandas de los agricultores y aquellas transformaciones que son necesarias para alcanzar una producción alimentaria sostenible y fomentar la innovación, el relevo generacional y el impulso a la igualdad de género.

**LA PLANTA BAJA**

LUISFU





# Agrocomercio

## Movilización histórica del mundo rural en Madrid

El campo español reivindica medidas urgentes para asegurar su viabilidad

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El 20MRural ha sido un día histórico para el campo español. La manifestación "20M Juntos por el campo" ha logrado un hito de participación (400.000 personas según los organizadores y 150.000 según las cifras de la Delegación de Gobierno) y de mensaje unitario de sus convocantes. El campo ha dicho "basta" y pide ayudas urgentes al sector para asegurar su viabilidad, tras asegurar que esta movilización será solo el comienzo si no se les escucha.

El sector agrario tomó este domingo las calles de Madrid para manifestarse en defensa de un futuro para la actividad agraria y el mundo rural. La respuesta fue masiva y hasta la capital llegaron 1.600 autobuses procedentes de distintos puntos del país, especialmente de aquellas zonas en las que actividades ligadas al medio rural como la agricultura, la ganadería o la caza son una fuente principal de subsistencia y desarrollo. Y, por supuesto, ciudadanos de Madrid también acudieron al acto reivindicativo para mostrar su apoyo al mundo rural y contra las políticas que están asfixiando al campo y las actividades y costumbres ligadas a él.

La cita convocada por Asaja, COAG, UPA, Real Federación Española de Caza (RFEC), Oficina Nacional de la Caza (ONC), Unión de Criadores del Toro de Lidia (UCTL), Federación Nacional de Comunidades de Regantes de España (Fenacore), Cooperativas Agro-alimentarias y Alianza Rural, provocó el colapso de la ciudad en las horas previas a la manifestación, donde más de 45 tractores, caballos, ovejas, perros de rehalas, cebreros, cazadores, agricultores, ganaderos, gente del mundo rural... llenaron el Paseo de la Castellana en una protesta iniciada en la plaza del Emperador Carlos V hasta Fuente de San Juan de la Cruz, frente al Ministerio de Transición Ecológica.

Bajo los lemas 'Juntos por el Campo' y 'El mundo rural despierta' las principales reivindicaciones se centraron en reclamar unos servicios sociales y sanitarios dignos para el mundo rural, un plan de choque que paralice el incremento continuado de los precios de producción agrarios, la reducción de tarifas eléctricas, el cese de los ataques a actividades como la caza y la retirada del anteproyecto de Ley de Bienestar Animal, entre otras muchas cuestiones. En definitiva, el respeto y dignificación a las gentes del campo y sus tradiciones.



La manifestación se desarrolló bajo los lemas 'Juntos por el Campo' y 'El mundo rural despierta'. / JOAQUÍN TERÁN



El sector tomó este domingo las calles de Madrid para manifestarse en defensa de un futuro para la actividad agraria y el mundo rural. / JOAQUÍN TERÁN

A la llegada al final del recorrido, situado frente al Ministerio de Transición Ecológica, los presidentes de las entidades convocantes se dirigieron a los asistentes. En primer lugar tomó la palabra, Pedro Barato, presidente de Asaja, quien

destacó que "esta es una movilización histórica porque el campo no puede más. El sector agrario ha dado la cara por la sociedad en tiempos de pandemia y lo que hemos encontrado después son ataques indiscriminados por parte del Gobierno y

utilicen como producto reclamo y que las importaciones cumplan las mismas exigencias que nuestra producción agrícola y ganadera en España y en la Unión Europea. Asimismo, pidió un reconocimiento y mayor apoyo a las cooperativas como instrumento principal de vertebración y mejora de la rentabilidad de las explotaciones agrícolas y ganaderas, el acceso a mercados de valor y de adaptación al nuevo modelo productivo.

Por su parte, el presidente de la Real Federación Española de Caza (RFEC) y coordinador de la Oficina Nacional de la Caza (ONC), Manuel Gallardo, resaltó que miles de cazadores de toda España han salido a la calle para decir "basta ya de políticas anticaza de un Gobierno cobarde entregado a ecologistas y animalistas que quieren imponer su modelo sin importarle la vida del mundo rural". La sociedad tiene que elegir, animalismo o libertad. La caza ha llegado a la política y no habrá ni un solo voto para los partidos que no defiendan la caza, porque a nadie se le olvide que la caza también vota".

A continuación, Andrés del Campo, presidente de Fenacore, expuso que los regantes se manifestaban "para protestar frente al señalamiento y la discriminación que sufre el regadío en la agenda del Gobierno. Un desprecio que atenta gravemente contra la España rural y tiene nefastas consecuencias a nivel socioeconómico y demográfico. Algo tan básico como la producción de alimentos se encuentra ahora mismo amenazada por culpa de una planificación totalmente desenfocada que no garantiza el agua para riego. Por ello, los planes hidrológicos deben revisarse para, también, retomar la inversión en obras de regulación, con las que mitigar consecuencias del cambio climático como las inundaciones y las sequías, que este año provocarán pérdidas millonarias en el campo".

Por otro lado, Antonio Bañuelos, presidente de Unión de Criadores de Toros de Lidia, señaló: "A nosotros no nos subvencionan por chiringuitos ecoverdes, alejados del campo, nosotros los criadores de bravo venimos realizando un ecologismo real en silencio desde hace siglos manteniendo una raza autóctona y conservando espacios de alto valor natural. Por tanto, exigimos respeto a nuestro campo, a nuestras tradiciones, a nuestra ganadería, a nuestra forma de vida".

Finalmente, esta cita histórica fue cerrada por el presidente de Alianza Rural, Fermín Bohórquez, quien afirmó que "esto es la unión fundamental del campo para defender nuestro presente y nuestro futuro. Somos la mejor marca España, debemos sentir orgullo de la excelencia de nuestros productos, de nuestros paisajes, de lo que somos", y destacó que "hoy es la oportunidad de labrar el mañana y comenzar a trabajar en el post20M en propuestas y soluciones reales que repercutan en beneficio de nuestra gente".

**El campo dice "basta", pide ayudas urgentes, y el sector asegura que esta movilización será solo el comienzo si no se les escucha**

unos incrementos de costes de producción que han hecho que desaparezcan dos explotaciones ganaderas diarias. Necesitamos que se ponga pie en pared a este disparate; que se reconozca la dignidad de los profesionales agrarios y se arbitren mecanismos que permitan la rentabilidad de sus explotaciones"

Por su parte el secretario general de COAG, Miguel Padilla, reclamó la creación de mesas interministeriales para negociar un plan de choque urgente y que el Gobierno intervenga en el mercado de la energía, fijando un precio máximo del precio de la luz y los combustibles. "Es una vergüenza que los miles de millones de beneficios caídos del cielo de las eléctricas lastren la producción de alimentos en un contexto en el que la seguridad alimentaria de Europa se tambalea por el impacto de la guerra en Ucrania", remarcó.

El secretario general de UPA, Lorenzo Ramos, pidió al Gobierno que escuche la voz unánime del campo para luchar por un medio rural vivo y con futuro. Ramos denunció la especulación que se está dando en muchos productos de forma injustificada. Dicha especulación está incrementando los costes de producción de forma inasumible. "La Ley de la Cadena Alimentaria debe aplicarse a rajatabla", sentenció.

El presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de España exigió que los alimentos no se



■ A 19 DE MARZO

## Exportados 377.566.146 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2021/2022, a 19 de marzo, se han enviado a países terceros, en exportación (377.062.205) y reexportación (503.941), un total de 377.566.146 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2020/2021, a 20 de marzo de 2021, lo exportado eran 311.545.123.

En la misma semana, la cifra de exportación, **sin Gran Bretaña**, en la campaña 2021/2022 es de 172.124.873 kilos, mientras que en la campaña 2020/2021 el volumen era de 203.354.081.

Países de destino (Kg):	Campaña 21/22		Campaña 20/21	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	430.800	989	309.679	1.294
Angola	73.455			
Arabia Saudita	10.332.262		16.595.320	
Argentina	1.356.987		2.745.913	
Armenia	15.971		18.183	
Australia	166.460		258.153	
Bahrain	189.875		233.922	
Bielorrusia	926.273	4.950	3.190.625	
Bosnia-Herzegovina	515.668		63.699	
Botsuana			22.880	
Brasil	10.616.191		16.512.959	
Bulgaria	14.990		210	
Burkina Faso	5.753		34.673	
Cabo Verde	253.154	25.501	58.205	
Canadá	38.871.642		49.161.078	22.950
China	1.634.015		406.977	
Colombia	799.019		583.429	
Congo (República)			22.434	
Corea del Sur	196.928		384.886	
Costa de Marfil	87.818	24.870	99.094	4.787
Costa Rica	1.030.370		1.232.358	
Curaçao	347.974		356.186	
El Salvador	255.270		194.565	
Emiratos Árabes Unid	7.497.572		9.507.439	300
Estados Unidos	607.441		287.661	
Gabón	81.450		364.396	
Georgia			42.042	
Ghana	160.441		135.740	
Gibraltar	227.378	13.938	230.685	11.644
Gran Bretaña	205.358.300	82.973	108.187.412	3.630
Guatemala	285.529		179.369	
Guinea	6.555	4.003	23.306	3.540
Guinea Ecuatorial	193.613	55.595	233.057	37.358
Guinea-Bissau	9.155			
Honduras	291.069		180.205	
Hong-Kong	513.541		67.920	
India			1.388	
Irlanda	148.403			
Islandia	736.604		518.840	
Jordania			48.100	
Kazajistán	21.020		40.485	
Kenia			41.600	
Kuwait	441.330		624.705	
Liberia	22.910			
Macedonia			66.143	
Malasia	1.665.435		1.136.280	
Maldivas	22.230		10	
Mali	24.893	6.795	142.870	14.361
Marruecos	780		306	84
Mauritania	4.763	12.674	53.010	1.469
Moldavia	529.022	41.488	554.996	19.613
Nigeria	240.705		74.370	
Noruega	33.068.897	640	34.426.987	
Omán	952.953		1.245.158	
Panamá	1.230.492		1.724.850	
Qatar	2.606.834		3.024.751	
Rep. Centroafricana	43.354	118.455	45.824	75.708
Senegal	14.077	60	22.275	
Serbia	1.844.750		1.669.726	160
Seychelles	51	10		
Sierra Leona	12.497		9.405	
Singapur	141.673		347.509	
Sri Lanka	47.884			
Sudáfrica	1.636.772		2.240.253	
Sudán	14.080			
Suiza	45.091.007	104.472	47.662.743	158.049
Ucrania	3.052.011	6.529	3.199.996	
Uruguay	94.161		342.938	
<b>Por variedades (Kg):</b>				
Clausellina	322.838	800	3.045.623	
Satsuma	13.804.626	198	2.441.780	9
Clementina	86.753.922	11.027	60.826.652	20.147
Clementina hoja	9.929.466	769	8.188.961	
Clemenvilla	5.504.614		4.378.153	
Hernandina	1.075.765		1.217.423	
Wilking			943	
Fortuna	131.772		21.386	
Mineola	31.996		535	
Ortanique	5.641.409		7.975.757	
Ellendale	70		468	
Otras mandarinas	34.589.744	10.756	24.849.228	10.625
Uso industrial	289.952		92.728	
Nadorcott	15.994.187	32.097	15.761.737	35.213
■ TOTAL MANDARINAS	174.070.361	55.646	128.801.373	65.994
Navelina	63.419.633	31.596	57.972.712	19.566
Navel	12.079.593	2.897	9.713.445	
Navel Late	1.822.913	4.090	2.160.418	257
Lane Late	38.599.606		41.338.826	
Salustiana	11.248.923	9.368	13.168.690	
Cadenera	27.065		300.408	
Sanguina	334.050		25.251	
Sanguinelli	638.130		695.926	
Valencia Late	330.404	169.230	260.698	109.709
Verna	1.153.128	7.144	67.555	23
Otras	7.176.077	60.823	6.937.749	43.421
Uso industrial	186.019		281.001	
Navel Powel	493.439		550.882	
Barberina	147.245		1.044.254	47
■ TOTAL NARANJAS	137.656.222	285.147	134.517.814	173.022
■ TOTAL LIMONES	61.570.669	155.436	43.787.173	107.209
■ TOTAL POMELOS	3.726.474	7.652	3.633.338	8.638

OPINIÓN

# Crecimiento aun en la adversidad

Por SANTIAGO PASCUAL

El crecimiento de Fruit Logística es una tendencia consolidada, que se mantiene progresiva pese a las circunstancias adversas por las que el mundo ha atravesado en las últimas campañas. La presencia de productores y comercializadores de todo el mundo, con una oferta de productos regionales en aumento, con la oportunidad de disfrutar de los cultivos bio crece cada edición respecto de la anterior de manera patente. Son muchos los expositores que estarán presentes en esta edición de Fruit Logística, en diferentes rutas especializadas, generadas al efecto, para facilitar a profesionales y clientes todas las acciones comerciales y visitas programadas, mostrando sus producciones cada vez más respetuosas con el medio natural, con evitar el desperdicio y con las producciones ecológicas, y las empresas de comercialización que ofertan dichas producciones, sin duda por el aumento permanente de consumidores de producciones sanas y saludables.

Toda la agricultura europea cumple las normativas y controles de calidad requeridos por los consumidores y por los operadores, y garantizados por las diferentes administraciones, cada vez más estrictas, a favor del consumidor y de la sostenibilidad. Esa tendencia, en constante progresión, tiene su reflejo en el conjunto de la sociedad y en la presencia y oferta de producciones de la mayor calidad en la feria.

Las empresas de producción y comercialización de frutas y hortalizas frescas se enfrentan a un reto importantísimo: a una creciente población mundial. Esto supone una mayor demanda de alimentos sanos y saludables, por el crecimiento exponencial de los consumidores interesados en su alimentación saludable y por el creciente uso de las nuevas tecnologías para facilitar la comercialización.

El comercio "on line", como venimos poniendo de manifiesto en los últimos eventos del sector, se multiplicará en un futuro inmediato.

Todos estos retos han de afrontar los productores y las empresas, junto a la preocupación permanente por la calidad certificada y el sabor de sus producciones.

El tema de la sostenibilidad en lo que respecta al cultivo, envases, transportes, los efectos de la crisis climática en los productores, la digitalización de la agricultura y los cambiantes flujos de mercancías, son solo algunos de los temas, de los complejos desafíos que debe superar todo el sector de frutas y hortalizas a nivel global.

Pero aún hay más, el consumo de frutas y hortalizas



En opinión de los responsables de las empresas participantes, Fruit Logística es un lugar excelente para promocionar su negocio y sus productos de calidad. / R. FUERTES

debe mostrar su capacidad y habilidad para emocionar a los consumidores e implicarlos en la cultura y tradiciones que envuelven a las producciones certificadas y de calidad que comercializamos.

Todas las empresas, colectivos, y productores acuden a Berlín para asistir a un amplísimo evento de negocios del sector hortofrutícola que durante tres días, intensos, permite realizar innumerables relaciones comerciales, con lo mejor del sector hortofrutícola a nivel global, ya que los visitantes, más de ochenta mil en esta feria, vienen de todos los países productores y consumidores del mundo, ciento treinta y cinco, y de todas las empresas expositoras, más de mil novecientas de los principales mercados del mundo, ochenta países.

El evento contará con la presencia de empresas procedentes de todos los eslabones de la cadena de suministro, desde productores y exportadores, hasta importadores, mayoristas y minoristas. Desde especialistas en mejora y protección de los cultivos, hasta expertos en novedosas tecnologías y presentación del envasado, desde operadores de transporte y logística a las agencias marketing y proveedores de la necesaria certificación en los diferentes protocolos de calidad. Sin olvidar los innumerables medios de difusión y comunicación global.

En opinión de los responsables de las empresas participantes, Fruit Logística es un lugar excelente para promocionar su negocio por que el público potencial son los responsables de las empresas comerciales, plataformas de compra y de la distribución y, por lo tanto, con el mayor nivel de profesionalidad alcanzado edición tras edición.

Además, según nos comentan, es el espacio perfecto para cerrar negocios al encontrarse la oferta más cualificada y la demanda más exigente. Es

una manera eficaz de tomar el pulso al mercado y conocer las tendencias actuales y futuras.

"Esta feria es el escaparate perfecto para mostrar el esmero en el cultivo y envasado y la excelente calidad de nuestras frutas y hortalizas, además, conseguimos mostrar públicamente nuestras empresas y nuestro buen hacer con un respeto absoluto por la trazabilidad, cumpliendo las normas de calidad que nos piden nuestros clientes, las cadenas de supermercados y las grandes superficies, y principalmente, los consumidores que son quienes tienen la opción de elegir en el mercado y quienes manifiestan con su elección sus gustos y preferencias, a las que tenemos que dar la más completa satisfacción".

Esta opinión es compartida por la mayoría de los responsables de nuestra agricultura, en sus diferentes sectores productivos.

Al comprobar el listado de empresas de la actual edición de este evento internacional, global, consolidado, observamos que al menos veinte de las inscritas, son empresas provenientes de Ucrania. No podemos evitar la emoción al escribir este comentario. Tan solo hemos observado una empresa de Rusia.

Pero lo que realmente motiva estas palabras es el convencimiento de que a esas empresas les resultará muy difícil o imposible acudir a la feria y lo cierto es que todos los representantes, presentes en la misma, deberían reaccionar ante la mayor agresión internacional desde hace muchas décadas y realizar un sonado homenaje y una posición indudable a favor de los agredidos. En los temas comerciales, resulta, en muchas ocasiones, difícil posicionarse, pero no cabe la menor duda de que se notará y así ha de expresarse, la ausencia de esa importante representación de Ucrania.



# Continúa la huelga del transporte pese a las ayudas al gasóleo

Varias patronales han decidido parar a partir de este martes, tal y como hacen desde hace ocho días los pequeños transportistas, ante la falta de concreción en las ayudas prometidas por el Gobierno

► NR. REDACCIÓN.

La Plataforma para la Defensa del Transporte de Mercancías por Carretera mantiene el paro indefinido que desde hace más de una semana azota a la cadena de suministro española, pese a la ayuda de 500 millones de euros para compensar el alza del precio de los carburantes anunciada este lunes por el Gobierno. Paro al que también se unen, desde este martes, varias patronales, entre ellas Fenadismer.

Tras cumplirse una semana de la huelga, el Gobierno ha movido ficha ofreciendo a los transportistas una reducción "efectiva" en el precio del carburante equivalente a 500 millones de euros. Esta reducción del precio del gasóleo se aplicará a partir de la entrada en vigor del real decreto-ley, que se aprobará el próximo 29 de marzo, en línea con lo anunciado en otros países europeos y concretamente siguiendo un modelo similar al de Francia, según explicó la ministra de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, Raquel Sánchez, en la reunión mantenida con el Comité Nacional del Transporte por Carretera (CNTC). En dicho modelo, una parte de la bonificación en el precio será sustentada por el presupuesto público y otra será a cargo de las distribuidoras o comercializadoras de combustibles.

Ante esta única propuesta por parte de la ministra Sánchez, varias de las patronales integradas en el CNTC han mostrado su rechazo a lo pactado, entre ellas Fenadismer, que integra a más de 32.000 empresas de transporte con más de 50.000 vehículos, todas ellas pymes y autónomos que en determinadas ocasiones se integran en régimen cooperativo. Otra de las patronales que ha mostrado su desacuerdo es la Federación Española de Transporte Discrecional de Mercancías, Fetranca, que agrupa a varias organizaciones empresariales de transporte de mercancías por carretera. Y la tercera es Feintra, la Federación Independiente de Transportistas fruto de la unión de Asociaciones de Transportistas de Getafe, Talavera de la Reina y Cáceres, con más de 2.900 asociados.

En un comunicado conjunto, Fenadismer, Fetranca y Feintra explican que en la "carta de compromiso" para la reducción del precio del gasóleo planteada por el Gobierno y que se aprobarán en Consejo de Ministros del martes 29 de marzo no se concreta "en qué consistirá dicha medida ni cómo se articulará". Tampoco concretará "lo que es más importante: en qué cuantía de la posible ayuda le corresponderá a cada transportista, y si esta llegará tanto a los transportistas pesados como a los ligeros".

Así pues, y aunque "consideran el anuncio de dichas medidas positivo", también lo ven



Sobre la huelga de transportes, el ministro Luis Planas señala que "se está poniendo en riesgo el abastecimiento agroalimentario y que si no se intentan tender puentes y acuerdos entre todos, la situación va a ser muy complicada". / ARCHIVO

**Fenadismer, Fetranca y Feintra muestran su rechazo a la medida ministerial propuesta porque no se concreta en qué consistirá ni cómo se articulará**

"insuficiente en la actual situación, con miles de transportistas parados desde hace más de una semana".

"Su falta de concreción y contundencia no permiten transmitir seguridad a los transportistas, principalmente autónomos y pymes, que en la actualidad se encuentran en una situación límite para poder seguir trabajando en condiciones de mínima rentabilidad", añaden en el comunicado conjunto.

Además, estas federaciones no entienden cómo en el resto de países del entorno sus Gobiernos ya han concretado las medidas que van a aplicar a sus transportistas para ayudarles a superar la actual crisis y, sin embargo, el español "se resiste incomprensiblemente a anunciar qué dinero le va a llegar realmente al bolsillo de cada transportista para amortiguar el impacto de la subida de los carburantes, pese a la exigencia reiterada de las asociaciones de transportistas en las últimas semanas".

Por todo ello, entienden que "la falta de concreción de las medidas por parte del Gobierno no permiten por el momento reanudar la actividad del transporte de mercancías por carretera, hasta tanto no sean detalladas las medidas urgentes y efectivas que requieren los transportistas para poder salir de la ruina en que se encuentran en la actualidad".

**Tras una semana de huelga, los principales mercados abastecedores de alimentos presentaban este lunes una situación que se acercaba a la normalidad**

#### ■ TENDER PUENTES

Sobre la huelga de transportistas, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha señalado que se está poniendo en riesgo el abastecimiento agroalimentario y que si no se intentan tender puentes y acuerdos entre todos la situación va a ser muy complicada. "El Gobierno hizo una oferta muy sólida para responder a los problemas del sector del transporte y hace falta también de parte de todos una buena disposición constructiva. O intentamos tender puentes y acuerdos entre todos o la situación va a ser muy complicada", advertía Planas en la entrevista concedida a la Cadena SER este lunes.

Planas ha mostrado preocupación por el suministro, reconociendo que ha habido "incidencias" pero asegurando que el funcionamiento en los mercados ha sido "casi normal" y que las faltas de productos en los supermercados ha sido "puntual" e influenciada no solo por la huelga, sino también porque "las compras han sido muy superiores, hasta un 20%".

#### ■ SITUACIÓN EN LOS MERCADOS

Los principales mercados abastecedores de alimentos presentaban el lunes 21 de marzo una situación que se acercaba a la normalidad y no han registrado incidentes de los piquetes informativos por la huelga que convocó hace una semana

**Desde Coexphal alertan que solo en la provincia de Almería se están perdiendo unos 10 millones de euros por cada día de huelga de transportes**

la Plataforma en Defensa del Transporte de Mercancías.

Así, Mercamadrid, la principal plataforma alimentaria del país, abrió el lunes con normalidad y con una importante presencia de agentes de la Policía Nacional, sin producirse incidencias en el acceso de mercancías de alimentos, y registrando un volumen de entradas similar a la de un lunes habitual.

En Barcelona, las protestas y marchas lentas de transportistas en Cataluña, a pesar de causar retenciones en algunas arterias viarias, no han afectado a la actividad normal del Puerto de Barcelona o de Mercabarna.

Así, el abastecimiento de verduras en Mercabarna se mantiene en el 85 %, respecto al 50 % de producto que pudo entrar en el polígono el lunes de la semana pasada.

En la zona norte, las hortalizas procedentes de Almería y los cítricos de Levante son los productos que empiezan a escasear en Mercabilbao, si bien el presidente de la asociación de mayoristas de fruta y verdura de Mercabilbao, Gorka Moreno, ha asegurado que aún no hay un producto que no se pueda encontrar. Aún así, los tomates, las judías, las berenjenas o el calabacín que llegan de Almería "escasean más", así como las naranjas y mandarinas de Levante.

Precisamente, en Mercavallencia han vuelto a garantizar

el suministro de fruta y verdura gracias a la producción local, excepto algún producto que se trae de Andalucía.

Al inicio de la semana, el mercado mayorista valenciano comunicaba que no se había registrado la presencia de piquetes informativos y que se estaba funcionando de forma habitual, con abastecimiento "de sobra" para los mercados municipales y las tiendas.

En el sur, la llegada de mercancía a las principales lonjas andaluzas se ha producido durante con mucha más normalidad que hace una semana, cuando comenzó el paro de los transportistas, y tampoco se han registrado problemas con los piquetes informativos.

En Mercasevilla la entrada total de mercancía ha sido de 1.633 toneladas, una cifra con la que el mercado sevillano recupera gran parte de su actividad, que hace sólo una semana fue de sólo 78 toneladas.

Por su parte, Mercamálaga presentaba este lunes una situación de cierta normalidad pues no ha registrado una considerable disminución en la entrada de vehículos respecto a un lunes previo al paro de transportistas.

#### ■ DESDE EL CAMPO

Desde la zona de producción, Coexphal, la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería ha alertado sobre los efectos negativos que esta huelga está ocasionando a los productores almerienses. "Solo en esta provincia se están perdiendo unos diez millones de euros por cada día de huelga de transportes, lo que repercute directa e indirectamente en la economía no solo de las empresas comercializadoras sino en la de sus trabajadores y agricultores que no pueden vender su género".

Desde la patronal almeriense advierten que "si esta situación persiste, no se actúa contra los piquetes y no se aprueban medidas para acabar con las movilizaciones, el peligro de desabastecimiento será más patente".

En un comunicado, Coexphal afirma que ya pueden verse las "primeras consecuencias" en algunos supermercados del país, y ha expresado su temor de que "pronto alcance al resto de nuestro mercado europeo, todo ello en el ecuador de la campaña".

El gerente de Coexphal, Luis Miguel Fernández, tras más de una semana de la huelga de transportes, ha explicado que "compártimos y respetamos las reivindicaciones de los camioneros en esta protesta, pero también defendemos el derecho a la libre circulación de mercancías y el derecho a trabajar de miles de trabajadores del sector (transportistas, manipuladoras, agricultores) que actualmente están siendo abandonados sin defensa alguna por parte de las autoridades".



## OPINIÓN

# Acuerdo UE-Mercosur, deforestación y riesgo de desaparición de la industria europea del zumo



Por INMACULADA SANFELIU (\*)

El cuarto paquete de sanciones a Rusia por la invasión de Ucrania abrirá la puerta a la importación de productos agrícolas de Latinoamérica, con la agilización del Tratado de Libre Comercio con México y el de Mercosur con el resto del continente. El Consejo de Economía y Finanzas (Ecofin) de la Unión Europea (UE) celebrado el martes, 15 de marzo, ha aprobado prohibir el comercio con Rusia de materias primas estratégicas, recursos energéticos y material siderúrgico relacionadas con la industria armamentística.

La vicepresidenta y ministra de Economía, Nadia Calviño, explicó, tras participar en dicho Consejo, que la guerra "ha tenido un impacto para todos por el alza del precio de las materias primas". La vicepresidenta primera comentó que ha reclamado además a la Comisión acelerar los acuerdos comerciales con Mercosur, Chile y México para encontrar suministros agroalimentarios alternativos a los de Rusia y Ucrania y ha expuesto la decisión del Consejo de abrir nuevas rutas en el comercio internacional para garantizar el abastecimiento del sector agroalimentario en un escenario de guerra.

A decir de los dirigentes, el Acuerdo UE-Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) tiene gran importancia para España y para la UE, desde el punto de vista político, económico-comercial y estratégico. La UE viene negociando un Tratado con Mercosur desde 1995. En junio de 2019, la UE y Mercosur alcanzaron un acuerdo de principio para contar con un Acuerdo de Asociación que aún no ha sido firmado.

El Acuerdo de Asociación Estratégica entre la UE y Mercosur de 2019 (ACMUE) sigue pendiente de su tramitación en la UE y entrada en vigor. Se firmó después de 39 rondas de negociaciones en las que el Acuerdo Marco de 1995 servía de guía. Según este acuerdo, la UE eliminaría los aranceles para el 92% de las exportaciones del Mercosur y otorgaría acceso preferencial para otro 7,5%. El Mercosur los eliminaría para el 91% de las importaciones de la UE y dejaría excluido un 9%, por ser productos sensibles del bloque. Su puesta en vigor se ha visto pospuesta como consecuencia de las reticencias medioambientales tratadas en el Parlamento Europeo y hasta la guerra Ucrania-Rusia todo hacía prever que podría llegar a retrasarse varios años más.

## ■ FALTA DE INFORMACIÓN

Por los gravísimos efectos colaterales que el mencionado Acuerdo puede tener para la citricultura española debido a la más que previsible acordada eliminación de aranceles en la UE para las im-



Nadia Calviño, vicepresidenta primera y ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital. / MINISTERIO

portaciones de zumo de naranja fresco originario del bloque Mercosur, convendría que se informara de primera mano al sector citrícola de la situación actual de este acuerdo, del oculto calendario previsto para la inaceptable reducción de las barreras para el zumo brasileño y la más que moralmente exigible evolución de impactos previsibles una vez éste entre en vigor.

Los políticos españoles justifican su inusitado interés en acelerar el Acuerdo UE-Mercosur en aras de tender puentes para el comercio y el desarrollo sostenible. Una vez más, las exportaciones justifican el interés del acuerdo para la UE: los 260 millones de consumidores de la región, un PIB anual de 2,2 billones de euros (la quinta economía más importante fuera de la UE), elevadas barreras arancelarias y no arancelarias a derribar en el marco del acuerdo, un destino para bienes de la UE por valor de 45.000 millones de euros (en 2018) y servicios de la UE por valor de 23.000 millones (2017), un destino de gran importancia para las inversiones de la UE, con un volumen de 381.000 millones de euros en 2017, un mercado para 60.500 empresas de la UE. Son las cifras que sostienen los apoyos a la culminación del acuerdo.

Se estima que las exportaciones de España a Mercosur crecerán un 37% mientras las importaciones procedentes de Mercosur aumentarían un 14%, siendo el impacto global en la economía española de un +0,2% del PIB y +0,1% en el empleo. El impacto sectorial será heterogéneo siendo especialmente positivo para los productos químicos, confección, editorial y maquinaria.

El Acuerdo prevé como principales beneficios para las empresas de la UE la eliminación de derechos de aduana elevados

en sectores clave de exportación: automóviles y sus piezas —con aranceles del 35% en la actualidad—, maquinaria (14-20%), sustancias químicas (18%), productos farmacéuticos (14%) y productos excluidos hasta ahora del mercado del Mercosur, como las prendas de vestir y el calzado. Con la eliminación de aranceles, las numerosas empresas euro-

nes laborales, sino promover el desarrollo sostenible. Por ello la UE y Mercosur se comprometen a aplicar de manera efectiva el Acuerdo de París sobre el Cambio Climático y convienen en cooperar en los aspectos climáticos del comercio entre ambas partes, lo que incluye la lucha contra la deforestación.

El Acuerdo de París incorpora, entre otras cosas, el compromiso de detener la deforestación ilegal en la Amazonía brasileña y reforestar 12 millones de hectáreas de aquí a 2030.

De acuerdo con los datos del Sistema de Alerta de Deforestación (SAD) de Imazon, que monitorea la

Amazonía a través de imágenes satelitales desde 2008, la deforestación en la Amazonía crece casi un 70% y llega al peor febrero, el de 2022, en 15 años. Imazon (Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia) es una institución de investigación brasileña cuya misión es promover la conservación y el desarrollo sostenible en la Amazonía.

Un año después de lograr la mayor deforestación de la selva amazónica en, al menos, 14 años, Brasil se encamina hacia un nuevo récord de deforestación negativa en 2022. Solo en febrero, 303 km<sup>2</sup> de bosque nativo fueron destruidos en la Amazonía Legal. Esta fue la mayor área devastada en el mes de febrero en los últimos 15 años. Solo en relación al mismo mes del año pasado, la destrucción aumentó en casi un 70% y es el segundo mes consecutivo de crecimiento de la deforestación: en enero, la tala de bosques fue un 33% superior a la del año pasado.

## ■ EMERGENCIA CLIMÁTICA Y DEFORESTACIÓN

Este aumento es sumamente grave en vista de la emergencia climática que estamos viviendo,

ya que la deforestación contribuye al calentamiento global, lo que a su vez intensifica el cambio climático que provoca eventos extremos. Informes firmados por cientos de científicos de todo el mundo para el Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático de la ONU, el IPCC, advierten que, si no logramos detener el aumento del calentamiento global, sufriremos con mayor frecuencia e intensidad fenómenos extremos como tormentas y sequías. En Brasil, el año pasado tuvieron fuertes lluvias que causaron muertes y destrucción en Bahía, Minas Gerais, Espírito Santo y Río de Janeiro.

Cuando el presidente Jair Bolsonaro prometió en la Cumbre del Clima organizada por Joe Biden erradicar la disparada deforestación ilegal en Brasil hasta 2030, muchos lo consideraron un desafío imposible de cumplir.

Basta un dato para calibrar sus vaticinios: entre agosto de 2019 y julio de 2020 se destruyó un área en la Amazonía superior al territorio de Jamaica. Y las organizaciones medioambientales advierten que esta situación no hará más que empeorar si prosperan en el Congreso varias iniciativas legislativas que buscan flexibilizar la regularización de tierras ilegalmente ocupadas, y podrían redundar en un aumento de la devastación de la mayor selva tropical del planeta, incentivar más ocupaciones ilegales y deforestación en tierras públicas federales y agudizar los conflictos crónicos en la zona.

En el centro de la polémica están dos proyectos de ley, que son básicamente una reformulación de una propuesta similar, bautizada como 'Ley de grilagem' o 'Ley de ocupación ilegal de tierras', firmada por Bolsonaro y que, tras durísimas críticas, no logró ser votada el año pasado.

## ■ 'OLIGARCAS' BRASILEÑOS

Estas nuevas propuestas son de enorme interés para la llamada 'bancada ruralista', grupo de parlamentarios representantes de los grandes terratenientes y del agronegocio, y cuyo apoyo fue fundamental en la llegada al poder de Bolsonaro.

Grandes supermercados y productores alimentarios británicos y europeos amenazaron en una carta enviada al Ejecutivo con boicotear los productos brasileños si las propuestas continuaban adelante. Entre los firmantes están empresas como Tesco, J Sainsbury, Marks & Spencer, la alemana Aldi o la empresa de producción alimentaria National Pig Association. Estas medidas presentan "amenazas potencialmente aún mayores para la Amazonía que antes", dijeron.

La ocupación de tierras públicas en la Amazonía para actividades agropecuarias o de explotación se impulsó en la época de la dictadura militar (1964-1985), cuando se incentivó a los brasileños a instalarse en la selva amazónica para defenderla de la supuesta codicia extranjera —el lema era 'Ocupar para no entregar'—, con la promesa de otorgarles títulos de tierra.



Ese vacío jurídico desató el llamado 'grilagem', que consiste en invadir una tierra, deforestarla usando fuego y colocar ganado para luego especular al venderla con falsas escrituras. Un fraude causante de una deforestación descontrolada y de violentas disputas territoriales. Muchas de las comunidades tradicionales e indígenas fueron expulsadas. Pero es que, además, una minoría de productores familiares que se asentaron de forma pacífica y que llevan décadas trabajando las tierras, no recibieron hasta la fecha las prometidas escrituras.

El acuerdo comercial UE-Mercosur no está concebido a prueba de deforestación. La resolución del Parlamento Europeo del 16 de septiembre de 2020 sobre el papel de la UE en la protección y restauración de los bosques del mundo (Parlamento Europeo, 2020) reitera que la política de comercio e inversión de la UE debe incluir capítulos de desarrollo sostenible vinculantes y exigibles; y destaca que deben incluirse compromisos claros para combatir la deforestación en todos los nuevos acuerdos comerciales, incluido el Mercosur.

#### ■ DEBERÍA ESPERAR

Para defender los principios de sostenibilidad, desarrollo y derechos humanos, el ACMUE debería condicionar su ratificación a una reducción real de la deforestación. La ratificación o el inicio de las reducciones tarifarias ACMUE deben restringirse en Brasil para reducir la deforestación de acuerdo con la meta de la Política Nacional de Cambio Climático del país: 3.900 km<sup>2</sup> (390.000 hectáreas). Como Brasil no cumplirá su meta de 2020, el ACMUE debe esperar hasta que finalmente se alcance esta línea de base en el futuro. Para lograr este objetivo, Brasil necesitaría retomar el exitoso Plan de Acción para la Prevención y el Control de la Deforestación en la Amazonía Legal (PPCDAM) e implementar otros enfoques regulatorios y de mercado, como la trazabilidad de productos básicos de alto riesgo.

A menudo se han planteado preocupaciones sobre el riesgo de una mayor deforestación en la región del Mercosur, especialmente en la Amazonía brasileña. Estas preocupaciones son pertinentes, ya que un análisis de 189 países entre 2001 y 2012 muestra que la deforestación aumentó significativamente durante los tres años posteriores a la promulgación de los acuerdos de libre comercio (Abman & Lundberg 2020). Sin embargo, los proponentes del ACMUE han argumentado que el riesgo de deforestación podría mitigarse debido a las disposiciones de su Capítulo de Comercio y Desarrollo Sostenible y las recomendaciones proporcionadas por la Evaluación de Impacto de Sostenibilidad.

Sin embargo, un informe de Imazon (noviembre 2020) muestra que la deforestación puede aumentar en los países del Mercosur debido a la mayor demanda de productos agrícolas (deforestación adicional) y puede afectar a regiones sensibles de Brasil, incluidas las áreas vecinas de Tierras Indígenas y Unidades de Conservación (conflictos con las poblaciones indígenas). Además, las disposiciones de ACMUE en Comercio y Desarrollo Sostenible son insuficientes para mi-



Naranjas descargándose en una industria zumera española. / ARCHIVO

tigar el aumento del riesgo de deforestación con enfoque en el caso brasileño. Por lo tanto, es muy posible y probable que el acuerdo actual no promueva el desarrollo sostenible como exige la normativa comercial de la UE.

#### ■ DEFORESTACIÓN

La deforestación podría aumentar entre 122.000 y 260.000 hectáreas en los países del Mercosur; según los seis escenarios alternativos examinados en el estudio de Imazon. El 55% de la deforestación estaría en Brasil.

En respuesta a la liberalización comercial, los sectores de ganado procesado, bebidas y azúcar del Mercosur aumentarán la producción que luego se exporta a la UE. Por otro lado, la UE reduciría la producción de estos productos debido al aumento de la competencia. Las emisiones terrestres van desde 75 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> en el primer escenario hasta 173 millones de toneladas en el último escenario.

Probablemente ocurriría deforestación adicional en los biomas del Cerrado y el Amazonas en Brasil. Estos biomas representaron el 96,7% de la deforestación total en Brasil en 2019.

El ACMUE incrementaría el riesgo de deforestación en las inmediateces de Tierras Indígenas y Unidades de Conservación. La deforestación ha aumentado rápidamente en estas áreas, una consecuencia probable de la reducción de las operaciones policiales y las perspectivas de explotación de estas áreas con fines comerciales.

#### ■ SIN GARANTÍAS

Las disposiciones ambientales vigentes del ACMUE son insuficientes para mitigar el riesgo de deforestación. El capítulo sobre Comercio y Desarrollo Sostenible (CDS) del ACMUE llama a la implementación efectiva del Acuerdo de París. Sin embargo, los objetivos de mitigación climática de la UE y el Mercosur son insuficientes para mantener el aumento de la temperatura muy por debajo de los 2 °C, según los científicos. En el caso de Brasil, la promesa de cero deforestaciones ilegales se colocó en un futuro lejano: 2030.

Además, el capítulo CDS carece de sanciones y el espacio para

la participación de la sociedad civil es limitado. El proceso de resolución de disputas es largo (más de 460 días), lo que favorece a los actores que no cumplen.

Como consecuencia de las sanciones a Rusia por la invasión de Ucrania de nuevo nos encontramos en tiempos de voces clamando por la ratificación del Acuerdo UE-Mercosur y de nuevo asistimos al discurso hegemónico

rales, cereales, celulosa, aceites vegetales, fruta, zumos y café.

#### ■ GRAN ÁREA

Para que el Mercosur produzca sus principales exportaciones, como cereales, harina de soja, carne vacuna y celulosa (la carne vacuna representa 1.000 millones de euros anuales de exportaciones, y el caso más emblemático, la soja y sus derivados, por valor de 5 mil

millones de euros solo en 2018), ha tenido que asignar una enorme superficie de tierra dentro de sus países miembros al desarrollo de las actividades agrícolas y ganaderas necesarias para dicha producción. La superficie de tierra plantada en Mercosur con los bosques de eucaliptos y pinos para la obtención de celulosa, con la caña de azúcar para la obtención del etanol que sustituye los combustibles fósiles, con el cultivo de soja, y con las cabezas de ganado bovino ha tenido un impacto territorial muy significativo. Además, la superficie de tierra

asignada a la producción de productos básicos ha aumentado vertiginosamente en los países del Mercosur durante un período de tiempo relativamente corto.

#### ■ TAMBIÉN 'ZUMO FRESCO'

Aunque Brasil produce y exporta mayoritariamente zumo de naranja a base de concentrado, ha desarrollado extraordinariamente la producción de zumo 100% exprimido, el llamado 'zumo fresco', que es el de mayor calidad y más apreciado por el consumidor. Y paralelamente ha penetrado en la UE con 'zumo 100% exprimido' que compete con el zumo español.

España produce zumo 100% exprimido (NFC) que va destinado en su mayor parte a los mercados europeos, que consumen alrededor de 1.100.000 toneladas, unas 250.000-300.000 de origen español y las 750.000-850.000 restantes de origen Brasil.

Los bajos costes de producción y transporte marítimo permiten a los procesadores brasileños ofrecer el zumo de naranja 100% exprimido (NFCOJ - *not from concentrate orange juice*) a un precio muy barato puesto en Rotterdam o Gante, a pesar de que en la actualidad se le aplica un arancel del 12,2%. Brasil lidera el suministro del zumo tanto en volumen como en precio, y los mercados no aceptan zumo es-

pañol a precios por encima del zumo de origen brasileño, lo que determina un precio al agricultor por la necesaria fruta destinada a industria que ya hoy con aranceles no cubre los costes de producción de la misma.

#### ■ EL CITRICULTOR, LA VÍCTIMA

El desmantelamiento arancelario para los zumos de naranja originarios de Brasil se traducirá sin duda en una reducción del precio percibido por el agricultor por la fruta que necesariamente tiene que remitir a industria, que ya hoy está por debajo del umbral de rentabilidad, y significará que el agricultor dejará perder la fruta, la industria española de transformación de cítricos desaparecerá, y con ello la cadena de valor se verá gravemente perjudicada, porque se dejarán de valorizar 1 millón de toneladas anuales de naranjas y mandarinas, por tanto el 100% de la cosecha, creando además un elevado coste económico y medioambiental (lixiviados) para la eliminación de esa fruta con defectos de piel o de tamaño, pero de excelente calidad organoléptica.

La transformación de los cítricos en zumos permite una mejor retribución de la materia prima a los productores, contribuye a mejorar la competitividad de nuestros agrios en los mercados y posibilita una mayor homogeneidad en la calidad del producto que llega al mercado de fresco.

Brasil exportó más de mil millones de euros en zumo de naranja a la UE en 2018. En el caso de la citricultura española, el Acuerdo UE-Mercosur supondrá la liberalización de la importación en la UE de zumo de naranja, particularmente del zumo 100% exprimido, pudiendo hacer desaparecer la industria europea del zumo y, en consecuencia, desequilibrar el mercado de fresco, estrangulando al sector productor de cítricos europeos.

El Acuerdo agravará las situaciones ya creadas en unos mercados caracterizados por su globalización y una pérdida creciente de competitividad, por la inexistencia de medidas eficaces de gestión de crisis para afrontar los desequilibrios de oferta y demanda, y porque en la cadena 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.

#### ■ UCRANIA, ¿EL DETONANTE?

Si como consecuencia de la invasión de Ucrania se ratifica el Acuerdo UE-Mercosur sin tener en cuenta su impacto en términos económicos para las producciones cítricas europeas, y medioambientales en incremento de deforestación global, el precio suelo para la fruta comunitaria lo fijará un oligopolio de tres empresas brasileñas en base a sus intereses, auguramos que este precio mínimo supondrá un atentado contra la rentabilidad, la competitividad, la circularidad sostenible y la resiliencia de la cadena de valor cítrica, y finalmente comportará un importante perjuicio económico para los productores comunitarios.

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

**El Acuerdo de París incorpora el compromiso de detener la deforestación ilegal en la Amazonia y reforestar 12 millones de hectáreas de aquí a 2030. Sin embargo, el capítulo sobre Comercio y Desarrollo Sostenible del ACMUE carece de sanciones y favorece a los actores que no cumplen**

**Si como consecuencia de la crisis de Ucrania se ratifica el ACMUE sin tener en cuenta su impacto para las producciones cítricas europeas, y medioambientales con un incremento de deforestación global, el precio suelo para la fruta comunitaria lo fijará un oligopolio de tres empresas brasileñas**

en torno al gran beneficio para ambos bloques comerciales que quieren hacernos creer. En términos estrictamente monetarios, hasta ahora ha existido un cierto equilibrio en el ámbito de los intercambios comerciales establecidos entre Mercosur y la UE. Los valores totales de exportación derivados de su relación son, en verdad, muy similares para ambos bloques comerciales. En 2018, la UE exportó alrededor de 41 mil millones de euros en bienes al Mercosur; y los países del Mercosur exportaron alrededor de 43 mil millones a la UE.

Sin embargo, esta aparente igualdad económica a nivel macro enmascara detrás de estas cifras financieras en materia de exportaciones grandes damnificados: de un lado las maltrechas necesidades e intereses socioambientales y humanos del Mercosur y, de este lado, del nuestro, la pérdida de competitividad del sector primario en nuestro propio mercado y las grandes asimetrías en las condiciones de producción.

Si bien los principales productos que exporta la UE al Mercosur son maquinaria, vehículos, reactores nucleares, productos farmacéuticos y equipos electrónicos, los principales productos exportados por Mercosur a la UE son harina de soja, piensos, mine-



# Agrocultivos

## El Gobierno aprueba el decreto de sequía

Tras su aprobación el pasado 15 de marzo, el ejecutivo contempla apoyos en los ámbitos fiscal, laboral, financiero e hidráulico estimados en 450 millones de euros

### VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Consejo de Ministros aprobó el pasado 15 de marzo un real decreto-ley que contiene un conjunto de medidas urgentes de apoyo al sector agrario para hacer frente a la situación prolongada de sequía que está comprometiendo las producciones. Las medidas aprobadas, que competen a seis ministerios distintos, se inscriben en los ámbitos fiscal, laboral, financiero e hidrológico y tienen como objetivo “contribuir al mantenimiento de la rentabilidad y la sostenibilidad de las explotaciones agrícolas y ganaderas, en un contexto de dificultades acumuladas por la subida de los precios de insumos y materias primas”, según destacó el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas.

El real decreto-ley se ha aprobado a propuesta de los ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación; Hacienda y Función Pública; Asuntos Económicos y Transformación Digital; Trabajo y Economía Social; Inclusión, Seguridad Social y Migraciones y Para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. Luis Planas señaló que se trata de un “potente” paquete de medidas, cuya estimación cifró en 450 millones de euros, y que constituyen “un elemento más que el Gobierno pone a disposición del sector agrícola y ganadero para fortalecerlo frente a las dificultades para que siga suministrando alimentos”.

Desde el inicio del año hidrológico, en octubre de 2021, el valor medio nacional de las precipitaciones ha sido un 41,1% inferior al valor normal, y la reserva hidráulica nacional, a 15 de marzo, se situaba en un 40,7% de la capacidad de embalse total, 12 puntos por debajo de la media de los últimos cinco años. Además a lo largo del año 2021 las explotaciones agrarias han tenido que afrontar un incremento de los costes de producción, debido al encarecimiento de los precios de las materias primas y de la energía.

### MEDIDAS LABORALES

En materia laboral y de Seguridad Social, el real decreto-ley recoge medidas de liquidez, como son los aplazamientos especiales, para empresas incluidas en el Sistema Especial Agrario y para autónomos pertenecientes al Sistema Especial para Trabajadores por cuenta propia (SETA), de las cuotas a la Seguridad Social a un interés muy reducido, del 0,5%, siete veces inferior al habitual. En el caso de las empresas, los periodos de devengo serán entre los meses de marzo a mayo de



La situación prolongada de sequía está comprometiendo las cosechas en numerosas zonas productoras. / ARCHIVO

Los agricultores y ganaderos podrán tener una reducción del 20% en los módulos del IRPF y acceder, entre otras medidas, a líneas de créditos ventajosas

En materia laboral, se concede un aplazamiento del pago en las cuotas a la Seguridad Social y se equipara la contratación como fijo discontinuo y la contratación eventual, a los efectos de acceso y determinación del derecho al subsidio

2022 y, para los autónomos, de abril a junio.

Asimismo, se autoriza una reducción del número mínimo de jornadas reales cotizadas, de 35 a 20, para acceder al subsidio por desempleo o a la renta agraria a favor de trabajadores eventuales agrarios residentes en el territorio de las comunidades autónomas de Andalucía y Extremadura. Estos dos son los territorios más afectados por la situación de sequía, ya que las reservas almacenadas en las cuencas hidrográficas del Guadalquivir y

del Guadiana apenas alcanzan el 30%.

Se equipara la contratación como fijo discontinuo y la contratación eventual, a los efectos de acceso y determinación del derecho al subsidio para trabajadores eventuales agrarios y a la renta agraria.

Los trabajadores con contrato de fijo discontinuo incluidos en el Sistema Especial Agrario de la Seguridad Social que desarrollen esta actividad en las comunidades autónomas de Andalucía y Extremadura, cuando dejen de

prestar servicios por haber finalizado o haberse interrumpido la actividad intermitente o de temporada de la empresa, o cuando se suspenda la actividad por causas económicas, tecnológicas o de fuerza mayor, o bien cuando, tras esas situaciones cesen involuntariamente en un trabajo eventual agrario, podrán tener la consideración tanto de trabajadores fijos discontinuos como de trabajadores eventuales del Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social a efectos de la protección por desempleo

También se ha fijado para el año 2022 un precio para el agua desalada, clave para paliar la situación en las explotaciones agrícolas y ganaderas del sureste español, así como una reducción de los cánones de regadío en las cuencas de Guadalquivir y Guadiana

siempre que reúnan los requisitos exigidos en cada caso.

### MEDIDAS FISCALES

En relación con medidas de carácter fiscal, se aprueba una reducción del 20% del rendimiento neto para las actividades agrícolas y ganaderas que tributan en el Impuesto de la Renta de las Personas Físicas (IRPF) por el método de Estimación Objetiva (módulos). Se estima que esta medida beneficiará a 918.000 agricultores y ganaderos, y reducirá la base imponible en más de 500 millones de euros.

También se aprueba la exención de las cuotas del Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI) de naturaleza rústica para determinados productores agrarios que reúnan ciertos requisitos.

En lo relativo a las medidas destinadas a la sostenibilidad de las explotaciones, el real decreto-ley recoge dos actuaciones. En relación con la financiación de explotaciones agrarias, se pondrá a disposición de los operadores agrarios una línea de ayuda, en régimen de concesión directa, para la bonificación del principal de operaciones de financiación formalizadas a través de las entidades financieras, para lo que se habilita un presupuesto de 10 millones de euros, que podrá movilizar más de 100 millones de euros en el sector.

En segundo lugar, en relación con la financiación de avales en explotaciones agrarias, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) podrá poner a disposición de los operadores económicos, dentro de su ámbito de competencia, líneas de financiación de 2,7 millones de euros, en las que subvencionará, en régimen de concesión directa, el coste de los avales de la Sociedad Anónima Estatal de Caución Agraria (SAECA).

En cuanto al seguro agrario, el Gobierno incrementará la dotación aprobada para el Cuadragésimo Tercer Plan de Seguros Agrarios Combinados, en la cantidad que sea adecuada para dar respuesta a la creciente demanda en la contratación.

Además, el Gobierno, a través del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación, solicitará los anticipos de las ayudas y flexibilización de las condiciones de aplicación de la Política Agraria Común (PAC).





Primer estudio de aplicaciones de fitosanitarios con dron en una finca de viña de Raimat en Lleida. / IRTA

# Drones para aplicar productos fitosanitarios de forma eficiente

La agricultura de precisión permite minimizar el impacto ambiental de la aplicación de fitosanitarios de manera localizada y disminuyendo riesgos

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El uso de productos fitosanitarios —productos químicos que tienen el objetivo de evitar plagas y prevenir y curar enfermedades de las plantas— en la agricultura es clave para conseguir producciones de calidad y asegurar la viabilidad técnica y económica en la producción de alimentos. Ahora bien, estos pueden contribuir a la contaminación del suelo, el agua y del aire, y a la pérdida de la biodiversidad. Por ello, la Comisión Europea se comprometió en el año 2020 a reducir en un 50% el empleo y el riesgo de plaguicidas químicos en la estrategia “De la granja a la mesa”, un elemento clave del Pacto Verde Europeo.

Una de las vías para hacerle frente es mediante la agricultura de precisión, con lo que los productos fitosanitarios pueden aplicarse de manera localizada y más eficiente, y reducir, de esta manera, su impacto ambiental. En esta línea, la tecnología dron puede ser una buena herramienta para aplicar de forma eficiente los productos fitosanitarios y minimizar sus riesgos asociados.

Por ahora se considera que la aplicación con drones es una aplicación aérea, al igual que las aplicaciones con avionetas o los helicópteros, razón por la cual están sometidos a una regulación más estricta que las aplicaciones terrestres. Por ello, el Instituto de Investigación y Tecnología Agro-



Aplicación con drones. / IRTA

alimentaria (IRTA) es uno de los participantes en el grupo operativo estatal Phytodron, que quiere generar datos y conocimiento sobre el uso de los drones como una

**Phytodron, un grupo operativo en el que participa el IRTA, quiere impulsar y regular el uso de drones para esta finalidad y contribuir a cumplir con los objetivos del Pacto Verde Europeo**

herramienta segura para aplicar productos fitosanitarios en viña, olivo y en el ámbito agroforestal, y avanzar en el marco que regula su uso.

Según explica Luis Asín, jefe del programa de Fruticultura del IRTA, “se ha demostrado que los drones son más adecuados que otros medios para aplicar productos químicos en parcelas pequeñas, zonas de difícil acceso para algunos vehículos o terrenos montañosos”. A pesar de ello, todavía hace falta “conocer mejor su efectividad a la hora de aplicar los productos fitosanitarios, estudiar los diferentes métodos de aplicación, los efectos del viento y la velocidad del vehículo, así como evaluar la deriva asociada”. Con este fin, en el marco del proyecto, recientemente se ha llevado a cabo el primer estudio de aplicaciones en dron en unos campos de viña del término municipal de Raimat en Lleida.

## GRUPO OPERATIVO

El grupo operativo Phytodron se inició en marzo del 2021 y está previsto que finalice el marzo del 2023. Entre los resultados que se esperan destacan que el dron pase a ser una nueva herramienta de aplicación de los productos fitosanitarios, disminuir la cantidad de solicitudes de tratamientos aéreos de acuerdo con la normativa europea y generar suficiente conocimiento para que la aplicación de productos fitosanitarios con tecnología dron pueda dejar de considerarse un tratamiento aéreo y sea considerada un tratamiento terrestre. “Eso permitirá que se realicen tratamientos en el momento que haga falta, de forma precisa y en el momento adecuado”, afirma Asín.

Phytodron es un grupo operativo en el que participan, además del IRTA, Neiker y el Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria (INIA-CSIC); tres empresas —BASF, Syngenta y Corteva Agriscience—; dos universidades —la Universidad de Sevilla y la Politécnica de Madrid—; tres asociaciones de agricultores —DeCoop, Baskegur y la Plataforma Tecnológica del Vino (PTV)—, una asociación empresarial —la Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas (AEPLA)—, el Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Centro y Canarias y el Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo (INSST).

# El CITA estudia la mejora genética del Melocotón de Calanda

## JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA) estudia la mejora genética del Melocotón de Calanda amparado bajo la denominación de origen protegida. El objetivo es conseguir nuevas variedades de mayor calidad y rendimiento.

El programa de mejora genética ya cuenta con treinta nuevas preselecciones que se plantaron en 2018 para observar su adaptación a la zona de cultivo, y de las que se han comenzado a evaluar los primeros frutos en la pasada campaña.

El proyecto, financiado por el Fondo de Inversiones de Teruel, está liderado por María José Rubio Cabetas, investigadora del Departamento de Ciencia

Vegetal del CITA, y Celia M. Cantín, científica titular de la Estación Experimental de Aula Dei (CSIC).

La consejera de Ciencia, Universidad y Sociedad del Conocimiento del Gobierno aragonés, Maru Díaz, visitó la semana pasada una de las parcelas de experimentación de este programa, ubicada en la localidad turolense de Puigmoreno.

Le acompañaron en la visita, además de las investigadoras, Lucía Soriano, directora gerente del CITA, y responsables de la Denominación de Origen, encabezados por el presidente del Consejo Regulador, Samuel Sancho.

La consejera señaló que en este caso la investigación y la



Vista a una finca experimental del Melocotón de Calanda. / JAVIER ORTEGA

ciencia “se ponen al servicio de los productores, impulsando su aplicación directa en el sector agroalimentario para mejorar su actividad, ayudar a generar riqueza, vertebrar el territorio y afianzar población. Y lo hacemos, además, con un producto de máxima calidad como es el melocotón de Calanda”.

El CITA pone a disposición del proyecto, que se prolongará hasta 2024, sus laboratorios de material vegetal, biotecnología

logía y microbiología donde se siguen obteniendo nuevas preselecciones para ser evaluadas en la zona de cultivo y se lleva a cabo la evaluación de la calidad de los frutos de las variedades ya existentes.

Por otro lado, con la colaboración del investigador del CITA Jérôme Grimplet, se está llevando a cabo un estudio con el objetivo de entender el control genético de caracteres importantes en esta tipología de frutos,

como la fecha de maduración, el contenido de azúcar o el calibre.

El agricultor será el máximo beneficiario de estos resultados, ya que, según Díaz, dispondrá de mejores variedades sobre las que basar su producción, pero también el consumidor, puesto que “podrá identificar y disfrutar de un producto de gran calidad organoléptica y nutricional”.

Se estima que la comercialización de las futuras variedades podría suponer un incremento del 20% de los beneficios anuales de los agricultores incluidos en la DO Melocotón de Calanda.

Aragón encabeza la producción de melocotón y nectarina con unas 18.000 hectáreas y una producción de más de 228.000 toneladas.

En 2021 se alcanzaron los 4,5 millones de kilos de producto certificado por el Consejo Regulador, que se comercializó principalmente en España, y un 20% se destinó a la exportación, principalmente a destinos europeos como Alemania, Suiza, Portugal e Italia.



# Agrocotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercalicate

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 7 al 13 de marzo de 2022, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	2,34
Aguacate Hass.....	1,67
Fuerte.....	3,04
Kaki Rojo Brillante o Persimon.....	1,65
Chirimoya Fina de Jete.....	3,11
Ciruela Otras Familia Black.....	1,99
Golden Japan y Songold.....	2,25
Santa Rosa.....	1,64
Coco Otras Variedades.....	1,00
Dátil Deglet Nour.....	3,16
Fresón Ventana.....	4,15
Higo Seco.....	1,80
Kiwi Kivigold.....	6,20
Pulpa Verde.....	1,70
Lima Otras Variedades.....	0,58
Persian.....	1,80
Limón Fino o Primafiori.....	0,49
Verna.....	0,60
Mandarina Otras Variedades.....	0,93
Clemenule.....	0,60
Clemenvilla o Nova.....	0,42
Hernandina.....	1,00
Mango Tommy Atkins.....	1,65
Manzana Fuji.....	0,60
Golden.....	0,90
Royal Gala.....	1,19
Otras Variedades.....	1,80
Pink Lady.....	2,38
Reineta.....	1,51
Starking o Similares.....	1,00
Granny Smith.....	1,20
Melón Piel de Sapo.....	1,62
Naranja Navelina.....	0,37
Lane Late.....	0,40
Navel.....	0,40
Navel Late.....	0,39
Otras Variedades.....	0,58
Valencia Late.....	0,30
Salustiana.....	0,23
Níspero Algerie o Argelino.....	3,00
Nuez.....	4,00
Papaya o Papayón.....	3,20
Pera Conferencia.....	1,13
Otras Variedades.....	0,93
Ercolini / Morettini.....	2,00
Piña Golden Sweet.....	1,59
Plátano Macho.....	1,05
Americano o Banana.....	1,00
Canarias 2ª.....	1,26
Canarias Extra.....	2,05
Pomelo Rojo.....	1,15
Amarillo.....	0,63
Sandía Sin Semilla.....	2,00
Uva Blanca Otras Variedades.....	3,84
Red Globe.....	2,46
Alfonso Lavalle.....	1,60
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Acelga Hojas Lisas.....	0,60
Hojas Rizadas Lyon.....	0,60
Ajo Blanco.....	1,80
Morado.....	2,37
Tierno o Ajete.....	1,80
Alcachofa Blanca de Tudela.....	0,89
Apio Verde.....	0,70
Berenjena Morada.....	0,53
Boniato o Batata.....	0,70
Brocoli o Brócoli o Brocol.....	0,90
Calabacín Verde.....	1,39
Blanco.....	1,11
Otras Variedades.....	0,47
Calabaza de Invierno.....	0,50
De Verano.....	0,50
Otras Variedades.....	0,98
Cardo.....	1,00
Cebolla Tierna o Cebolleta.....	3,00
Blanca Dulce Fuentes de Ebro.....	0,88
Grano de Oro o Valenciana.....	0,33
Morada.....	0,93
Calçots.....	2,70
Chirivía.....	1,00

Col de Hojas Lisas.....	0,35
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,60
Repollo de Hojas Rizadas.....	1,00
Otras Variedades.....	0,50
Coliflor.....	1,25
Escarola Rizada o Frisé.....	1,00
Otras Variedades.....	0,44
Espárrago Verde o Triguero.....	4,50
Espinaca.....	0,80
Guisante.....	2,26
Haba Verde o Habichuela.....	1,50
Jengibre.....	2,30
Judía Verde Fina.....	5,70
Verde Perona.....	4,96
Lechuga Cogollo.....	2,10
Hoja de Roble.....	0,90
Iceberg.....	1,40
Otras Variedades.....	0,90
Romana.....	0,40
Lollo Rosso.....	1,20
Nabo.....	0,90
Perejil.....	0,60
Pepino Corto o Tipo Español.....	1,42
Alpicoz.....	1,20
Pimiento Rojo Lamuyo.....	1,71
Rojo California.....	1,43
Verde Italiano.....	1,05
Otras Variedades.....	1,43
Verde Cristal.....	1,73
Puerro.....	0,90
Rábano y Rabanilla.....	1,20
Remolacha Común o Roja.....	0,50
Resto de Hortalizas.....	0,60
Seta Champiñón.....	1,95
Tomate Liso Rojo / Daniela /	
Long Life / Royesta.....	1,14
Muchamiel.....	0,98
Liso Rojo Pera.....	1,09
Otras Variedades.....	1,20
Asurcado Verde Raf.....	1,36
Cherry.....	3,36
Liso Verde Rambo.....	1,45
Liso Rojo Rama.....	2,06
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,55
Zanahoria Nantes.....	0,50
En Rama.....	0,60
Otras Variedades.....	0,57
<b>PATATAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Blanca Otras Variedades (Granel).....	0,71
Blanca Otras Variedades (Confec.).....	0,75
Blanca Liseta (Granel).....	0,60
Blanca Spunta (Granel).....	1,00
Roja Otras Variedades (Confec.).....	0,55
Roja Otras Variedades (Granel).....	1,20

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 17 de marzo de 2022, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	3,00
Aguacate.....	2,50
Almendra.....	7,00
Pomelo.....	1,05
Avellana.....	6,50
Kaki.....	1,05
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	3,50
Cerezas.....	7,00
Cocos.....	1,10
Membrillo.....	1,20
Dátiles.....	4,00
Feijoa.....	8,00
Higo.....	1,75
Higos Chumbos.....	2,00
Frambuesa.....	1,30
Grosellas.....	10,00
Kiwis.....	2,50
Lichis.....	7,00
Lima.....	1,30
Limón.....	1,10
Fresa.....	3,50
Fresón.....	3,80
Granada.....	4,00
Mandarina Clementina.....	2,20
Satsuma.....	0,80
Otras.....	2,00

Mangos.....	4,00
Maracuyá.....	8,00
Melón Galia.....	1,00
Amarillo.....	1,40
Piel de Sapo.....	2,00
Otros.....	1,00
Moras.....	16,50
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca.....	2,50
Amarilla.....	2,50
Níspero.....	3,40
Nueces.....	3,80
Olivas.....	3,80
Papayas.....	2,00
Pera Blanquilla.....	1,60
Verano.....	2,20
Invierno.....	1,20
Temprana.....	0,90
Piña.....	1,50
Pitahaya.....	8,45
Plátanos Canarias.....	1,80
Importación.....	1,10
Manzana Bicolor.....	1,35
Amarilla.....	0,80
Verde.....	1,30
Roja.....	1,10
Otras.....	1,20
Melocotón Amarillo.....	2,70
Rojo Pulpa Blanca.....	2,40
Rojo Pulpa Amarilla.....	2,40
Ciruela.....	2,00
Uva Blanca.....	3,70
Negra.....	3,00
Rambután.....	12,50
Sandía con semilla.....	1,20
Sin semilla.....	1,40
Naranja.....	1,20
Chirimoya.....	3,70
Otras Frutas.....	0,90
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Berenjena Larga.....	1,00
Redonda.....	1,10
Ajo Seco.....	2,20
Tierno.....	0,60
Apio.....	0,70
Acelgas.....	0,65
Batata.....	0,60
Borrajá.....	1,00
Brócoli.....	1,40
Brécol.....	1,60
Calçots.....	0,12
Calabaza.....	0,50
Calabacín.....	2,10
Cardo.....	0,50
Alcachofa.....	1,40
Cebolla Seca.....	0,45
Figueras.....	0,60
Tierna.....	0,80
Pepino.....	1,50
Col Repollo.....	1,00
Bruselas.....	1,00
Lombarda.....	0,45
China.....	0,70
Coliflor.....	1,10
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,70
Larga.....	0,70
Otras.....	0,40
Endibia.....	0,95
Escarola.....	0,75
Espárragos Blancos.....	6,50
Verdes.....	5,50
Espinaca.....	0,80
Haba.....	1,20
Hinojo.....	1,30
Perejil.....	0,35
Judía Bobi.....	3,90
Perona.....	5,00
Fina.....	3,90
Otras.....	1,80
Nabo.....	0,80
Zanahoria.....	0,45
Patata Blanca.....	0,45
Temprana.....	0,70
Roja.....	0,45
Pimiento Lamuyo.....	1,70
Satsuma.....	1,90
Rojo.....	1,40

Guisante.....	3,30
Puerro.....	1,15
Rábano.....	0,55
Remolacha.....	0,75
Tomate Maduro.....	1,60
Verde.....	1,50
Chirivía.....	1,20
Otras Hortalizas.....	0,70
<b>OTROS PRODUCTOS</b>	<b>Euros/kg</b>
Seta Girgola.....	3,50
Rovellón-Niscalo.....	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 15 al 18 de marzo de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Fresones.....	3,35-3,20
Limones.....	1,00-1,10
Manzana Golden.....	0,80
Naranja Navel.....	0,70-0,75
Pera Blanquilla.....	1,20
Passacrasana.....	1,20
Piñas.....	1,50
Plátanos.....	1,75
Pomelos.....	1,10
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Alcachofas.....	1,20-1,40
Cebolla.....	0,35
Coliflor.....	0,65-0,80
Judías Verdes.....	4,20
Lechugas.....	0,37-0,41
Patatas Calidad.....	0,30
Tomate Maduro.....	1,70
Verde.....	2,20-2,40
Zanahoria.....	0,45-0,48

### Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 7 al 13 de marzo de 2022. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	2,95
Almendras.....	8,25
Kaki Pérsimo.....	2,03
Cereza Picota.....	10,20
Chirimoya.....	3,31
Ciruela.....	2,49
Coco.....	2,40
Dátil.....	5,85
Fresa / Fresón.....	2,71
Granada.....	2,65
Kiwi / Zespri.....	3,18
Limón.....	0,83
Mandarina Clementina /	
Fortuna / Nardocott.....	1,27
Clemenville.....	1,10
Hernandina.....	0,82
Clemenule.....	1,00
Hortanique.....	0,50
Mango.....	2,75
Manzanas O.V. / Pink Lady.....	2,03
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,33
Royal Gala / Cardinale.....	1,24
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,37
Granny Smith.....	2,08
Starking / R. Chief /	
Gloster / Galaxia.....	1,24
Reineta / Canadá Gris.....	1,91
Melón / Galia / Coca.....	1,59
Mora.....	19,73
Naranja Navel.....	0,79
Salustiana.....	0,49
Navelina.....	0,50
Navel Late / Nanelate / Lanelate.....	0,68
O.V. / Malta / Minolta / Barberina.....	1,15
Nuez.....	6,51
Papaya.....	2,23
Paraguay.....	2,50

Pera Blanquilla o Agua.....	1,36
Conferencia / Decana.....	1,27
Ercolini / Etrusca.....	2,69
Piña.....	1,56
Plátano.....	1,87
Banana.....	1,11
Pomelo / Rubi Start.....	1,00
Sandía.....	1,78
Uva.....	2,91
Otros Frutos Secos.....	10,78
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Acelga.....	0,77
Ajo Seco.....	2,81
Ajo Tierno / Ajete.....	3,50
Alcachofa.....	1,05
Apio.....	1,00
Boniato / Batata.....	1,10
Berenjena.....	0,80
Brócoli / Brocol.....	1,57
Calabacín.....	1,00
Calabaza / Marrueco.....	0,75
Cardo.....	1,10
Cebolla / Chalota.....	0,51
Cebolleta.....	0,87
Champiñón.....	2,05
Fresones.....	0,50
Col Repollo.....	0,50
Lombarda.....	0,70
China.....	1,10
Coliflor / Romanescu.....	0,74
Endivia.....	2,30
Escarola.....	1,13
Espárrago Verde.....	4,08
Espinaca.....	0,96
Guisante.....	2,12
Haba Verde.....	1,59
Judía Verde Fina (Brasileña).....	3,68
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,16
Boby / Kora / Striki.....	2,61
Lechuga O.V.....	0,64
Cogollo.....	1,73
Iceberg.....	0,89
Maíz.....	1,85
Nabo.....	0,78
Pepino.....	1,17
Perejil.....	1,50
Pimiento Verde.....	1,61
Rojo (Asar).....	1,34
Puerro.....	0,91
Rábano / Rabanilla.....	1,36
Remolacha.....	1,73
Seta.....	3,25
Tagarina / Cardillo.....	2,15
Tomate O.V.....	1,47
Cherry.....	3,14
Daniela.....	1,20
Zanahoria.....	0,68
Hierbabuena.....	1,60
<b>PATATAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Nueva o Temprana.....	0,53
Añeja.....	0,39

### Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 14 al 18 de marzo de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	4,00
Aguacate Hass.....	3,17
Fuerte.....	3,34
Otras Variedades.....	5,45
Almendra.....	1,50
Cacahuete.....	1,65
Cereza Picota.....	9,09
Chirimoya Otras Variedades.....	4,20
Ciruela Otras Familia Black.....	3,30
Golden Japan y Songold.....	3,42
Coco Otras Variedades.....	1,05
Dátil Deglet Nour.....	2,35
Fresa.....	4,40
Fresón Otras Variedades.....	11,95
Granada Otras Variedades.....	2,31
Guayaba Otras Variedades.....	2,04
Higo Chumbo.....	2,95
Kaki Otras Variedades.....	2,95
Kiwi Kivigold.....	8,08
Pulpa Verde.....	4,15
Limón Fino o Primafiori.....	0,89



## MERCADOS NACIONALES

Otras Variedades.....	0,91
Verna.....	0,99
Mandarina Clemenlate.....	1,34
Clemenvilla o Nova.....	1,45
Clemenule.....	1,45
Ortanique.....	1,39
Manga Kent.....	7,95
Manzanas Fuji.....	1,70
Golden.....	1,57
Royal Gala.....	1,74
Granny Smith.....	1,41
Otras Variedades.....	1,65
Starking o Similares.....	1,55
Melocotón Meryll y Elegant Lady.....	4,45
Otras Variedades.....	1,75
Melón Piel de Sapo y Similares.....	2,95
Galia.....	1,05
Amarillo.....	1,90
Otras Variedades.....	1,90
Naranja Navel.....	0,85
Valencia Late.....	0,95
Otras Variedades.....	1,05
Navel Late.....	0,95
Lane Late.....	0,85
Nectarina Carne Blanca.....	3,68
Níspero Algeria o Argelino.....	1,75
Nuez.....	4,20
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,50
Papayón (2-3 kg/ud).....	2,42
Pera Conferencia.....	1,33
Otras Variedades.....	1,50
Ercolini / Morettini.....	3,20
Agua o Blanquilla.....	1,60
Piña Golden Sweet.....	4,85
Plátanos Canarias Primera.....	1,37
Canarias Segunda.....	1,15
Canarias Extra.....	1,49
Pomelo Rojo.....	0,75
Sandía Con Semilla.....	2,25
Uva Blanca, Otras Variedades.....	3,45
Red Globe, Roja.....	2,80
Negra Otras Variedades.....	3,67
Aledo.....	2,50
Frutas IV Gama.....	7,25
Resto de Frutas.....	1,30
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelga de Hojas Rizadas Lyon.....	1,45
Ajo Blanco.....	2,45
Morado.....	2,45
Tierno o Ajete.....	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95
Apio Verde.....	1,80
Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada.....	0,93
Berros.....	1,65
Boniato o Batata.....	1,67
Brócoli, Brocoli o Brócoli.....	1,62
Calabacín Blanco.....	0,73
Verde.....	0,55
Calabaza de Verano.....	0,90
De Invierno.....	0,91
Cebolla Grano Oro o Valenciana.....	0,65
Morada.....	1,15
Recas o Similares.....	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna.....	0,95
Col China o Pekinensis.....	0,95
Lombarda o Repollo Rojo.....	1,51
Repollo Hojas Rizadas.....	0,40
De Bruselas.....	3,95
Coliflor.....	0,92
Endivia.....	0,95
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Blanco.....	3,45
Escarola Rizada o Friséo.....	1,25
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.....	2,54
Verde Otras Variedades.....	3,68
Lechuga Otras Variedades.....	0,35
Romana.....	0,35
Maíz o Millo.....	0,89
Nabo.....	0,95
Pepino Corto o Tipo Español.....	0,75
Largo o Tipo Holandés.....	0,96
Perejil.....	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	1,30
Rojo Lamuyo.....	1,56
Verde Italiano.....	1,82
Verde Padrón.....	3,18
Puerro.....	0,86
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.....	1,69
Liso Rojo Canario.....	1,00

Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	0,89
Jengibre.....	2,25
Ñame o Yame.....	3,65
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,49
Hortalizas V Gama.....	7,50
Hortalizas IV Gama.....	5,50
Resto Hortalizas.....	0,80
<b>PATATAS (Granel) Euros/kg</b>	
Blanca, Otras Variedades.....	1,27
Blanca Spunta.....	1,45
Otras Variedades.....	0,75
Roja Otras Variedades.....	1,31

## Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 15 al 18 de marzo de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Fresones.....	2,10
Limones.....	0,71
Manzana Golden.....	1,40
Starking.....	1,30
Naranja Navel.....	0,60
Pera Blanquilla.....	1,75
Passacranasa.....	2,00
Piñas.....	1,70
Plátanos.....	1,90
Pomelos.....	1,00
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas.....	1,40
Cebollas Grano de Oro.....	0,30
Coliflor.....	0,65
Judías Verdes.....	1,95
Lechugas.....	0,69
Patatas Calidad.....	0,34
Tomates Verdes.....	1,40
Zanahorias.....	0,45

## Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 15 al 18 de marzo de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Fresones.....	2,65-2,40
Limones.....	0,63-0,50
Manzana Golden.....	1,45-1,35
Starking.....	1,25-1,30
Naranja Navel.....	0,48-0,50
Pera Blanquilla.....	1,55-1,50
Passacrasana.....	0,85-0,80
Piñas.....	1,55
Plátanos.....	1,70-1,75
Pomelos.....	0,80-1,10
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas.....	1,15-1,35
Cebollas Grano de Oro.....	0,37-0,41
Coliflor.....	0,75
Judías Verdes.....	1,40
Lechugas.....	0,45-0,37
Patatas Calidad.....	0,58-0,70
Primor.....	0,84-0,88
Tomates Maduro.....	1,50-1,75
Verdes.....	1,55-1,82
Zanahorias.....	0,58

## Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 14 al 20 de marzo de 2022, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates Hass (local).....	2,50
Fuerte (local).....	2,50
Cerezas (no local).....	4,50
Ciruela Morada (no local).....	2,75
Amarillas (no local).....	3,50
Cocos (no local).....	0,95
Chirimoyas (no local).....	4,00
Dátiles (no local).....	3,85
Fresones (local).....	4,20
(no local).....	4,25
Granadas (no local).....	2,00
Limones Común (local).....	1,00
Común (no local).....	0,85
Primofiori (no local).....	0,85
Mandarinas Otras (no local).....	1,25
Otras (local).....	1,60
Clementinas (no local).....	1,40
Clemenulle (no local).....	1,50
Ortanique (no local).....	1,30
Manzanas Otras (no local).....	1,95
Golden (no local).....	1,00
Royal Gala (no local).....	1,00
Fuji (no local).....	1,40
Granny Smith (no local).....	1,75
Reineta (no local).....	2,30

Red Chief (no local).....	1,65
Melocotón Rojo (no local).....	3,50
Melones Piel de Sapo (no local).....	2,50
Naranja Zumó Pequeña (local).....	0,75
Extra Grande (local).....	0,90
Salustiana (no local).....	0,87
Lane Late (no local).....	0,77
Navel (no local).....	0,60
Navelinas (no local).....	0,80
Nísperos (local).....	5,30
Peras Devoe (no local).....	1,45
Otras (no local).....	2,25
Ercoline (no local).....	2,45
Blanquilla (no local).....	2,10
Conferencia (no local).....	1,25
Lima (local).....	1,80
(no local).....	2,25
Piña Tropical (local).....	3,50
Plátanos Extra (local).....	1,10
Primera (local).....	0,80
Segunda (local).....	0,60
Pomelos (local).....	1,00
(no local).....	1,50
Sandía Sin Pepitas (no local).....	1,80
(local).....	2,50
Uva Red Globe (no local).....	3,25
Otras Blancas (no local).....	2,80
Papaya Hawaiana (local).....	1,80
Cubana (local).....	1,60
Híbrida (local).....	1,60
Híbrida (no local).....	1,30
Guayabos (local).....	2,50
(no local).....	2,50
Kiwi (no local).....	2,85
Frambuesa (no local).....	16,00
Higos Picos (local).....	3,50
Parchita (local).....	3,50
Moras (no local).....	20,00
Arándanos (no local).....	14,00
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelgas (local).....	0,90
Ajos (no local).....	2,65
Ajos País (local).....	7,00
Albahaca (local).....	7,50
Alcachofa (local).....	3,50
Apio (local).....	2,00
(no local).....	1,15
Berenjenas Moradas (local).....	0,80
Bubangos (local).....	1,80
Calabacines (local).....	0,50
(no local).....	0,40
Redondos (local).....	0,70
Zucchini (local).....	0,80
Zucchini (no local).....	1,25
Calabazas (local).....	0,70
(no local).....	0,85
Cebollas Cebolletas (local).....	2,00
Cebolletas (no local).....	2,20
Blancas (no local).....	0,70
Blancas (local).....	0,90
Moradas (no local).....	1,20
Moradas (local).....	1,80
Cebollino (local).....	10,00
Coles Repollo (local).....	0,80
Repollo (no local).....	0,60
Lombarda (local).....	0,80
Lombarda (no local).....	0,80
China (local).....	0,80
Coliflor (local).....	0,90
(no local).....	0,80
Champiñón (no local).....	2,20
Escarolas (local).....	0,70
Espárragos Blancos (no local).....	10,00
Trigueros (no local).....	5,00
Espinacas (local).....	1,80
Habas Verdes (local).....	5,00
(no local).....	2,00
Judías Otras (no local).....	4,00
Habichuelas Redondas Bobby (local).....	4,50
Redondas Bobby (no local).....	4,00
Coco Planas (local).....	3,80
Lechugas Batavia (local).....	1,30
Romanas Alargadas (local).....	1,80
Iceberg (local).....	2,00
Cogollos de Tudela (local).....	1,80
Hoja de Roble (local).....	2,70
Lollo Rosso (local).....	1,65
Nabos (local).....	2,00
(no local).....	1,80
Colinabos (local).....	2,00
Pepinos (local).....	1,60
(no local).....	1,50
Perejil (local).....	2,60
Pimientos Verdes (local).....	1,40
Verdes (no local).....	1,70
Rojo (local).....	1,80
Rojo (no local).....	2,05
Padrón (local).....	3,50
Amarillo (local).....	2,00
Amarillo (no local).....	2,25
Puerros (local).....	1,00

## 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 7 al 13 de marzo de 2022. Precios origen. Semana 10/2022.

**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): 0,25-0,32 €/Kg**

**Limón Fino Todo Limón (Murcia): 0,31-0,37 €/Kg**

Perfectamente podríamos repetir el comentario de coyuntura de la semana pasada. Sin novedades ni a nivel de oferta ni a nivel de demanda. El campo se muestra firme en la recta final de campaña de **limón fino**, aunque no se consigue trasladar al mercado de venta el aumento de costes, no solo de la fruta sino de la energía, materiales, envases, transporte... Sobre el conflicto **Rusia – Ucrania** y el impacto en los **limones** sigue la incertidumbre, y en el caso de **Argentina** el inicio de campaña tradicionalmente en marzo se retrasa ante las malas perspectivas de estos mercados. El foco de actividad estará, por tanto, puesto en el comercio con la **UE, Reino Unido y EEUU**. En el caso de **Sudáfrica**, principal proveedor de **limón** a estos mercados, también corre riesgo el negocio a esa zona. El resultado será una mayor competencia y presión en el mercado europeo este verano, donde además la situación económica no es boyante lo que podría tener impacto en los consumos.

## POMELO

Sin cambios, sigue la situación de poco dinamismo. En el caso de **Israel** se observa un paulatino descenso de las importaciones en **Europa**. Las llegadas de **España** también siguen disminuyendo al tiempo que se confirma el descenso de volumen turco, básicamente por los controles de pesticidas. La demanda en el mercado sigue siendo moderada. A pesar de la disminución de la oferta de **Florida** el aumento de los costes de transporte hace que sea un producto caro. Por ello, las ventas son lentas y los precios se mantienen sin cambios.

(no local).....	0,90
Rabanillas (local).....	1,00
Rábanos (local).....	2,00
(no local).....	16,00
Romero (local).....	15,00
Rúcula (local).....	4,80
(no local).....	12,80
Setas (no local).....	4,00
Tomates Pera (local).....	1,40
Pera (no local).....	1,95
Salsa (local).....	0,90
Salsa (no local).....	0,60
Ensalada (local).....	1,60
Ensalada (no local).....	1,30
Cherry (local).....	3,30
Cherry (no local).....	2,80
Raff (no local).....	2,25
Tamarillo (local).....	1,50
Tomillo (local).....	7,50
Zanahorias Segunda (no local).....	0,65
Segunda (local).....	1,20
Primera (local).....	1,60
Batatas Otras (local).....	1,20
Otras (no local).....	1,80
Yema Huevo (local).....	1,20
Yema Huevo (no local).....	1,80
Lanzarote (no local).....	1,40
Blancas (local).....	1,10
Blancas (no local).....	1,30
Pimientas Otras (local).....	18,00
Palmeras Secas (local).....	25,00
Palmera (local).....	6,00
Berros (local).....	1,80
Arvejas (no local).....	4,25
Beterrada (local).....	1,30
(no local).....	1,20
Cilantro (local).....	2,80
Chayote (local).....	2,40
Maíz Cocido (no local).....	2,00
Piña Millo Dulce (local).....	2,40
Ñames (local).....	5,50
Yuca (no local).....	2,55
Jengibre (no local).....	2,55
Pantanas (local).....	1,50
Hinojo (no local).....	2,25
Piña de Millo (local).....	3,00
(no local).....	2,70
Brecol (local).....	2,00
(no local).....	1,70
Hierba Huerto (local).....	4,50
<b>PATATAS Euros/kg</b>	
Patatas	
Otras Blancas (local).....	1,20
Otras Blancas (no local).....	0,68
Up to Date (local).....	1,50
King Edward (no local).....	0,72
King Edward (local).....	1,60
Cara (local).....	1,20
Rosada (local).....	1,70
Bonita (local).....	4,50
Negra (local).....	4,00
Spunta (local).....	1,50
Negra Oro (local).....	5,00

Slaney (local).....	1,30
Red-Cara / Druid (local).....	1,20
Galáctica (local).....	1,20
Rooster (local).....	1,50

## Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 15 al 18 de marzo de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Fresones.....	2,75-3,50
Limones.....	0,80
Manzana Golden.....	0,60
Starking.....	0,70
Naranja Navel.....	0,80
Pera Blanquilla.....	1,25
Piñas.....	1,25
Plátanos.....	1,80
Pomelos.....	0,90
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas.....	1,40
Cebollas Grano de Oro.....	0,30
Coliflor.....	0,65
Judías Verdes.....	1,95
Lechugas.....	0,69
Patatas Calidad.....	0,35
Primor.....	0,68
Tomates Verdes.....	1,40
Zanahorias.....	0,45

## Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 18 de marzo de 2022, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.).....	1,35
Kiwi.....	2,10
Limón.....	0,80
Manzana Royal Gala.....	0,60
Golden.....	0,70
Melón Galia.....	0,90
Membrillo.....	1,50
Pera.....	0,89
Conferencia.....	1,40
Papaya.....	1,25
<b>VERDURAS Y HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Boniato Rojo.....	0,85
Boniato.....	0,70
Calabacín.....	1,00
Calabaza.....	0,55
Guindilla.....	2,40
Jengibre.....	2,35
Judía.....	0,60
Espárrago.....	0,80
Patata.....	0,45
Nueva.....	0,65
Pimiento Verde Italiano.....	0,85
Padrón.....	2,50
Remolacha.....	0,55
Tomate Daniela.....	0,80
Pera.....	1,30



## MERCADOS NACIONALES

## Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 10, del 8 al 14 de marzo de 2022, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
(Kg/árbol)		
(Cotización más frecuente)		
OTRAS MANDARINAS		
Nardocott	0,35-0,10	Alicante
Nardocott	0,51	Castellón
Nardocott	0,36-0,55	Valencia
Nardocott	0,32-0,50	L. Valencia
Ori	0,70-0,86	Castellón
Ori	0,59-0,94	Valencia
Ori	0,81-0,99	L. Valencia
Ortanique	0,12-0,17	Alicante
Ortanique	0,12-0,16	Castellón
Ortanique	0,11-0,15	L. Valencia
Tango	0,36-0,55	Valencia
Tango	0,32-0,50	L. Valencia
NARANJAS		
Navel Lane Late	0,09-0,18	Alicante
Navel Lane Late	0,13-0,15	Castellón
Navel Lane Late	0,10-0,15	Valencia
Navel Lane Late	0,11-0,17	L. Valencia
Navel Powel	0,14-0,17	Valencia
Navel Powel	0,17-0,21	L. Valencia
LIMÓN		
Fino	0,27-0,35	Alicante
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		

Acelga	0,25-0,40	Alicante
Alcachofa		
Consumo Fresco	0,30-1,01	Alicante
Consumo Fresco	0,45-1,50	Castellón
Consumo Fresco	0,62-1,06	Valencia
Industria Corazones	0,30-0,83	Alicante
Industria Troceado	0,17-0,27	Alicante
Industria Troceado	0,30-0,35	Castellón
Industria Peroles	0,16-0,22	Alicante
Apio Verde	0,20-0,34	Alicante
Verde	0,25-0,35	Castellón
Ajo Tierno	1,05-2,20	Alicante
Berenjena Rallada	0,41-0,86	Alicante
Boniato Rojo	0,39-0,41	Alicante
Blanco	0,79-0,81	Alicante
Brócoli	0,40-0,78	Alicante
	0,46	Castellón
Industria	0,12-0,17	Alicante
Calabacín		
	0,65	Alicante
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,11-0,30	Alicante
Tipo Cacahuete	0,25-0,55	Castellón
Tipo Cacahuete	0,35-0,62	Valencia
Redonda	0,64-0,70	Castellón
Redonda	0,44-0,75	Valencia
Cebolla tierna		
(manejo)	0,58-0,65	Alicante

(manejo)	0,60-0,80	Castellón
Col		
Lombarda	0,25-0,30	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,19-0,46	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,29	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,29-0,35	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,17-0,40	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,30-0,50	Castellón
Coliflor		
Blanca	0,30-0,58	Alicante
Blanca	0,30-0,42	Castellón
Blanca	0,49-0,54	Valencia
Escarola		
Hoja Rizada	0,25-0,44	Alicante
Hoja Rizada	0,33-0,50	Castellón
Hoja Rizada	0,41-0,49	Valencia
Hoja Amplia Lisa	0,28	Alicante
Espinaca	1,00-1,25	Alicante
	2,00	Castellón
Haba Muchamiel	0,38-0,69	Alicante
Muchamiel	1,10-1,30	Castellón
Valenciana	0,57-1,01	Alicante
Lechuga		
Maravilla	0,25-0,57	Castellón
Romana	0,25-0,31	Alicante
Romana	0,25-0,35	Castellón
Romana	0,24-0,26	Valencia

Trocadero	0,48	Alicante
Trocadero	0,30-0,64	Castellón
Little Gem	0,18-0,38	Alicante
Iceberg	0,28-0,50	Alicante
Miniromana	0,35	Alicante
Patata		
Blanca	0,44-0,58	Alicante
Blanca	0,65	Castellón
Tomate		
Acostillado	0,77-1,31	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)		
ALMENDRAS		
Comuna	3,51-3,61	Alicante
Comuna	3,15-3,50	Castellón
Largueta	5,21-5,31	Alicante
Marcona	7,21-7,31	Alicante
Marcona	7,10-7,25	Castellón
Planeta	3,51-3,61	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
(Entrada almacén. Cotización más frecuente)		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	3,20-3,30	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	3,45-3,50	Castellón
Oliva Virgen Extra	3,70	Castellón
Garrafa Entera	1,00-2,42	Castellón

MM Raf	1,45
OTROS	Euros/kg
Almendra	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California	1,40

## Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 17 de marzo de 2022. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª	220,00
Rama campo 2ª	190,00
AVENA	
Avena	
Blanca	311,00
Rubia	318,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl	324,00
Pienso +62 kg/hl	329,00
CENTENO	
Centeno	314,00
GIRASOL	
Pipa Alto Oléico	S/C
Pipa de Girasol	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	338,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	S/C
Duro Proté=12%	S/C
Extensible Chamorro	355,00
Forrajero	337,00
Gran Fuerza w 300	383,00
Media Fuerza w -300	372,00
Panificable	342,00
Triticales	328,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	357,00
Yero Grano	314,00

## Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 15 de marzo 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	S/C
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	395,00
CENTENO	
Centeno	405,00
COLZA	
Importación 34/36%	525,00
GARROFA	
Harina	210,00
Troceada	220,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	365,00
GIRASOL	
Importación 34%	510,00
Semillas de Girasol	800,00
Torta de Girasol	S/C
Importación 28/3	400,00
MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación	460,00
Importación	407,00
Importación CE	415,00
MIJO	

Importación	470,00
SOJA	
Harina Soja Import. 47%	603,00
Harina Soja Nacional 47%	605,00
Aceite Crudo de Soja	1.827,00
Salvados de Soja	305,00
SORGO	
Importación	405,00
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	310,00
Forrajero	415,00
Panificable, mín. 11	425,00
Triticales	S/C
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
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	Euros/Tm
GUISANTE	
Forrajero	S/C
Forrajero	S/C
Importación	S/C
ACEITE	
Palmiste	
Importación	317,00
Crudo de Palma	1.750,00

## Lonja de Binefar

Información de precios orientativos de los cereales, acordados como más representativos, referidos al 9 de marzo de 2022. Sobre camión con destino fábrica, posición Binefar.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz	405,00
Cebada 64 k/hl	390,00
Trigo Pienso	415,00
Panificable	422,00
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 partidador. Acta de la sesión del 15 de marzo 2022. Precios orientativos agricultor en destino.

CÍTRICOS	Euros/Kg
Naranja Salustiana Calidad 1ª	0,10-0,13
Naranja Salustiana Calidad 2ª	S/O
Naranja Lane Late Calidad 1ª	0,16-0,18
Naranja Lane Late Calidad 2ª	0,14-0,15
Naranja Navel Powell,	
Barfiels y Chisslet	0,18-0,21
Mandarina Híbrida Tango	
Calidad 1ª	0,40-0,55
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 poca actividad. Ligera subida de la horquilla superior de la Salustiana Calidad 1ª y repetición de la Lane Late respecto a la semana pasada. Se cotizan por primera vez las Navel Powell, Barfield y Chisslet. Ligera bajada de las cotizaciones de Tango con muy pocas operaciones. Repetición de las cotizaciones de industria. La parte superior de la horquilla de la calidad 1ª de fresco se corresponde con calibres altos y extra. La parte superior de la horquilla de las variedades de industria se corresponden a contratos de volúmenes altos.

Próxima sesión el 22 de marzo de 2021.

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 17 de marzo de 2022. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	509,00
Grupo 2	504,00
Grupo 3	501,00
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 31 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 partidador. 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 31 de marzo de 2022.	

## Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 16 de marzo de 2022, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	355,00
Cebada	340,00
Triticale	343,00
Centeno	320,00
Avena	340,00

Maíz	340,00
ALUBIAS	Euros/Kg
Canela	1,35
Negra	3,20
Palmeña Redonda	1,70
Planchada	1,35
Plancheta	1,65
Pinta	1,00
Riñón de León	1,20
Redonda	1,20
PATATAS	Euros/Kg
Agria	240,00
Jaerla	S/C
Kennevec	170,00
Red Pontiac	190,00
Red Scarlett	150,00
Hermes	190,00
Yona	150,00
FORRAJES (09/03)	Euros/Kg
Alfafa Paquete Rama	192,00
Paquete Deshidratado	245,00
Paja 1ª (Cebada)	39,00
Veza Forraje de 1ª	150,00
Forraje	120,00

## Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del 17 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 partidador, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona	7,33
Largueta	5,35
Comuna	3,54
Ferragnes	4,13
Garrigues	4,62
Guara	3,64
Ramillete	4,62
Comuna Ecológica	8,05

## Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 8 de marzo de 2021. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y básula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	S/C
Grupo 4	S/C
Grupo 5, Pienso	S/C
Pienso Importación	S/C
TRIGO DURO	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	S/C
Grupo 4	S/C
Grupo 5, Pienso	S/C
Pienso Importación	S/C
Importación	
Avena Importación	S/C
Nacional	S/O
Cebada, Igual y más de 64	S/O
Menos de 64	S/O
Importación Origen Puerto	S/C
Maíz Importación origen Puerto	S/C
Nacional	S/C
Habas Nacional	S/O

Importación	S/C
Guisantes Nacional	S/O
Importación	S/O
Girasol Alto oleico +80%	S/O
Convencional	S/O
Colza	S/O
Nota: Dadas las circunstancias de volatilidad y la incertidumbre imperante en los mercados por la invasión rusa de Ucrania, esta lonja no ha procedido a la cotización de precios en esta sesión.	

## Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 14 de marzo de 2022, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS GRANO	
Guara	3,45
Comuna Ecológica	7,40
Pelona	2,55
Común	3,30
Largueta	5,00
Mallorca	3,20
Marcona	



## MERCADOS NACIONALES

Girasol.....	S/C
Girasol 9-2-44 .....	S/C
Paja Empacada .....	46,00
Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl.....	344,00

## Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 18 de marzo de 2022. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2021-2022).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Sacadero .....	370,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	355,00
Pienso -62 kg/Hl .....	349,00
AVENA	
Rubia .....	335,00
Pienso .....	335,00
TRIGO	
Duro Pr>12.....	S/C
Pienso +72 Kg/Hl.....	365,00
Fuerza +300w +14 pr .....	410,00
Fuerza -300 +12,5 pr .....	395,00
Panificable Pr>11, W<200 .....	367,00
Chamorro.....	S/C
Triticale.....	S/C
Centeno.....	S/C
Yeros.....	S/C
Garbanzo sin limpiar .....	520,00
Veza .....	S/C
Guisante .....	S/C

NOTA: Pocas operaciones en el mercado interior y retención de mercancía en los puertos debido al paro en el sector del transporte. Repiten las cotizaciones de todos los productos.

Próxima reunión el 25 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 14 de marzo 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.....	0,18-0,23
GRUPO SANGRE	
Sanguelini.....	Sin existencias
GRUPO BLANCAS	
Salustiana .....	Sin existencias
Barberina y Mid-night .....	0,28-0,29
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.....	0,35-0,55
Nardocott.....	0,35-0,55
Ortanique.....	0,11-0,16
Orrí.....	0,90-1,10
Nota: Compras ralentizadas.	
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 17 de marzo de 2022.	
ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Redondo,	
origen Extremadura .....	420,00-425,00
origen Andalucía.....	435,00
Gleva,	
disponible Valencia .....	460,00
J. Sendra,	
disp. Valencia .....	460,00
Monsianell,	
disp. Valencia .....	460,00
Fonsa,	
disp. Valencia .....	460,00
Guadamar,	
disp. Valencia .....	S/C
Furia,	
disp. Valencia .....	S/C

## 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 7 al 13 de marzo de 2022.

## CEREALES

■ **De invierno:** Las precipitaciones de esta semana mejoran algo sin duda la situación de los cereales de invierno aunque, como hemos venido contando, llegan ya tarde para muchas parcelas. **Almería:** Tras las últimas lluvias y en previsión de las anunciadas la semana que viene, se inicia tímidamente el abonado de cobertura en parcelas con buen desarrollo, así como la siembra de avena en parcelas que no se sembraron por la falta de lluvia. Las siembras tardías se ven muy afectadas en su nascencia, con un crecimiento muy débil y pérdida de semilla. **Cádiz:** En la comarca de la **Janda**, se observan **trigos** avanzados con la hoja bandera desenrollada y comenzando el espigado. Otros están en fase de encañado y los más tardíos en la comarca de **La Sierra** ahijando. Presentan un desarrollo bastante dispar, en muchas parcelas, el **trigo** tiene una altura media de unos 20 cm y está muy mal, en otras, en las siembras tempranas, están algo mejor pero en general también están bastante dañadas. Se observan pocas parcelas de **cebada**, presentando unos 20 cm de altura y las más adelantadas se encuentran en fase de hoja bandera-inicio del espigado y las más tardías en el ahijado. **Córdoba:** El estado fenológico predominante es el BBCH 31-39 (Encañado), los más adelantados presentan la hoja bandera desplegada. Ante la ausencia de lluvias apenas se había abonado, pero durante esta semana, el ritmo de esta labor ha sido intenso ante las expectativas de nuevas precipitaciones. **Granada:** El estado del cultivo más retrasado es BBCH 10-19 (Desarrollo de las primeras hojas) y el más avanzado BBCH 21-29 (Ahijamiento). En las comarcas de **La Vega** y **Alhama** se observan parcelas de **cebadas** con una altura de unos 8-10 cm., muy parada, con mala nascencia y con falta de precipitaciones. Lo más probable es que se aproveche a diente por algún rebañío de la zona. Hay zonas con una sequía muy acusada en las que el cereal está muy poco desarrollado. **Huelva:** El estado fenológico predominante es el BBCH 25-28 (Ahijamiento). Los más retrasados se encuentran en BBCH 21-24 (Inicio de Ahijamiento) y los más adelantados en BBCH 30-36 (Encañado). Las lluvias de los últimos días pueden ser positivas para el **cereal** aunque en algunas parcelas pueda ser demasiado tarde. Han caído precipitaciones medianamente importantes en el **Andévalo** y zonas del **Condado Campiña**, zonas eminentemente cerealistas, como **Villalba del Alcor** y **Escacena**. En la comarca **Condado Campiña, Condado Litoral** y **La Costa** se observan un número de parcelas importantes finalizando el ahijamiento y comenzando el encañado. En las parcelas de siembras más tempranas es visible la hoja bandera. En la comarca del **Andévalo** y la **Sierra**, el cultivo se encuentra ahijando, algo más retrasado. **Jaén:** El estado fenológico más retrasado es el BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas). Predominan el BBCH 21-29 (Ahijamiento). Los más avanzadas se encuentran en el estado BBCH 31-39 (Encañado). En la comarca **Campiña Sur** y **La Loma**, los cereales más avanzados presentan 2-3 nudos visibles y en algunos se observa la hoja bandera visible, aunque predominan las fincas que están ahijando con 3-5 hijuelos visibles. En las comarcas de **Sierra Morena, El Condado** y **Campiña Norte** se observa un mayor retraso, con predominio del ahijamiento. Se le han aplicado coberturas en algunas parcelas. Las últimas lluvias en zonas como **Campiña Sur, La Loma, Sierra de Segura** y **Sierra de Cazorla** van a beneficiar los cultivos ante la sequía que se sufre. **Sevilla:** Fenológicamente los cereales se encuentran en la mayoría de los casos en la fase de encañado, desplegando la hoja bandera, los más atrasados en fase de ahijado y los más adelantados iniciando el espigado. Las lluvias pueden mejorar la situación en algunas zonas pero en otras llegarán ya tarde pues muchas parcelas han pasado la fase de ahijado que es clave en el rendimiento final del **cereal**.

## CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos: Almería:** En los invernaderos del **Poniente**, las plantaciones de **tomate primavera** se están podando y entutorando para formar la mata. Los **tomates** de ciclo largo continúan con la recolección. Continúan las recolecciones de **pimientos** de todos los tipos, tanto en verde como en rojo y amarillo. Las plantaciones de **berenjena** de ciclo largo continúan con la recolección y se están realizando plantaciones nuevas. Siguen las recolecciones en los invernaderos de **pepino** de cultivo único. Las plantaciones de primavera están empezando a producir. Las plantaciones de primavera de **calabacín** están formando la mata y las de media estación continúan en plena producción. Continúan los trasplantes de **sandía** y **melón** y el crecimiento de las plantas ya trasplantadas. Los semilleros están ocupados por plántulas de **sandías** y **melones**. Además, se producen partidas de plantas de **pepino, calabacín, tomate** y **berenjena**. En los invernaderos de **Níjar**, en los cultivos de ciclo largo de **tomate**, esta semana se ha observado algo de fallo en el cuaje por lo general. Continúa la plantación de ciclo de primavera, aunque un poco menos que otros años. Se observan invernaderos con **tomates del tipo Cherry** con una altura de 2 metros y en plena producción. Hay racimos cambiando de color y otros verdes, así como frutos en fase de engorde. Se observan algunas ramas secas y la plantación llegando al final de su ciclo. Muchas plantaciones de **pimientos** están acabadas, y las que quedan están en plena recolección. Sigue la recolección en los invernaderos de **berenjenas**, sin incidencias destacables. En los invernaderos de **calabacín**, están acabando las plantaciones viejas, estando las de primavera comenzando a producir, por lo que hay poco producto, pero de buena calidad. Los invernaderos de **pepinos** se encuentran en recolección, poca producción porque ya no quedan muchos invernaderos con cultivo viejo. En los invernaderos de **sandía**, las condiciones meteorológicas de las últimas semanas han provocado un cuaje irregular en algunos invernaderos, mejorando los últimos días. Se seguirán plantando **sandías** hasta finales de marzo aproximadamente. Presentan un estado fenológico muy avanzado con frutos de calibre 8-10cm. Hay plantas en estado de floración y las más tardías en crecimiento de brotes laterales. El cultivo se presenta con acolchado y cubriendo la calle con un buen desarrollo y sin enfermedades. Las colmenas están trabajando a pleno rendimiento y se utilizan mantas térmicas para luchar contra las bajas temperaturas. Los invernaderos de **melones** presentan un estado fenológico muy avanzado con frutos de calibre 6-8 cm. Hay plantas en floración y otras cuajando, gracias al trabajo de las colmenas. El cultivo tiene un buen desarrollo, las bajas temperaturas de esta época se combaten con mantas térmicas. **Granada:** En la comarca de **La Costa, zona Motril** se observan invernaderos de **tomates Cherrys** en recolección. El cultivo lleva un adelanto de 10-15 días respecto a las fechas habituales por la falta de frío. Le queda en torno a un 25% a muchos invernaderos de producción por recolectar. Salen de las fincas **pepino holandés** con buenas producciones, aunque bajando las cotizaciones esta semana. Los **pimientos italianos** están cotizando al alza, con una producción menor de la esperada. Hay parcelas de **judías verdes** plantadas hace una semana, sin enraizante sólo aportes de abono complejo ternarios. **Huelva:** En las plantaciones de **fresa**, con las lluvias de los últimos días, en los invernaderos se han aplicado tratamientos contra la botrytis y oídio. Se abonan fincas con abonados ricos en potasa como nitrato potásico, nitrato amónico cálcico y fosfato monoamónico. El cultivo del **arándano** presenta como estado fenológico predominante la formación del fruto. **Málaga:** La campaña del **pimiento California, Lamuyo** e **Italiano** sigue en fase de engorde y maduración para recolección. Se entutoran las nuevas plantaciones y se recogen rendimientos en los **pimientos Italianos** sobre 5 kg/planta. Se recolectan **tomates Cherrys** y **tomates liso tipo Daniela**. Las plantaciones de primavera se están entutorando y formando la planta. ■ **Aire libre: Almería:** En el **Bajo Almanzora** se observan parcelas de **lechugas Romanas** e **Iceberg** en diferentes estados, desde recolección, para las más adelantadas, hasta recién plantadas con las primeras hojitas. En esta comarca se siguen sacando **brócolis** en las fincas del **Bajo Almanzora**, aunque esta semana se ha ralentizado la tarea por las lluvias. Las parcelas están completas de plantas, con buen desarrollo, fertilizando con abonados ricos en potasa y sin plagas que causen daños relevantes. En la comarca de **los Vélez**, en la zona más templada de la comarca sigue la plantación de **lechugas** de forma escalonada, mientras en la zona norte las parcelas se dejan descansar hasta el siguiente ciclo. **Cádiz:** En las comarcas **Costa Noroeste, La Campiña** y **La Janda**, las **zanahorias** tempranas plantadas en el mes de septiembre están en recolección, aunque debido a las lluvias caídas se han ralentizado. Las siembras tardías que se han realizado en los meses de enero y febrero se encuentran con las primeras hojitas en desarrollo, de 3 a 6 hojas. Se aplican herbicidas en las parcelas más tardías. Se le están aportando riegos y abonados nitrogenados en fase de cobertura. Se están recolectando **habas de verdeo** en la comarca **Costa Noroeste**. El cultivo ha estado muy sano y con unas vainas de calidad, los precios están siendo aceptables. Las **coles** y **coliflores** están en recolección y en diferentes estados de crecimiento para tener una recolección escalonada. **Granada:** Se están recolectando **espárragos** en la comarca de **La Vega**, se observan parcelas con turiones de unos 20-25 cm. En la zona de **Loja** y **Huétor-Tajar** ha llovido de 8-10 l/m2 estos días por lo que se ha paralizado la recolección. En **Ventas de Zafarraya** las parcelas de **coliflores** plantadas hace un mes se encuentran en

desarrollo con un marco de plantación de 50x40cm. y 12-15 cm de altura, sin enfermedades y sin mermas. En esta zona cayeron otros 10 l/m2 esta semana. En la comarca de **La Vega**, los **ajos Spring** presentan un buen desarrollo alcanzando una altura de 20 cm y sin enfermedades. **Málaga:** Las parcelas de **cebollas tempranas** se encuentran en estado fenológico de desarrollo de hojas llegando algunas parcelas en la zona de **Antequera** a las 9 hojitas y otras en 8-7. Se le está aportando abonado nitrogenado. No se observan daños por plagas y enfermedades, ni por bajas temperaturas en general. Ha llovido poco y no ha habido casos de enfermedades fúngicas. La campaña del espárrago en la **comarca Norte** sigue con producciones escasas o paralizadas por las últimas lluvias. Se están cogiendo pocos **turiones**, sobre unos 400-500 kg/ha. **Sevilla:** Desarrollo de las partes vegetales cosechables y recolección de **alcachofas** y **coliflores** cuando el tiempo lo permite. Desarrollo de hojas y bulbo en la **cebolla temprana**. Desarrollo de la raíz de las **zanahorias** para industria, en algunas parcelas se están cosechando manojitos. Siembra bajo acolchado plástico y nascencia del **maíz dulce**. Significativa reducción en la superficie de siembra del **tomate** y **pimiento** de industria en el **Bajo Guadalquivir** por falta de agua para la campaña, inicio de las plantaciones en el resto de la **Marisma** y **la Vega**. Plantación de las primeras parcelas de **melones** y **sandías** tempranos bajo tunelillo o manta térmica.

## FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos: Córdoba:** El estado fenológico predominante en los **almendros** es el F (Flor abierta), el más tardío es el D (Aparece la corola). Predominan las parcelas en floración con aparición de hojas en muchas parcelas de **La Campiña Baja**, mientras que en zonas de la comarca de **La Sierra**, como **Villaviciosa de Córdoba** y **Villanueva del Rey** el cultivo está algo más retrasado con **almendros** con las corolas visibles. La floración está siendo buena con una importante cantidad de flores. **Granada:** El estado fenológico predominante de los **almendros** es F (Floración). Las parcelas más tardías presentan un estado C-D (Aparición de cáliz y corola). Las más avanzadas en fase G (Caída de pétalos). En las comarcas de **La Vega** y **Alhama** encontramos **almendros** en plena floración, algo retrasados debido a la falta de lluvias y estrés hídrico. En la comarca de **Guadix, zona de Darro**, los **almendros** se encuentran en floración pero más retrasados que otras zonas. Con marcos de plantación de 8x8m o 10x10m se observa una sequedad importante en el terreno. La floración está siendo más escasa que en otras comarcas. En la **comarca de Baza** se observan parcelas en floración, otras en caída de flores y algunas llegando a plena floración. **Jaén:** El estado fenológico más tardío de los **almendros** es el B (Botón floral visible). Los más adelantados se encuentran en estado F (Plena Floración). Cada vez más parcelas se encuentran en floración, destacando la **Campiña Sur** como las que presentan un estado fenológico más temprano. En **Sierra Morena, Cazorla** o **Segura**, la floración se está iniciando. En fincas de **Sierra Mágina** hay parcelas en inicio de floración y otras con el cáliz visible. Las variedades más tardías se encuentran en estado de aparición del cáliz y comenzando a ver la corola. **Sevilla:** Se generaliza la brotación de hojas en las parcelas de **almendros**. ■ **Frutales de hueso y pepita: Granada:** En las plantaciones de **melocotones** y **nectarinas**, el estado fenológico más retrasado es el E (Estambres visibles). Los predominantes se encuentran en estado F (Flor abierta). En la comarca de **Guadix, zona de Purullena**, los **melocotones** han iniciado la floración, se encuentran con la poda realizada y los restos incorporados al terreno. Se observa que las flores más precoces pueden estar algo dañadas por las heladas, aunque es pronto para evaluar algún daño. **Sevilla:** Se generaliza la brotación de hojas en las parcelas de **melocotoneros, nectarinos, ciruelos** y **caquis**. ■ **Frutales subtropicales: Málaga:** La campaña está muy avanzada en los **aguacates Hass**, se cogen otras variedades como **Pinkerton**, entre otras. La fruta se mantiene en cotizaciones estables. El estado del cultivo es el de "Aparición de las inflorescencias", con la aparición de botones florales. En zonas de **Vélez-Málaga** el cultivo se encuentra con las inflorescencias creciendo sin aparecer flores todavía. No se registran plagas ni enfermedades importantes hasta el momento. El estado fenológico de los **nísperos** oscila entre fruto en fase de maduración y engorde hasta fruto cuajado en las variedades más tardías. Se han empezado a recoger los primeros, aunque no son cantidades significativas. Debido a la falta de humedad y precipitaciones, a los frutos les está costando coger calibres.

## CÍTRICOS

**Almería:** En los **naranjos** y **mandarinos** del **Bajo Andarax**, hay una gran cantidad de botones y capullos florales. Las yemas foliares están emergiendo, aunque ya se encuentran hojas visibles, pero sin alcanzar su tamaño definitivo. **Córdoba:** Comienza a generalizarse la brotación de las yemas y la formación de los botones florales, incluso aparece la corola en las parcelas más adelantadas. Las variedades de media estación como las **Navel, Lanes, Salustianas** se encuentran en recolección. Se realizan podas en las parcelas ya recolectadas. La demanda y los precios de los **cítricos** siguen siendo bajos para el momento de la campaña en el que nos encontramos, por lo que los árboles continúan con más fruta de lo normal para estas fechas. **Huelva:** Las **naranjas** y **mandarinas** de media estación se encuentran en plena recolección, pero aún con retraso con respecto a su fecha habitual de recolección. Se da la circunstancia de que mucha fruta no se ha recolectado y se ha dejado en árbol. El estado fenológico predominante de la campaña 2022/2023 es de aparición de la corola y botones florales totalmente visibles en la mayoría de las parcelas en las comarcas **Condado Litoral** y **La Costa**. Se está regando y abonando las parcelas con complejos ternarios ricos en nitrógeno fundamentalmente. Se le han dado tratamientos inductores de floración. La campaña de la **naranja** sigue con una demanda muy baja y sacando fruta de las fincas a cuentagotas. Hay un solapamiento de variedades preocupante. Las **Lanes** (tardías) están muy retrasadas y se habrán cogido un 20% de las fincas. Siguen saliendo de finca **Salustianas**. Las **mandarinas Tangos** están muy avanzadas aunque quedan parcelas por recoger, así como **Orrí** y alguna **Afourer**. **Sevilla:** Se generaliza la brotación de las yemas y la formación de los botones florales, incluso aparece la corola en las parcelas más adelantadas. Recolectación de las variedades de media estación como **Navelates, Navel, Lanes, Salustianas** y **Sanguinas**. Campaña de recolección ralentizada, todavía queda mucha naranja en el campo. Se realizan podas en las parcelas ya recolectadas.

## OLIVAR

■ **De almazara: Córdoba:** En las zonas más tempranas ha comenzado el movimiento de yemas e incluso comienzan a verse algunas inflorescencias. La recolección está prácticamente terminada en la provincia, manteniéndose la tendencia de campañas anteriores, cada año se adelanta un poco más el inicio de la cosecha y la campaña tiende a acortarse, ya que la mecanización del campo y la industria lo permite, hecho que es más notorio en años como este con pocas interrupciones por lluvias. **Granada:** El estado fenológico más retrasado es J2 (Fruto maduro-pulpa roja). Para la nueva campaña predominan los estados fenológico de A (Yema de invierno) y B (Yema movida). En la comarca de **Guadix, zona de Purullena** la campaña finalizó hace un mes. Los **olivos** de la zona son picuales centenarios, con marcos de plantación de 10x10m o 12x12m y el terreno quebrado. Se aplicó tratamiento fungicida con cobre después de la poda y abonado de potasa acompañando. Se trituran los restos de leña. **Huelva:** En las comarcas de **El Andévalo** y **La Sierra** el cultivo se encuentra iniciando el movimiento de yemas. Presenta un estado fenológico más tardío. En las comarcas **Condado Campiña** y **Condado Litoral** el cultivo se encuentra en fase de formación de inflorescencias, sobre todo en variedades como la **arbequina**, en las más tardías aún no se han desarrollado. **Jaén:** Para la nueva campaña predomina el estado fenológico B (Yema movida). Las más avanzadas se encuentran en C (Formación de inflorescencias). La situación de sequía a nivel general es insostenible. Entre las comarcas de **la Loma** y **El Condado el pantano del Giribaile** se encuentra a una capacidad del 17%, equivalente a 95,40 hm3. Han caído sólo 120 l/m2. En la zona de **Canena** se recogió toda la aceituna entre los meses de enero y febrero, cerrando la cooperativa el 6 de febrero, antes que otras campañas. Los rendimientos grasos son del 21-22%, dos puntos por encima de lo cogido el año pasado. En las **Sierras de Segura** y **Cazorla** se realizan podas, ha finalizado la campaña, y el rendimiento graso es del 18-19%, con producciones en parcelas de secano que llegan a los 2.500 kg/ha. No se están dando aplicaciones de cobre en muchas parcelas. Es de reseñar las subidas de cotizaciones de los aceites en todas las categorías. **Málaga:** En la comarca **Centro**, los **olivos** de **manzanillas Aloreñas** están sufriendo estrés hídrico; han caído 103 l/m2 respecto a los 400 que caen normalmente desde el uno de octubre. En aquellas parcelas de **aceituna de molino**, los rendimientos grasos fueron del 21-22% con producciones de 2.000 kg/ha.



## MERCADOS NACIONALES

Gladio 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 ..... 800,00-820,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra, disponible Valencia ..... 820,00-830,00
Guadamar Extra, disponible Valencia ..... 740,00-760,00
Largo Índica, disponible Valencia ..... 780,00-800,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>
SUBPRODUCTOS
Cilindro, disponible Valencia ..... 215,00-225,00
Medianos Corrientes, disponible Valencia ..... 400,00-410,00
Medianos Gruesos, disponible Valencia ..... 450,00-460,00
<b>CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm</b>
Maíz Importación, disp. Puerto Valencia ..... Sin Operaciones
Maíz Nacional, destino Valencia ..... 415,00-420,00
Cebada Nacional, dest. Val. .... 385,00
Avena Rubia, dest. Valencia ..... Sin Operaciones
Blanca, destino Valencia. Sin Operaciones
Guisantes Nacional, dest. Valencia ..... Sin Operaciones
Veza Nacional ..... 570,00
Semilla Algodón, destino Valencia ..... Sin Operaciones
Trigo Pienso Nacional, Tipo 1 ..... S/C
Tipo 2 ..... S/C
Tipo 3 ..... S/C
Tipo 4 ..... S/C
Tipo 5 ..... 410,00
Trigo importación ..... S/C
<i>Precios por tonelada a granel.</i>
<b>TURTOS Y HARINAS Euros/Tm</b>
Soja 44% baja proteína, disponible Barcelona ..... 580,00
Soja 47% alta proteína, disponible Barcelona ..... 590,00
Cascarilla de Soja, disponible Tarragona ..... 300,00
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 ..... 400,00-401,00
disponible Andalucía ..... S/C
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),

disponible Tarragona ..... 510,00-511,00
Palmiste, disp. Valencia ..... 332,00-333,00
Harina de Colza, dest. Valencia ..... 510,00
Gluten Feed, disp. Valencia ..... 252,00
Bagazo de Maíz, disp. Valencia ..... 300,00
Pulpa seca remolacha granulada, Import., disp. Tarragona... 365,00-366,00
Import. disp. Andalucía ..... S/C
Salvado de Trigo Cuartas, destino Valencia ..... 350,00
Hojas, destino Valencia ..... 400,00
Terzerillas, destino Valencia ..... 380,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>
<b>GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm</b>
Varietas 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 ..... 28.000-29.500
<b>LEGUMBRES Euros/Tm</b>
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 Regulars ..... 1.550,00
Laird Canadá ..... 1.250,00
Stone ..... 1.050,00
Pardina Americana ..... 1.500,00
<i>Precios por tonelada, mercancía envasada.</i>
<b>FRUTOS SECOS Euros/Tm</b>
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
<b>PATATAS Euros/Tm</b>
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>
<b>CEBOLLAS Euros/Tm</b>
Varietas Cámara, disponible origen
pocas operaciones
calibres 1 al 6, en campo ..... 300,00
Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas se entienden sin nuestra garantía ni responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja.

## Lonja de Zamora

Información de los precios agrarios de la Mesa de Cereales del 15 de marzo de 2022 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

<b>CEREALES Euros/Tm</b>
Trigo Blando ..... 370,00
Cebada ..... 365,00
Avena ..... S/C
Maíz ..... 370,00
Alfafa Empacada ..... S/C
Paja Empacada ..... S/C
Girasol ..... S/C
Trigo Forrajero ..... S/C
Centeno ..... S/C

## La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 7 al 13 de marzo de 2022, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

<b>CEREALES Euros/Kg</b>
Trigo
Media Fuerza ..... S/C
Pienso ..... S/C
Cebada
Malta ..... S/C

Pienso ..... S/C

Maíz ..... S/C

Tricale ..... S/C

La semana comenzaba anotando nuevos y más elevados récords de precios en el trigo y la colza, que serían rápidamente corregidos a la baja por las decisiones de los fondos de inversión, que mudaban sus posiciones ante la publicación de un nuevo informe norteamericano sobre la situación de la oferta y la demanda mundiales. Una consecuencia clara del dominio de la volatilidad. El informe publicado el jueves era bajista para el trigo debido a una producción más elevada por la excelente cosecha australiana y a un consumo menor. En Europa, la falta de grano procedente del Mar Negro potenciaba otros orígenes como el francés. Idas y venidas en un mercado de los cereales que ve cómo los precios escalan posiciones semana tras semana en un contexto de pocas operaciones a precios muy diferentes. Ante tanta incertidumbre, nuestros productores se enfrentan a la realidad de tener que comprar unos abonos de cobertera que suben de precio día a día. Actualmente se calcula que un 80% de las siembras de nuestra comunidad están pendientes de su aplicación. La carestía y corta disponibilidad de los fertilizantes afectará al resultado de la campaña y a las intenciones de siembra de los cultivos de primavera. Mientras tanto, las lluvias de la semana han resultado muy beneficiosas, incluso para la colza, que afronta su salida del invierno bajo la amenaza del pulgón.

## PATATAS Euros/100 Kg

Consumo Fresco
Contrato ..... 15,00
Industria frito Con Conservación ..... 18,00
<b>CHAMPIÑONES Y SETAS Euros/Kg</b>
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
Estabilidad entre la oferta y demanda, dejando un mercado de equilibrio en todas las especies y formatos de los hongos.

## HORTALIZAS Euros/Kg

Acelga
Amarilla (invernadero) ..... 0,75
Verde (invernadero) ..... 0,60
Borrajá
Hoja (aire libre) ..... 0,75
Lechuga Rizada ..... 2,70
Cogollos ..... 2,30
Repollo
Hoja rizada ..... 0,30
Coliflor ..... 5,70
Brócoli ..... 0,50

Alcachofa ..... 2,50

Industria ..... 0,36

Ligero repunte en las cotizaciones de buena parte de las hortalizas, siendo la coliflor la que experimenta una mayor subida, condicionada por una reducción en la cantidad de unidades cosechadas. Por contra, la lechuga es la hortaliza que mayor valor pierde por cuarta semana consecutiva, en un momento en el que la producción sigue incrementándose y el consumo sigue bajo mínimos. Los cogollos y las coles de Bruselas dan por terminada su campaña.

## 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.

Aunque se mantienen estables los precios de la fruta de pepita, el mercado comienza a sufrir las consecuencias del conflicto bélico existente en Ucrania. Esta semana, las centrales ven cómo las operaciones comerciales se ralentizan, mientras la inflación de los precios de la energía sigue incrementándose, afectando a todos los eslabones de la cadena de producción.

## FRUTOS SECOS Euros/Kg

ALMENDRAS
Común ..... 0,62
Largueta ..... 1,16
Marcona ..... 1,53
Floración tardía ..... 1,28
Ecológica ..... 1,71

La situación de estabilidad que mantenían los precios de las almendras se ha quebrado esta semana con el descenso del precio de la producción ecológica que acusa unas menores ventas a la exportación. El resto, con la excepción de un ligero ajuste bajista en las comunas, sigue estable. La floración, en su fase final, sigue amenazada por unas temperaturas que a comienzos de semana siguieron anotando registros mínimos por debajo de los 0 °C, y unas precipitaciones que por fin dejaron registros apreciables en todas las zonas productoras. Una meteorología poco favorable para el cultivo, que en forma de heladas tardías también se produce en California, aunque todavía con consecuencias dudosas. En Estados Unidos, el mercado se desarrolla con precios que evolucionan a la baja, pero que a su entrada en nuestro país se compensan con la subida de valor del dólar.

## LEGISLACIÓN

# El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación convocará ayudas por 1,5 millones de euros para explotaciones de titularidad compartida en 2022

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ultima la publicación de una nueva convocatoria de ayudas para las explotaciones agrarias de titularidad compartida que estarán dotadas con un presupuesto de 1.500.000 euros, lo que supone un incremento del 50% respecto a las convocadas en el año 2021, en su primera edición. Está previsto que la convocatoria se publique a finales de abril.

Esta línea de subvenciones, que se regulan por el Real Decreto 819/2021, de 28 de septiembre, se puso en marcha en 2021 con el objetivo de ayudar a las explotaciones agrarias de titularidad compartida a hacer frente al pago de parte de las

cuotas a la Seguridad Social. En la primera convocatoria recibieron estas ayudas 729 explotaciones, el 80,64 % del total de las que potencialmente podían beneficiarse, a las que correspondió un importe medio de 1.371,74 euros.

La medida tiene por objeto incentivar que las mujeres, que comparten tareas agrícolas en explotaciones familiares, participen en igualdad de condiciones en los derechos y obligaciones que les corresponden por su labor profesional, según el real decreto por el que se establecen las bases reguladoras para la concesión directa de las subvenciones a las explotaciones agrarias de titularidad



compartida. Pueden acceder a estas ayudas las entidades que estén inscritas en el Registro de Explotaciones Agrarias de Titularidad Compartida del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (RETICOM) al menos un mes antes de la fecha de la publicación de la convo-

ocatoria en el Boletín Oficial del Estado (BOE), que está prevista a finales de abril. Las explotaciones beneficiarias deberán permanecer inscritas en este registro al menos cinco años y sus titulares inscritos en la Seguridad Social durante idéntico periodo.

Se trata de un tipo de ayudas de concesión directa, es decir, no sujetas a concurrencia competitiva de los solicitantes, y con cuantía máxima anual de 1.500 euros por explotación beneficiaria.

Se trata de ayudas de concesión directa, no sujetas a concurrencia competitiva de los solicitantes, y con cuantía máxima anual de 1.500 euros por explotación beneficiaria. Se puede obtener más información sobre las características de estas ayudas en la página web del ministerio en el siguiente enlace: [https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/igualdad\\_genero\\_y\\_des\\_sostenible/titularidad\\_compartida/](https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/igualdad_genero_y_des_sostenible/titularidad_compartida/)





Anecoop huye de falsos mitos atribuibles a las frutas y hortalizas, y da rigor a toda la información que publica en sus diferentes soportes. / ANECOOP

## Anecoop apuesta por el rigor científico para comunicar las propiedades de frutas y hortalizas

La cooperativa renueva un acuerdo con el Grupo de Investigación Alimnova

► VF. REDACCIÓN.

Anecoop renovó la semana pasada el acuerdo que mantiene con el departamento de Nutrición y Ciencia de los Alimentos de la Facultad de Farmacia de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) desde el año 2019 para dar rigor científico a toda la información nutricional que maneja la cooperativa en sus diferentes comunicaciones.

La asesoría se divide, por un lado, en evaluar la adecuación del etiquetado de las frutas y hortalizas frescas que la cooperativa comercializa a la normativa vigente (etiquetado nutricional y alegaciones nutricionales/de salud) y, por otro, la de resolver las consultas que plantean sus clientes y consumidores, contando así con un aval científico en la divulgación de los beneficios nutricionales de sus productos.

De esta forma, Anecoop huye de falsos mitos atribuibles a las

frutas y hortalizas, y da rigor a toda la información que publica en sus diferentes soportes, como las páginas web del grupo, publicidad, folletos, boletines, conferencias, reportajes, perfiles en redes sociales, etc., disponiendo de información avalada por profesionales.

Otra de las acciones que contempla este acuerdo es el desarrollo de acciones de comunicación, especialmente aquellas enfocadas a luchar contra las Fake news en alimentación bajo la campaña #YoNOMeAlIMENTO.

Anecoop pone el acento en la veracidad y el rigor al hablar de las múltiples propiedades del producto nacional. Con ello quiere ganarse la confianza del consumidor en su producto, destacando que sus productos son, además, "Raciones de vida para el campo" que buscan que las personas que trabajan la tierra puedan vivir de ella.

## Ambrosia™ conquista a los consumidores finales

La marca lanza una campaña repleta de promociones

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Tras cuatro años realizando campañas promocionales dirigidas principalmente al canal minorista y mayorista, Ambrosia™ impulsa ahora su notoriedad entre los consumidores finales con una campaña repleta de promociones y una fuerte presencia en canales de comunicación tanto *offline* como digitales.

Gracias a sus esfuerzos comunicacionales enfocados al minorista y mayorista, Ambrosia™ es ahora para la distribución en España, una manzana conocida, valorada y apreciada.

Para seguir promoviendo su marca y llegar al consumidor final ha puesto en marcha diferentes acciones, esta vez, destinadas a convertir a los consumidores finales en verdaderos devotos de sus manzanas.

Bajo el claim, Ambrosia™ ¡En Familia sabe divina!, Ambrosia™ irrumpen en el mercado como la manzana de toda la familia con propiedades divinas. Por su sabor hace las delicias de los más pequeños y por sus propiedades nutricionales enamora a los mayores.

Entre las acciones llevadas a cabo, destaca su fuerte presencia en televisión con un spot convencional de una duración de 20 segundos y patrocinios exclusivos en *prime time*. Su presencia televisiva permite impulsar el reconocimiento de marca y posicionarse de pleno en la mente del consumidor final.

Además del canal televisivo, la marca cuenta con una sólida presencia en redes sociales donde comparte contenidos que reflejan sus valores y promocionan las excelentes



Ambrosia™ es una manzana conocida, valorada y apreciada en el mercado. / AMB

cualidades organolépticas y nutricionales de sus manzanas. Adicionalmente a su estrategia presencial, Ambrosia™ propulsa su presencia en estos medios sociales colaborando con importantes influencers del sector de la gastronomía tales como @montes\_manzanaycalena, @lola\_frambuesa, @megasiltiva y @lacucharaazul quienes ofrecen a sus comunidades riquísimas formas de consumir las manzanas Ambrosia™. En paralelo, la marca multiplica su alcance sorteando cada mes una tarjeta regalo de Amazon por valor de 50 euros en compras.

Además de premiar la fidelidad de sus seguidores, la marca cuida a sus clientes más

fieles con el sorteo de increíbles premios para agradecer su confianza año tras año. De esta forma, los participantes pueden optar a premios como una Thermomix, un Ipad o una tarjeta de Amazon por valor de 100 euros en compras.

Ya sea por su presencia en televisión o su estrategia digital, Ambrosia™ se está convirtiendo en todo un referente en el mercado de las manzanas club. Por sabor y consistencia, el consumidor final responde bien a su consumo y compra, y es por ello, que, Rivoira y VIP Val Venosta, dos compañías líderes del sector, siguen trabajando cada año para ofrecer un servicio extraordinario en la producción y distribución de las manzanas Ambrosia™.

## Las cooperativas de Alfar y Llombai se fusionan

► VF. REDACCIÓN.

Los socios de las cooperativas agrarias de Alfar y Llombai han refrendado el acuerdo de fusión alcanzado por los consejos rectores de ambas entidades. En la cooperativa de Llombai un 90% de los asociados han votado a favor de la integración. En Alfar la situación ha sido más compleja. Hace apenas 10 días un 50% de los socios no se mostraban a favor de la fusión, pero el trabajo de información realizado por la junta rectora, aclarando conceptos y desmintiendo rumores, ha logrado revertir esta tendencia y un 67% de los socios han votado a favor.

## Ayudas para impulsar la transformación digital

Forcyberity ayuda y asesora para conseguir los bonos digitales

► FORCYBERITY.

La crisis sanitaria del covid evidenció la necesidad de un proceso de digitalización del sector empresarial español. Por ese motivo, el Gobierno ha lanzado el programa público de ayudas económicas financiadas por fondos Next Generation EU. Estas ayudas serán clave para la recuperación económica de autónomos y Pymes que conforman el 95% del tejido empresarial español. Dichas ayudas permitirán adoptar soluciones tecnológicas que ayuden a su transformación digital y se otorgarán a aquellas empresas que cumplan los requisitos establecidos por el propio Gobierno.

■ SEGMENTACIÓN

Las cuantías de las ayudas se dividen en tres segmentos. El segmento I lo conforman pequeñas empresas de 10 a 49 empleados



Lluís Pérez Carretón, CEO de Forcyberity. / FORCYBERITY

que recibirán un bono digital de 12.000 euros. En el segmento II se incluyen pequeñas empresas o microempresas de 3 a 9 emplea-

dos que recibirán un bono digital de 6.000 €. Y en el segmento III están enmarcadas pequeñas empresas, microempresas (de

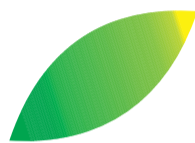
1 a 2 empleados) y autónomos que recibirán un bono digital de 2.000 euros. Además de dicha segmentación, se deben de cumplir una serie de condiciones para poder acceder a los bonos como no estar considerado empresa en crisis, estar al corriente de pagos frente Hacienda y Seguridad Social, estar inscrito en el censo de empresarios de la Agencia Estatal y la Administración Tributaria, no estar sujeto a una orden de recuperación pendiente tras una decisión previa de la Comisión Europea, no superar el límite de ayudas económicas (200.000 euros) y disponer de la evaluación del Nivel de Madurez Digital de acuerdo con el test de diagnóstico en la plataforma Acelera pyme.

■ SOLICITUDES

Solo se podrá solicitar el bono digital a través de los agentes digitalizadores publicados en la página AceleraPyme. En Forcyberity te ayudan y asesoran a conseguir tu kit digital para cualquiera de los *marketplace* disponibles. Desde creaciones de sitios web y marketing hasta gestión de procesos y ciberseguridad.



# Protege el fruto de tu trabajo con nuestras soluciones postcosecha



CERAS  
BIOCIDAS  
FUMÍGENOS  
GREEN LINE  
FUNGICIDAS  
DETERGENTES  
DESINFECTANTES  
FITORREGULADORES  
EQUIPOS DE APLICACIÓN  
ATMÓSFERA CONTROLADA  
DESVERDIZADO, CONTROL Y  
DOSIFICACIÓN



**FOMESAFRUTECH** representa innovación, liderazgo y excelencia en postcosecha. Es momento de apostar por valores y soluciones seguras y de confianza.



## FOMESAFRUTECH

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)



# FRUIT LOGISTICA

5/6/7 ABRIL 2022, BERLIN

valencia  
**fruits**  
Suplementos  
Marzo 2022



# SEE LESS

**tango**   
FRUIT



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





Fruit Logística 2022 reflejará toda la cadena de valor añadido de los productos frescos a través de 25 pabellones, desde los productores hasta el punto de venta. / FL

KAI MANGELBERGER / Director de Fruit Logística

# “Este año valoraremos la oportunidad de ponernos en contacto cara a cara”

Tras la suspensión de la feria en 2021, Fruit Logística volverá a reunir a los profesionales del sector hortofrutícola internacional del 5 al 7 de abril en una cita presencial en la que participarán más de 2.000 expositores de 89 países. El certamen reflejará toda la cadena de valor añadido de los productos frescos a través de 25 pabellones. Pero, más allá de las cifras, esta edición es la del reencuentro. Una oportunidad para recuperar los contactos directos en persona. “En los últimos dos años hemos aprendido que es posible celebrar reuniones internacionales desde nuestro escritorio. Pero también hemos aprendido que no pueden sustituir el encanto y la inmediatez de una conversación cara a cara”, afirma Kai Mangelberger.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.  
Valencia Fruits. En noviembre de 2021 fue nombrado director de Fruit Logística. ¿Qué objetivos se ha marcado ante el reto de estar al frente de la feria líder mundial en el sector de frutas y hortalizas?

**Kai Mangelberger.** Así es, Fruit Logística es la feria líder mundial del sector hortofrutícola, y tanto el equipo organizador como yo, haremos todo lo que esté en nuestras manos para seguir siendo fieles a esta afirmación en interés de nuestros clientes. Es nuestro principal objetivo. Del 5 al 7 de abril se podrán reunir con los mejores profesionales del comercio mundial de productos frescos. Tendrán acceso a nuevas ideas, conocerán las mejores innovaciones y se beneficiarán de las mejores oportunidades para establecer nuevos contactos. En pocas palabras, ¡podrán hacer los mejores negocios!

**VF.** Tras la suspensión de la feria en 2021 debido a la complicada situación generada por la pandemia, ¿qué perspectivas y cifras manejan para la edición presencial de 2022 a escasas semanas para su celebración?

**KM.** Esperamos más de 2.000 expositores de 89 países. Pero Fruit Logística 2022 no solo será muy internacional, sino que también reflejará toda la cadena de valor añadido de los productos frescos a través de 25 pabellones, desde los productores hasta



El objetivo de Kai Mangelberger es que Fruit Logística siga siendo la feria líder mundial del sector hortofrutícola. / FL

el punto de venta, así como los principales actores del sector. Este tamaño y variedad es lo que caracteriza a Fruit Logística.

**VF.** ¿Cómo está respondiendo el sector ante el cambio de fechas de febrero a abril?

**KM.** A finales de noviembre nos quedó claro que una fecha en febrero no sería factible debido a la situación de la pandemia. Y eso es exactamente lo que ocurrió. Trasladar Fruit Logística de febrero a abril era la única manera de que nues-

tro evento pudiera celebrarse en 2022. Algunos expositores tuvieron que cancelar su participación con pesar debido al inicio de la temporada, pero participan como visitantes profesionales. Para 2023 suponemos que ya no tendremos que esperar ningún efecto relacionado con la pandemia. No obstante, también está claro que la fecha original de febrero se mantiene para el próximo año. Fruit Logística en abril seguirá siendo una excepción.

**VF.** ¿Qué ánimo detectan en el sector hortofrutícola ante la feria del reencuentro?

**KM.** En los últimos dos años hemos aprendido que es posible celebrar reuniones internacionales desde nuestro escritorio. Pero también hemos aprendido que no pueden sustituir el encanto y la inmediatez de una conversación cara a cara. En el comercio de la fruta y verdura, la confianza desempeña un papel fundamental. Estoy convencido de que la confianza se consigue

mejor en los encuentros cara a cara. En esta edición todos valoraremos la oportunidad de ponernos en contacto cara a cara aún más que en años anteriores.

Aunque los encuentros serán presenciales, hemos añadido algunos aspectos virtuales al evento. A través de Fruit Logística Online hemos creado una nueva plataforma digital del sector. Los usuarios pueden crear perfiles detallados, disponer de una lista de contactos para establecer una red personal, planificar reuniones e interactuar con otros usuarios en diversos canales. Como expansión digital de Fruit Logística, funcionará como plataforma central online para la industria de la fruta fresca durante todo el año.

**VF.** ¿Qué peso va a tener el sector hortofrutícola español en la presente edición de Fruit Logística?

**KM.** España es una de las naciones más importantes en el comercio de frutas y hortalizas, lo que también se refleja en Fruit Logística, tanto por el número de expositores como por el espacio ocupado. Además, en 2022 habrá varios pabellones reservados exclusivamente para España, que también es uno de los mercados más importantes en términos de visitantes profesionales.

**VF.** ¿Qué novedades más destacadas van a encontrar los expositores y visitantes que acudan a Fruit Logística 2022?

**KM.** Este año, por primera vez, habrá un nuevo formato específico para temas digitales que se llama Smart Agri. Tendremos en el pabellón 5.1 un área dedicada a este tema tan importante y orientado al futuro, donde las empresas presentarán soluciones digitales para el control de plagas, tecnología de inteligencia artificial para calcular el rendimiento de la fruta, informes inteligentes y previsiones fiables, sistemas de apoyo a la toma de decisiones, robots autónomos voladores para la recolección de fruta y mucho más.

**VF.** En su opinión, ¿cuáles son los principales cambios en el sector hortofrutícola derivados de la pandemia?

**KM.** Bajo el título “¿Un nuevo comienzo?”, Fruit Logística publicó un informe de tendencias sobre el impacto a largo plazo de la pandemia en el sector de las frutas y hortalizas. Se centra en la producción, la logística, la distribución y los consumidores, y está disponible para su descarga en nuestra página web.

El aumento y el cambio en el flujo global de mercancías tiene un impacto particular en la logística. Con el Logistics Hub del pabellón 26, Fruit Logística ofrece una serie de eventos en los que productores, exportadores y comerciantes pueden obtener información que les ayude a tomar las decisiones logísticas correctas para el transporte de sus mercancías. El próximo Informe de Tendencias ya está en marcha y se publicará a principios de abril. Esta vez se titulará “Las diez principales tendencias de los productos frescos” y presentará las novedades de toda la cadena de valor añadido.

**VF.** Con todo lo vivido en los últimos años, ¿qué titular le gustaría poder dar al finalizar la feria?

**KM.** Finalmente, todo el sector internacional de los productos frescos se alegra de haberse reunido de nuevo *in situ* y espera un futuro tranquilo y fructífero.





Este año se celebra la feria en Berlín y será nuestro punto de encuentro, ven a visitarnos a nuestro stand y te mostraremos nuestras soluciones para que tu fruta y hortaliza fresca llegue a destino en condiciones óptimas.

Venga a visitarnos y le informaremos de:

**RECUBRIMIENTOS CI-CONTROL®**, formulados para reducir, o eliminar, los manchados por daño por frío en cítricos durante largas frigoconservaciones.

**RECUBRIMIENTOS PLANTSEAL®**, primeros recubrimientos vegetales certificados para uso ecológico y aptos para consumo vegano. Excelente control de los manchados por daño por frío durante transportes prolongados, controlan la pérdida de peso y otorgan un brillo natural a la fruta.

¡Nos vemos en FRUIT LOGISTICA!



FRUIT  
LOGISTICA

5 | 6 | 7  
APRIL  
2022  
BERLIN

Hall 18 - Stand A-20



**PlantSeal®**

**PlantSeal®**  
Shine-Free

**PlantSeal®**  
\*Henderson Fruit Process Tropicals



**CI-CONTROL®**



@Citrosol\_com



CITROSOL

**CITROSOL**  
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com  
info@citrosol.com



SILVIA DE JUANES / Directora de comunicación de Fruit Logistica para España y representante oficial de Messe Berlín en España

# “España vuelve a estar en el top 3 en esta edición que tiene como lema Meet on-site again”

*Fruit Logistica, tal como señala Silvia de Juanes, no es solo la plataforma comercial más completa sino que también “ofrece el conocimiento profundo del sector”. Esta nueva edición, con destacada presencia española, se celebra en primavera en vez de en el frío mes de febrero berlinés debido a la pandemia, y será la más emotiva según la directora de comunicación de Fruit Logistica para España, ya que será el momento del reencuentro. Por ello el lema de la feria este año es “Meet on-site again”.*

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Falta poco menos de un mes para la celebración de Fruit Logistica 2022 de forma presencial. ¿Cómo se presenta esta edición tan esperada a nivel de participación española?

**Silvia de Juanes.** A pocas semanas de dar comienzo la feria vemos como el sector está deseando que llegue abril para disfrutar de Fruit Logistica y de Berlín en primavera. Gracias a la mejora de las condiciones sanitarias, desde Navidad hemos podido avanzar con la organización a tiempo. La presencia española vuelve a estar en el top 3 para la próxima edición de Fruit Logistica. Esto no es una sorpresa puesto que España es uno de los países con más peso en el comercio de frutas y hortalizas internacional, lo que se refleja tanto en el número de expositores como en el espacio ocupado.

**VF.** ¿Qué novedades presenta Fruit Logistica 2022 de interés para los expositores y visitantes?

**SDJ.** La nueva plataforma digital ayudará a los expositores y visitantes profesionales a prepararse y hacer un seguimiento eficiente de su participación en la feria comercial, posibilitando los contactos durante todo el año. Ofrece una variedad de nuevas funciones, además del clásico resumen de expositores y productos, así como listas individuales de favoritos. La herramienta se centra en la creación de redes y en el intercambio dentro de la comunidad del sector a nivel mundial. Como extensión digital de Fruit Logistica, Fruit Logistica Online cumple el papel de plataforma central on-line para la industria de frutas frescas durante todo el año. Además, podrán ver todo el contenido de ponencias y charlas a demanda una vez pasada la feria.

**VF.** Digitalización y Sostenibilidad son dos de los aspectos claves ahora mismo en el sector agroalimentario europeo. ¿También se han convertido en ‘ejes’ en la propuesta de la feria? ¿En qué modo?

**SDJ.** Son numerosos los complejos desafíos que debe superar el comercio internacional de frutas actualmente. Entre ellos destacan la sostenibilidad, especialmente en lo que respecta al cultivo, envase y transporte, los efectos de la crisis climática en los productores, la digitalización de la agricultura y los cambiantes flujos de mercancías. A todo ello damos cabida dentro de los diferentes y numerosos eventos paralelos. Muchos de estos desafíos no se pueden afrontar sin



Silvia de Juanes destaca que en esta nueva edición se comentarán las tendencias más actuales, se presentarán las innovaciones más destacadas y se fraguarán las mejores oportunidades de establecer contactos. / FRUIT LOGISTICA

soluciones técnicas, por eso en Tech Stage ofrecemos el escenario perfecto para informar sobre las tendencias agrícolas; como la empresa Moleaer que presenta el ejemplo del tratamiento del agua sin productos químicos para mostrar cómo la producción de alimentos puede volverse aún más sostenible y ahorrar recursos. El 7 de abril, Tech Stage se transformará en el Start-up Stage. Aquí las empresas jóvenes hablan de temas tan diversos como la agricultura digital, robots inteligentes, gestión de la cadena de suministro, la próxima generación de agricultura vertical y monitoreo de cosechas en invernaderos con un dron volador totalmente automático.

**“Fruit Logistica Online, la nueva plataforma digital ayudará a los expositores y visitantes profesionales a prepararse y hacer un seguimiento eficiente de su participación en la feria, posibilitando los contactos durante todo el año”**

Además esta edición presentaremos por primera vez Smart Agri, un nuevo formato específico para temas digitales. La tecnología digital ya ha cambiado la agricultura y tendremos un área dedicada, en el pabellón 5.1, a este tema tan importante y orientado al futuro. Las empresas participantes presentarán soluciones digitales para el control de plagas, tecnología de IA

para estimar el rendimiento de la fruta, informes inteligentes y previsiones fiables, sistemas de apoyo a la toma de decisiones, robots autónomos voladores para la recolección de fruta y mucho más.

**VF.** El cambio de fecha de febrero a abril, en gran parte, debido a la pandemia, ¿cómo está siendo la respuesta del sector hortofrutícola en general?

**SDJ.** Sin duda, posponer la feria fue la decisión acertada ya que en febrero no se hubiera podido celebrar. Por supuesto, las fechas son claves en la agricultura más que en cualquier otro sector y para algunas empresas ha sido motivo incluso de reducir espacio porque podrán enviar menos personal, o hasta incluso cambiar su participación y asistir finalmente como visitantes. En cambio, lo que para unos se complica para otros es una oportunidad y contamos con empresas que siempre han querido ser expositores y en febrero les resultaba imposible, de manera que han podido estrenarse como expositores este año.

**VF.** Fruit Logistica es una feria consolidada y de referencia, ¿cómo se consigue mantener esta posición de liderazgo y seguir atrayendo a más países?

**SDJ.** Fruit Logistica no es solo la plataforma comercial más completa sino que también ofrece el conocimiento profundo del sector. Y esa es la clave, poder dar al sector lo que necesita en cada momento para asegurar no solo el comercio en la actualidad sino también prepararse para el futuro. Además seguimos trabajando todo el año y prueba de eso es nuestro informe de tendencias que publicamos todos los años. Bajo el título “¿Un nuevo comienzo?”, se expone el impacto a largo plazo de la pandemia en el sector de las frutas y hortalizas. Se centra en la producción, la logística, la distribución y los consumidores, y está disponible para su descarga en nuestra página web.

**VF.** ¿Cómo condicionan la consolidación de Fruit Attraction o la apuesta por otras ferias como Asia Fruit Logistica?

**SDJ.** Como mencioné anteriormente, las fechas son importantes para el sector agrícola y las citas son totalmente complementarias. Vemos importante tener varias oportunidades al año para que el sector se reúna con sus clientes y proveedores.

**VF.** ¿Qué espera de esta próxima edición?

**SDJ.** Esperamos poder recibir en Berlín del 5 al 7 de abril lo mejor del comercio mundial de productos frescos. Comentaremos las tendencias más actuales, presentaremos las innovaciones más destacadas y se fraguarán las mejores oportunidades de establecer contactos. Será además la edición más emotiva de la feria con el reencuentro como lema y como realidad, por ello se llama “Meet on-site again”. ¡Os esperamos!



España es uno de los países con más peso en el comercio hortícola internacional, lo que se refleja en el número de expositores y en el espacio ocupado. / FL



# MUCHO MÁS QUE PIEL.



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

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

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

FRIENDS OF  
CHAMPIONS  12.3

[AgroFresh.com](http://AgroFresh.com)

**AgroFresh**

We Grow Confidence



# Un total de 34 empresas andaluzas promocionan sus productos en la cita líder del comercio hortofrutícola

Almería será la provincia andaluza con mayor participación en la feria berlinesa

## ► CERES / GIA. ANDALUCÍA.

Un total de 34 empresas hortofrutícolas andaluzas promocionarán sus productos en Fruit Logistica, la principal feria del sector a nivel mundial, que se celebra cada año en Berlín y cuya próxima edición tendrá lugar del 5 al 7 de abril. El objetivo que les une a todas ellas es mejorar la presencia de los productos agroalimentarios andaluces en los principales mercados europeos. No en vano, se trata de una cita clave para el sector, en el que Andalucía ha logrado en 2021 un nuevo récord exportador de frutas y hortalizas con ventas por valor de 6.431 millones de euros.

De acuerdo al listado facilitado por la Empresa Pública Andaluza de Promoción Exterior, Extenda, las firmas andaluzas que participarán en esta edición de la feria alemana proceden de cinco provincias diferentes. Así, desde Almería acudirán ZOI Agrícola SL, Vicasol, Biorizon Biotech SL, Kopalmeria SL, Laboratorios Durbán Agroline SL, Biocono Salud SL, Agroponente Natural Produce, Biosabor SAT y Grupo Hispatec.

La provincia granadina estará representada por Centro Sur



Las empresas mostrarán su músculo empresarial en la feria berlinesa. / VF

Sociedad Cooperativa Andaluza, Puerto de Motril, Cooperativa Agrícola San Francisco SCA, San Isidro de Loja, Espárrago de Granada, Fulgencio SPA, SAT Campos de Granada y Hortícola Guadalfeo.

La representación sevillana en esta feria la ostentarán Euroberry Marketing, Beyond Field SL, SAT Guadex, Apresa-PLP Spain SAU, Freshroyal, Rgdmape SL y SAT Hortifrut.

Desde la provincia de Málaga viajarán Sigfrido SLU, Brokaw España SL, Tropical Millenium, José Luis Montosa y Frunet. Por último, desde tierras onubenses acudirán Freshuelva, Flor de Doñana, Frutaria Agricultura, Earis & Berrypro SLU y Surexport.

## ■ RÉCORD ABSOLUTO

El sector de las frutas y hortalizas andaluzas exportó en 2021 por valor de 6.431 millones de

euros, récord absoluto de la serie histórica, con un incremento del 6,7 por ciento respecto al año anterior. La provincia de Almería concentra casi la mitad de las exportaciones hortofrutícolas andaluzas con ventas el año pasado por valor de 3.318 millones de euros (+7,4%). Le sigue Huelva, con 1.377 millones de euros (+9,4%) y Málaga, con casi 496 millones de euros (-3,2%). En el caso de Granada, esta cifra fue de 474 millones de euros (+8%), seguida de Sevilla, con 427 millones de euros (+9,9%); de Cádiz, con casi 181 millones de euros (+4,3%), Córdoba, con 147 (-3,7%); y, finalmente, por la provincia de Jaén, con 11,8 millones de euros (+2,6%).

## ■ ALMERÍA

Tras dos años de pausa, la provincia de Almería regresa a la feria agrícola más importante de Europa para dar cuenta de su potencial desarrollador, productor y exportador. Y es que Almería es, indiscutiblemente, una de las ciudades españolas líderes en el sector agrícola. Con un total de 32.554 hectáreas invernadas en la campaña 2020-2021, la superficie creció un 1,6% respecto a

la campaña anterior, según los datos ofrecidos en el Análisis de Campaña Hortofrutícola de Cajamar.

En esta nueva edición de Fruit Logistica visitarán la feria un total de 9 empresas almerienses bajo el manto de Extenda a la que se suman muchas otras empresas y entidades que cuentan con sede en la provincia, aunque su centro fiscal se sitúe en otras localizaciones; además de los visitantes que participan en el evento de Berlín. Así, cabe mencionar que se trata de la provincia andaluza que tendrá más presencia durante estos días.

En el transcurso de la feria, las empresas almerienses mostrarán su buen músculo empresarial desde el ámbito de la investigación y desarrollo de nuevas variedades hortícolas, productos fitosanitarios, comercialización, etc. Por otra parte, si se observa el volumen de ingresos, el informe de Cajamar estimó en la última campaña un total de 2.295,3 millones de euros con un incremento del 0,12% respecto a la campaña anterior. Asimismo, quizá uno de los datos más significativos sea el de las exportaciones. En el caso de Almería, entre septiembre de 2020 y junio de 2021 se contabilizaron 2.740.895 toneladas de hortalizas exportadas, que crecieron un 0,6% en comparación a la campaña 2019-2020.

Así, y tras dos años complicados y marcados por la incertidumbre, Almería llega con más fuerza y decisión a la feria Fruit Logistica 2022, donde en su última edición se reunieron más de 3.300 expositores y 72.700 visitantes.

# Saftaexport

## FRUITS & VEGETABLES



¡¡¡Llegamos directamente a los mercados!!!

Avda. de Francia, 87 - Entlo.  
12540 Villarreal (España)  
Tel.: +34 964 50 63 70  
Fax: +34 964 50 63 77  
info@safta.org



www.saftaexport.com



# La unión hace la fruta

Together is better



## LISTADO DE ASOCIADOS

### AGRONATURA FRUITS, S.L.

46230 · ALGINET  
Tlf. 615.12.07.80  
**e-mail:** agronaturafruits@gmail.com

### FRUTAS ÁNGELA

46240 · CARLET  
Tlf. 669.19.39.07  
**e-mail:** salvador@frutasangela.es

### ARANTRADE, S.L.

21650 · CIEZA  
Tlf. 96.876.51.25  
**e-mail:** arantrade@hotmail.com

### BLASCO FRUIT, S.L.

12400 · SEGORBE  
Móvil. 609.05.43.12  
**e-mail:** joseluis@blasco-fruit.com

### BOSKAKI, S.L.

46840 · LA POBLA DEL DUC  
Tlf. 96.225.00.88  
**e-mail:** info@boskakisl.com

### CITRICS CARLET, S.L.

46240 · CARLET  
Tlf. 96.253.20.33  
**email:** comercial@citricscarlet.com

### DISPLAFRUIT, S.A.

46230 · ALGINET  
Tlf. 96.367.36.02  
**e-mail:** info@displafruit.com

### E. PONS GASCON, S.L.

46760 · TAVERNES DE LA VALLDIGNA  
Tlf. 648.63.44.53  
**e-mail:** e.pons\_gascon@yahoo.es

### FERMONDUC, S.A.

46840 · LA POBLA DEL DUC  
Tlf. 96.225.00.45  
**e-mail:** info@fermonduduc.com

### FRANCISCO MAGRANER AÑO, S.L.

46440 · ALMUSSAFES  
Tlf. 96.122.61.70  
**e-mail:** javiermagraner@iberdur.com

### FRUITES TOT L'ANY, S.L.

46600 · ALZIRA  
Tlf. 96.241.76.63  
**e-mail:** bernardo@fruitestotlany.es

### FRUTA DE AUTOR, S.L.

46800 · XÀTIVA  
Tlf. 615.10.43.44  
**e-mail:** comercial@frutadeautor.com

### FRUTAS ALEJANDRO, S.L.

46800 · XÀTIVA  
Tlf. 607.31.33.27  
**e-mail:** frutaspabel@frutaspabel.com

### FRUTAS CHESCO MARTÍNEZ, S.L.U.

12489 · SOT DE FERRER  
Tlf. 646.43.05.75  
**e-mail:** chescomartinez@hotmail.com

### FRUTAS DALMAU SAT 474 CV

46388 · GODELLETA  
Tlf. 96.180.04.83  
**e-mail:** info@frutasdalmau.com

### FRUTAS ESTHER, S.A.

30550 · ABARAN  
Tlf. 96.877.00.00  
**e-mail:** com@frutasesther.es

### FRUTAS HERNARA, S.L.

46293 · BENEIXIDA  
Tlf. 96.258.00.57  
**e-mail:** comercial@frutashernara.es

### FRUTAS INMA, S.L.

46291 · BENIMODO  
Tlf. 96.253.14.71  
**e-mail:** pedidos@frutasinma.com

### FRUTAS MONTIFRUT, S.L.

46842 · MONTICHELVO  
Tlf. 616.96.43.12  
**e-mail:** frutasmontifrut@hotmail.com

### FRUTAS PASCUAL, S.L.

46841 · CASTELLÓ DE RUGAT  
Tlf. 96.281.36.22  
**e-mail:** frutaspascual@frutaspascual.com

### FRUTAS RANA, S.L.

46841 · RUGAT  
Tlf. 96.281.34.51  
**e-mail:** rana@gruporana.es

### FRUTAS ROSMI, S.L.

46667 · BARXETA  
Tlf. 96.222.82.17  
**e-mail:** frutasrosmi@telefonica.net

### FRUTAS SAMBA, S.L.

46812 · AIELO DE MALFERIT  
Tlf. 96.236.01.34  
**e-mail:** frutasamba@gmail.com

### FRUTAS VITORE, S.L.

46136 · MUSEROS  
Tlf. 96.142.10.09  
**e-mail:** frutasvitore@gmail.com

### FRUXERESA, S.L.

46612 · CORBERA  
Tlf. 96.004.66.45  
**e-mail:** jmico@fruxeresa.com

### GREEN FRUIT, S.L.

46013 · VALENCIA  
Tlf. 96.124.10.42  
**e-mail:** greenfruit@greenfruit.es

### HATO VERDE SAT 9972

46230 · ALGINET  
Tlf. 96.175.42.72  
**e-mail:** vicent@sathatoverde.com

### HNOS. LLOPIS SAT 15 CV

12591 · LA LLOSA  
Tlf. 96.262.31.87  
**e-mail:** info@hermanosllopis.es

### HNOS. TORMO E HIJOS, S.L.

46800 · XÀTIVA  
Tlf. 96.227.59.52  
**e-mail:** javi@ceramicamolla.com

### HUERTO LAS PARRAS SAT 47 CV

46100 · ENOVA  
Tlf. 96.297.92.57  
**e-mail:** pascual.prats@huertolasparras.com

### LA ESPESA SAT 189 ARA

22530 · Z Aidin  
Tlf. 97.447.84.38  
**e-mail:** laespesa@frutaslaespesa.com

### LUSIA FRUIT, S.L.

46200 · PAIPORTA  
Tlf. 96.224.62.50  
**e-mail:** lusiafruit@lusiafruit.com

### MADREMIA, S.L.

46650 · CANALS  
Tlf. 96.224.11.76  
**e-mail:** e.madremia@gmail.com

### MARCOS MARCO SILVESTRE

46130 · MASSAMAGRELL  
Tlf. 607.11.67.19  
**e-mail:** gestion@melaniafruits.com

### MARTÍ FRUIT, S.L.

46837 · QUATRETONDA  
Tlf. 96.226.47.91  
**e-mail:** martifruit@martifruit.es

### MICOFRUIT IS LIFE, S.L.

46891 · EL PALOMAR  
Tlf. 650.84.77.45  
**e-mail:** ernesto.micofruit@gmail.com

### MONTESA INTEGRAL AGRÍCOLA SAT 1001

46814 · LA GRANJA DE LA COSTERA  
Tlf. 96.225.44.11  
**e-mail:** jamarti@morondo.com

### ONUBAFRUIT S. COOP. AND

21001 · HUELVA  
Tlf. 95.954.08.44  
**e-mail:** onubafruit@onubafruit.com

### PIPA'S FRUIT ALGINET, S.L.

46230 · ALGINET  
Tlf. 635.50.62.54  
**e-mail:** pipasfruitalginet@outlook.es

### RIBER MAGFRUITS, S.L.

46250 · L'ALCUDIA  
Tlf. 667.33.90.66  
**e-mail:** ribermagfruits@ribermagfruits.com

### RICAFRUT LLUTXENT, S.L.

46838 · LLUTXENT  
Tlf. 96.292.30.11  
**e-mail:** ricafrut@hotmail.com

### SANLLO EXPORT, S.L.

46816 · ROTGLÀ i CORBERÀ  
Tlf. 96.131.72.06  
**e-mail:** info@sanlloexport.com

### THE NATURAL HAND, S.L.

46470 · ALBAL  
Tlf. 96.004.63.20  
**e-mail:** info@thenaturalhand.com

### VERCOM SAT 7075

46791 · BENIFAIRO DE LA VALLDIGNA  
Tlf. 96.281.04.76  
**e-mail:** oscarvercher@bollo.es

### YACUFRUT, S.L.

46830 · BENIGANIM  
Tlf. 96.292.01.07  
**e-mail:** yacufrut@hotmail.com







Algunos de los expositores y visitantes de la zona del stand institucional en la última edición de la feria celebrada en Berlín. / RAQUEL FUERTES

# La Comunitat llega a Fruit Logística con 'Molt de Gust'

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

El stand de la Comunitat Valenciana en Fruit Logística volverá a contar con 405 metros cuadrados en esta edición. Esta superficie es la máxima de la que puede disponer en el hall 11.2 que ocupa habitualmente la Comunitat en Messe Berlin. Este año serán alrededor de 24 las empresas valencianas con espacio propio dentro del stand que tendrá el sello 'Molt de Gust' como paraguas de marca.

Cabe señalar que el espacio de la conselleria de Agricultura también está abierto para su uso para otras empresas valencianas que no disponen de stand, pero que pueden utilizar las salas de reuniones y los servicios de traducción. En total, de entre las 250 firmas españolas que exponen en Berlín, serán más de 50 las empresas valencianas que acudan este año con stand. Hay que destacar que el cambio de fechas ha propiciado que muchos de los participantes, sobre todo del sector cítrico castellanense, hayan optado por no asistir, al menos como expositores, dado que no es un momento apropiado para promocionar sus campañas. Sin embargo, también serán muchos los empresarios de las tres provincias que se acercarán a Berlín como visitantes y aprovecharán para concertar citas con clientes y proveedores y establecer nuevos contactos.

## ■ APOYO INSTITUCIONAL

Un año más se espera que la Generalitat Valenciana proporcione un importante apoyo institucional y que acompañando al sector hortofrutícola valenciano esté presente el Consell representado al máximo nivel. El presidente Ximo Puig, fiel a su cita con el sector en Berlín, visitará la feria este año el día 5 de abril, fecha de la inauguración. La Conselleria de Agricultura, por su parte, contará con la presencia de la consellera, Mireia Mollà, del secretario autonómico de Agricultura, Roger Llanes,



Los actuales secretario autonómico de Agricultura, presidente de la Generalitat, consellera de Agricultura y director General de Desarrollo Rural en su visita a Fruit Logística 2020, se espera la presencia de todos ellos este año. /Ó. ORZANCO

## El sello 'Molt de Gust'

La conselleria de Agricultura y Desarrollo Rural impulsa la promoción, el posicionamiento comercial y el consumo de los productos de calidad diferenciada y ecológicos de la Comunitat Valenciana a través de la marca 'Molt de Gust'. La Conselleria recuperó en septiembre de 2021 el proyecto presentado en marzo de 2019 con el fin de visibilizar un sello propio que agrupe los "referentes de proximidad y saber hacer" de la Comunitat Valenciana.

'Molt de Gust' es un sello que agrupa a las 18 figuras de calidad —entre Denominaciones de Origen (DO), Denominaciones de Origen Protegida (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP)— y a los productos ecológicos.

Mireia Mollà, destacó el reconocimiento merecido y necesario al origen, la producción sostenible y la dedicación hacia el mejor producto posible. "Molt de Gust' es un distintivo de calidad conseguido a base del poco a poco y del dar pasos adelante. Todas las personas que formáis parte de las diferentes figuras de calidad lucháis por la calidad, la proximidad y el saber hacer. Sois elemento clave del sector agroalimentario valenciano", afirmó la consellera.

La consellera destacó el valor añadido de los productos de calidad reconocidos en el conjunto del territorio de la Comunitat, destacando, además, los productos ecológicos, que han experimentado un crecimiento exponencial favorecido por el I Plan Valenciano de Producción Ecológica.

La consellera resaltó que la promoción comercial es solo una de las medidas de una campaña



La marca 'Molt de Gust' ya presidió la imagen del stand de la Comunitat en Fruit Attraction 2021. / RF

que va más allá. La presencia de la marca en todas las ferias, tanto estatales como internacionales, se une a otras iniciativas para que los consumidores conozcan, reconozcan y conviertan 'Molt de Gust' en "una marca tractora de la Comunitat Valenciana que nos prestigie, amplifique nuestros aciertos y difunda la calidad de los productos que se producen en el territorio valenciano". La marca presidió el stand de la Comunitat en la edición, de nuevo presencial, de Fruit Attraction 2021.

En esta línea, el secretario autonómico de Agricultura, Roger Llanes, explicó que el distintivo persigue extender la difusión, visibilidad e identificación de los productos, además de hacer partícipes activos al sector hostelero y de la distribución, "aliados" imprescindibles de la marca.

Por su parte, el director general de Desarrollo Rural, David Torres, animó al conjunto de la población a apostar por la calidad, la proximidad y la producción sostenible que representa 'Molt de Gust'. ■

De entre las 250 empresas españolas que expondrán en Berlín, más de 50 son firmas valencianas

Acompañando al sector hortofrutícola habrá representantes del Consell al máximo nivel

y de los directores generales de Desarrollo Rural y Agricultura, David Torres y Toni Quintana, respectivamente.

La consellera de Agricultura, Mireia Mollà, ha destacado el importante esfuerzo realizado por la Conselleria para proyectar la imagen de los productos frescos valencianos a nivel internacional, especialmente tras el parón provocado por la pandemia del covid y para contrarrestar las incertidumbres provocadas por la invasión rusa de Ucrania.

"Nuestro objetivo es apoyar al sector agroalimentario valenciano en una feria tan importante como Fruit Logística", ha indicado la consellera. "Se trata de un certamen al que acuden decenas de firmas que disponen de productos de excelente calidad para consolidar y ampliar mercados dentro y fuera de Europa" quien añade que, "ante la coyuntura actual, llena de retos y desafíos, la Conselleria de Agricultura demuestra que está al lado del sector agroalimentario, uno de los más señeros de la Comunitat Valenciana".

Por su parte, el secretario de Agricultura, Roger Llanes, ha asegurado que "volver a celebrar presencialmente una feria tan relevante como Fruit Logística supone una recuperación de la normalidad después de todas las dificultades causadas por la pandemia y esa apuesta por reconquistar la normalidad cobra doble valor en un contexto tan complicado como el actual, marcado por los desastrosos efectos de la guerra de Ucrania. Fruit Logística es un punto de encuentro muy relevante para el sector y en momentos de incertidumbre es más importante que nunca que las empresas sigan acreditando su vitalidad y empuje".



#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)



► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

El stand de la Región de Murcia volverá a ocupar 585 m<sup>2</sup> en el Hall 18. Es la misma extensión que en la edición de 2020, cuando ya creció un 20% con respecto a 2019, batiendo su récord de espacio ocupado en Fruit Logística.

En esta zona se ubicarán 41 empresas de la Región; el Consejo de Agricultura Ecológica y el Consejo Regulador Pera de Jumilla; la Fundación Ingenio, las asociaciones Proexport, Apoexpa y Fecoam, además de Puerto de Cartagena e industrias tecnológicas como Agritech e Itum-Imida que hacen un total de 50 empresas y organismos regionales que representarán a la Región de Murcia en Berlín.

Según señalan desde la organización, como es habitual se realizarán actividades promocionales y se contará con zona de degustación, área de reuniones para compradores y productores, entre otros espacios.

Según destaca en consejero de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente, Antonio Luengo, “este año regresamos a Berlín con la ilusión de poder volver a mostrar todo el potencial de la Región de Murcia a los mercados más importantes de Europa. Para el sector agroalimentario es fundamental recuperar la asistencia a esta cita porque es donde mejor podemos enseñarle al mundo la riqueza de nuestras frutas y hortalizas, la calidad de los productos, la sostenibilidad que empleamos en su desarrollo o los proyectos de innovación tecnológicos más punteros que ya se están llevando a cabo”.



El stand de la Región de Murcia, al igual que en la edición de 2020, volverá a ocupar 585 metros cuadrados. / R. FUERTES

## La Región de Murcia repite cifras de récord

Recalcando la importancia que el sector tiene para la comunidad autónoma, el consejero confirma su intención de acompañar a los expositores y visitantes murcianos en Fruit Logística: “Estaremos presentes acompañando a las empresas del sector agroalimentario, contribuyendo a su expansión y el aumento de exportaciones, estrechando lazos con las cadenas de supermercados y ofreciendo la absoluta garantía de que los productos de la Región de Murcia son compatibles con el cuidado del medioambiente”.

### ■ PROEXPORT

La mayoría de expositores de la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas

de la Región de Murcia (Proexport) se encuentran ubicados en el espacio que tiene la Región de Murcia en el Hall 18, en el stand C17. Pero también hay empresas presentes en otros pabellones del recinto de Fruit Logística. Entre las empresas de Proexport presentes en esta edición podemos citar: Agrícola Santa Eulalia SL; Agridemur Marketing SL; Agromediterranea Hortofrutícola SL; Agromontes Fresh Group SL; Campo de Lorca SCL; Difrusa Export SA; Fruca Marketing SL; Fruveg Sdad Coop; Grupo Hortofrutícola Paloma SA; G'S España Holdings SL; Hortofortini España SLU; Kettle Produce España SL; Looije Águilas SL; Mecagrissa SA; SAT 9359 Bonnysa; SAT 9855 Primaflor; Sol y Tierra Campo

de Cartagena SL; y Surinver El Grupo Sdad Coop.

En esta edición **Valencia Fruits** repetirá como partner de Proexport y este número de nuestro periódico estará disponible en el stand C17 del Hall 18.

### ■ TIEMPO DE REIVINDICACIONES

En estos días la Consejería también ha tenido oportunidad de tratar los problemas que acucian al sector en este tiempo incierto dada la coyuntura internacional y el incremento de costes. Tras su intervención en el Consejo Consultivo de Política Agrícola para Asuntos Comunitarios y la Conferencia Sectorial de Agricultura y Desarrollo Rural, celebradas en Madrid, el conse-

jero afirmó que “hemos pedido, tal y como demanda el sector, la reducción del máximo posible de cualquier impuesto o gravamen sobre materias tan básicas como la electricidad, gas, fertilizantes o los carburantes”, destacó, “a la vez que le requerimos al Ministro que impulse las medidas fiscales necesarias para ayudar a los pequeños agricultores y ganaderos, como la reducción de módulos al 50%”.

Por otro lado, y en el mismo marco, Luengo señaló que “hay que articular los mecanismos que permitan a los agricultores trabajar las zonas de barbecho, para producir el cereal que hemos dejado de recibir de Ucrania, y dotar de una mayor agilidad burocrática la entrada de productos de terceros países a través del Puerto de Cartagena”.

En el fin de semana de reivindicaciones en Madrid, el presidente de la Comunidad, Fernando López Miras, acompañó a los agricultores, ganaderos, pescadores y cazadores de la Región de Murcia en la manifestación nacional convocada por las organizaciones agrarias y asociaciones del sector primario, a las que respaldó y para las que pidió “un trato justo de un sector esencial, porque fueron considerados héroes durante la pandemia, mientras que tan solo unos meses después ha sido abandonado por el Gobierno de España”.

López Miras también aseguró que el trasvase Tajo-Segura es una “cuestión que se debe defender a nivel nacional” y pide al Gobierno central “garantizar su viabilidad para no depender de nadie y ser autosuficientes”.

# PASSION & EXPERIENCE

## More than you expect for citrus, fruit and vegetables in Poland

GROWING  
the finest  
fruit



C O N S O R F R U T  
P O L S K A

www.consorfrut.pl

Visit Us at  
Fruit Logistica 2022  
Hall 5.2.  
Stand A05



Sunflavour



Privilege



Towarzystwo

CONSORFRUT POLSKA  
ul. Christo Botewa 4  
30-798 Kraków, Polska  
tel. 00 48 12 342 01 00  
biuro@consorfrut.pl

ID 9105072803



# COMPROMISO. INNOVACION. SOSTENIBILIDAD.



No olvides visitarnos en Fruit Logística H18 C17



# Presencia testimonial de las empresas aragonesas al no contar con el apoyo institucional

El Gobierno de Aragón, a través de la Consejería de Agricultura y Ganadería, debido a la situación sanitaria, ha decidido no estar este año en Fruit Logistica

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Aragón es una de las primeras comunidades autónomas de España productora de fruta con un potencial de unas 650.000 toneladas como media al año.

Produce fruta, verduras y alimentos en general como para alimentar a 12 millones de personas mientras que su población apenas llega a 1,3 millones de habitantes. Por eso, además de incrementar la transformación, necesita exportar y buscar nuevos mercados en el exterior. Para ello, nada mejor que asistir a eventos, certámenes y ferias nacionales e internacionales, como, por ejemplo, Fruit Logistica en Berlín.

Sin embargo, el Gobierno de Aragón, a través de la Consejería de Agricultura y Ganadería, ha decidido no estar este año en la feria de Berlín. Esto supone que no ofrecerá cobertura logística ni apoyo financiero, mediante un stand conjunto, a las empresas, cooperativas, denominaciones de origen y organizaciones empresariales que quieran asistir al evento.

Según el Gobierno aragonés, la promoción ha tomado otros derroteros, a la espera de retomar la presencia en ferias en mejor ocasión. Y el presupuesto se destina, por ejemplo, en la nueva campaña, con una dotación de 1,3 millones de euros, a la promoción agroalimentaria aragonesa en el mercado nacional con presencia en 338 establecimientos bajo el lema "Aragón, alimentos nobles. Lo que ves, es".

La decisión ha generado cierto malestar en el sector y muchos de los que en anteriores ediciones participaban han preferido no acudir este año. Argumentan, entre otros motivos, el "escaso efecto" que, en su opinión, tendría su presencia al no ser de forma conjunta bajo la marca de Aragón. Y también por el coste que supondría tener un stand propio al acudir en solitario.

En esta ocasión, la presencia aragonesa en Berlín va a ser escasa y testimonial frente a la asistencia en anteriores ediciones.

En la última presencial de 2019 Aragón concurre con hasta 75 firmas entre empresas, cooperativas o denominaciones de origen, como el Melocotón de Calanda, que representa a 25 empresas/cooperativas, o la Asociación Profesional de Frutas y Hortalizas de Huesca (Excofrut), con sede en Fraga, que agrupa a 40 empresas, situadas en las comarcas del Bajo Cinca, Cinca Medio y La Litera.

## ■ EL 25% DEL TOTAL DE FRUTA

El sector de la fruta genera en Aragón 134,2 millones de euros al año, lo que representa el 7,6% de la producción final agraria y supone el 0,3 del PIB de la comunidad autónoma. Esta comunidad tiene el liderazgo en producción



Presentación de la campaña "Aragón alimentos nobles". / JAVIER ORTEGA

**Aragón exportó el año pasado 158.344 toneladas de productos hortofrutícolas, lo que supuso un descenso del 7% interanual**

de fruta dulce de hueso en España, el 25% del total. Es el caso de la cereza con el 41% de la producción del país (41.549 toneladas); y del melocotón y la nectarina, que, con 403.587 toneladas, representan el 34 por ciento de la producción total.

La Comunidad de Aragón destina más de 40.000 hectáreas a la producción de fruta dulce, manzana, pera, melocotón, albaricoque, nectarina, cereza y ciruelo, principalmente en las comarcas de Valdejalón, Bajo Cinca, Calatayud, el Aranda, Caspe-Bajo Aragón, Calanda, Matarranya y La Litera.

La distribución de dicha superficie, por variedades de cultivos, es la siguiente: albaricoquero 2.096 ha, melocotonero y nectarinas 20.625 ha, cerezo y guindo 7.570 ha, ciruelo 1.072 ha, manzano 3.368 ha y peral 3.386 hectáreas.

En una campaña normal la producción de frutas en Aragón suele rondar las 650.000 toneladas, con el siguiente reparto: melocotón, 189.000 toneladas; nectarina, 135.000; cereza, 25.300 toneladas; albaricoque, 12.800 toneladas; ciruela, 6.600; pera, 50.000, y manzana, 72.000 toneladas.

Aragón representa la quinta parte de la superficie total nacional española de fruta, es el principal productor nacional de cereza y el segundo de melocotón y manzana.

En Huesca, la producción más significativa es la de melocotón y nectarina. En Teruel, la de melo-

**Los trufficultores turolenses exportaron 13 millones de euros, lo que supone un aumento del 48% en el importe exportado**

cotón y en Zaragoza la manzana, el melocotón y la pera.

La producción hortícola de Aragón comprende unas 7.000 ha, regadas casi en su totalidad, que producen más de 225.000 toneladas al año. La mayoría de estas hectáreas están ocupadas por guisantes, tomate, patata, cebolla, pimiento, judía verde y otros como borraja, espárragos o coliflor.

El regadío aragonés permite iniciar la recolección de fruta de temporada en marzo-abril, con la cereza, albaricoque, melocotón y nectarina, y terminarla en octubre-noviembre con el melocotón embolsado de Calanda.

Destacan dos Denominaciones de Origen Protegidas y singulares por su reconocido prestigio y exclusividad: Melocotón de Calanda y Cebolla Fuentes de Ebro, el sello C de calidad para la borraja y la fruta producida bajo la red de vigilancia de tratamientos integrados más amplia del país.

El sector de la fruta junto al de las hortalizas, ocupan una posición importante en la producción final agraria aragonesa. Aunque suponen solamente el 3,2% de la superficie total de Aragón y el 10% de la del regadío, sin embargo, dichas superficies producen el 28% de la producción final agrícola aragonesa.

Los principales países de destino de la fruta aragonesa son Francia, Alemania, Italia y Bélgica, además de otros más exóticos, aunque con un carácter más residual, como pueden ser

**Aragón produce el 25% de toda la fruta de España y ostenta el liderazgo en producción de frutas dulces de hueso**

Costa Rica, los Emiratos Árabes y últimamente China y Singapur.

El sector agrícola y ganadero aragonés también se va a resentir por la pérdida de los mercados de los países en guerra, Rusia y Ucrania. En 2014, el sector ya sintió el impacto del veto ruso impuesto tras la invasión de Crimea en las ventas de frutas y hortalizas. Aragón pasó de exportar por valor de unos 10 millones de euros a solo uno y ahora prácticamente nada.

## ■ EXPORTACIONES

Aragón exportó el año pasado 158.344 toneladas de productos hortofrutícolas, lo que supuso un descenso del 7% interanual. No obstante, el valor de estas ventas en el exterior fue superior al del ejercicio anterior; con 225 millones de euros, que representa un incremento del 12% respecto a lo facturado por este concepto en 2020.

Del total exportado, la fruta supuso el 92% del volumen total exportado, con 146.482 toneladas, un 4% menos que en el mismo periodo del año pasado, aunque, sin embargo, su valor creció un 14% hasta alcanzar los 206,5 millones de euros.

La nectarina y el melocotón acapararon las mayores cifras: 50.778 toneladas en el primer caso y 45.491 toneladas en el segundo. Esto supone que ambas frutas de hueso representaron el 61% del total de la exportación hortofrutícola aragonesa.

También destacaron las 12.388 toneladas de cereza, las 10.590 to-

neladas de albaricoque y las 7.718 de manzana exportadas por los productores de Aragón.

Respecto a las hortalizas, entre enero y noviembre de 2021, las ventas al exterior de estas producciones cayeron un 32% interanual, hasta situarse en las 11.862 toneladas.

Su facturación en los mercados exteriores fue de 19,1 millones de euros, un 4% menos que el ejercicio anterior. La especie con mejores cifras de exportación fue la cebolla, cuyas ventas internacionales se situaron en las 6.044 toneladas por un valor de 7,4 millones de euros.

## ■ MELOCOTÓN DE CALANDA

Aragón es la comunidad autónoma con mayor superficie de producción de melocotón y nectarina a nivel nacional con más de 18.000 hectáreas y una producción cercana a las 200.000 toneladas.

Melocotón de Calanda es la única Denominación de Origen Protegida de melocotonero del mundo y su área de cultivo se encuentra comprendida a lo largo de 45 municipios en la comarca del Bajo Aragón.

En 2021 se alcanzaron los 4,5 millones de kilos de producto certificado, que se comercializó principalmente en España, además de Aragón, principalmente en Madrid, Cataluña, País Vasco, Cantabria y la Comunidad Valenciana.

No obstante, la DOP tiene vocación exportadora y mantiene su presencia internacional, pues un 20% se destinó a la exportación, principalmente a destinos europeos como Alemania, Suiza, Portugal, Reino Unido, Francia e Italia.

El Consejo Regulador considera que lo ideal sería elevar ese porcentaje hasta el 40%, algo que no resulta fácil.

Para ello, trabaja con dos marcas, Melocotón DOP Export y Autum Peach, que permiten a los productores salir del país con unos mismos precios y condiciones. La primera empresa exporta fruta certificada y la segunda, se impulsó hace un par de campañas para sacar melocotón de variedades tempranas sin certificar a Europa.

## ■ LA TRUFA DE TERUEL

La provincia de Teruel incrementó el valor de sus exportaciones en un 21,4% en 2021 respecto a 2020, hasta alcanzar los 419 millones de euros.

Entre los productos que experimentaron un mayor crecimiento destaca la trufa negra, incluida en el epígrafe de "hortalizas y raíces alimenticias". Los trufficultores turolenses exportaron 13 millones de euros, lo que supone un aumento del 48% en el importe exportado, pero con casi el doble de operaciones, 395 en total.

Los principales destinos de la trufa turolense, principalmente producida en la comarca de Gúdar-Javalambre, con Sarrión a la cabeza, fueron los países habituales, como Alemania, Italia, Reino Unido, Francia y Dinamarca, pero también hubo destinos más exóticos como Australia.

Los datos fueron presentados por el presidente de la Cámara de Comercio, Antonio Santa Isabel, y por la directora general de Comercio, Eva Fortea. Santa Isabel indicó que "cada vez hay más pequeños productores que se deciden a exportar" el preciado hongo.



# Grandiosa novedad.

BY *Marlene*<sup>®</sup>



Visítanos en  
**FRUIT LOGISTICA**  
05. - 07.04.2022  
Pabellón 2.2 / C-14

## Descubre Giga<sup>®</sup>.

Grande, intensa, con carácter.  
Y también sorprendentemente buena.  
**SIMPLEMENTE GIGA<sup>®</sup>.**

[GIGA-APPLE.COM](http://GIGA-APPLE.COM)

# Giga<sup>®</sup>

GRANDIOSO SABOR





Cataluña es una de las zonas productoras con mayor presencia en la feria. / RF

# La fruta de Cataluña demuestra una gran fortaleza exportadora

Las empresas productoras y comercializadores que exponen en Fruit Logística tienen en común su orientación exportadora, convirtiendo el perfil internacional de esta feria en una herramienta de su internacionalización

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

El pasado ejercicio 2021 Cataluña superó los 12.000 millones de euros en exportaciones agroalimentarias; en concreto 12.878,07 millones de euros, aumentando un 12,34% en valor y un 10,12% en volumen en comparación con los datos de 2020. Son datos del Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya a partir de la información de la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT). Con estos datos y por segundo año consecutivo, Cataluña lidera las exportacio-

nes agroalimentarias del Estado español.

En concreto, la capacidad exportadora del sector fruta y hortaliza se sitúa en un 11,12% con 1.089,22 millones de euros. Este registro equivale a un incremento en valor del 11,12% y en volumen un 3,24%, respecto al 2020.

Cítricos, melocotones, nectarinas, manzanas y peras son las frutas más vendidas al extranjero, principalmente a países europeos, sobresaliendo los países que pertenecen a la Unión Europea como, por ejemplo, Alemania, Francia, Italia... donde se encuentran las cadenas europeas más exigentes en cuanto a calidad, trazabilidad y seguridad alimentaria. A continuación, otros países de centro y este de Europa que van ganando cuota de mercado. En menor medida, países del norte de África de la corona mediterránea y países de ultramar.

En otras palabras, la fruta fresca constituye una de las principales producciones agrarias de Cataluña por su peso económico, por la superficie de cultivo, por su importancia relativa en la producción tanto de Europa como de España y por su orientación exportadora.

En clave producción, Cataluña es el área más importante de producción de fruta dulce de España y una de las principales de Europa.

## ■ PRESENCIA CATALANA

Con este contexto es fácil suponer que la presencia de empresas catalanas en Fruit Logística continúa siendo notable, en la línea de las últimas ediciones. Presencia repartida entre aquellas firmas que acuden con stand propio y aquellas que acuden bajo el paraguas del stand de Cataluña organizado por Promotora dels aliments catalans (Prodeca), empresa pública adscrita al mencionado Departamento, donde, entre otros mensajes, resalta esa capacidad exportadora de fruta de Cataluña: primera zona productora de melocotón y nectarina de Europa y primera zona exportadora de manzana de España.

## ■ ORIENTACIÓN EXPORTADORA

Las firmas catalanas, productoras y comercializadoras, que acuden a Fruit Logística cubren todas las familias de productos frutícolas cultivados en Cataluña y tienen en común esa orientación exportadora como una línea de negocio o posible línea de negocio y ahí el perfil internacional de Fruit Logística juega un papel atractivo para estas empresas que valoran esta feria como un herramienta de su internacionalización.

No solo está representado el tejido empresarial frutícola de Cataluña sino también diferentes entidades como el Consell Català de la Producció Integrada, Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA, en sus siglas en catalán), la unidad alimentaria de Mercabarna —hub alimentario del sur de Europa con un elevado porcentaje de fruta y hortaliza destinada a mercados de exportación—, el Gremio de Mayoristas de ese mercado, y la Indicación Geográfica Protegida Poma de Girona.

## ■ OBJETIVOS

El principal objetivo de Prodeca es proporcionar servicios de apoyo en internacionalización y comercio exterior a las empresas catalanas. Desgranando, dar apoyo a las empresas en la mejora de su posicionamiento en los mercados exteriores, ayudar en el establecimiento de nuevos contactos comerciales, y facilitar la difusión sobre el sector de la fruta de catalana a los operadores visitantes.

Luego, en clave particular de cada una de las empresas, uno de los principales objetivos gira en torno a su internacionalización y, en consecuencia, conseguir aumentar el número de contactos de operadores internacionales.

## ■ BUEN POSICIONAMIENTO

En este sentido y volviendo a los datos proporcionados por el Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural, se extrae que en los dos últimos años el sector agroalimentario catalán, y en él, el de la fruta y hortaliza, ha demostrado una gran fortaleza exportadora.

Así, los datos reflejan una situación donde se continúa consolidando el buen posicionamiento de los productos y empresas agroalimentarias catalanas en los mercados internacionales, resultado del impulso de la internacionalización de los últimos años y ejemplo del alto nivel de competitividad del sector en relación a otros países productores.

## ■ REFERENTE

En general, Cataluña cuenta con un gran potencial de futuro a causa de una demanda global creciente de productos con valor añadido. Alineada con los mercados más exigentes, como se ha mencionado anteriormente, Cataluña es uno de los clusters agroalimentarios líderes y referentes en Europa, altos niveles de seguridad alimentaria y capacidad de innovación y de adaptación a las principales tendencias de crecimiento.

**FEDEMCO®**  
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL ENVASE DE MADERA Y SUS COMPONENTES

*Lo Natural es envasar en Madera*

*Envases 100% naturales  
la solución para el envasado estandar y a medida*

*Plantaciones sostenibles  
materia prima natural que descarboniza el planeta*



Fresco



Carnoso



Jugoso



Sabroso



SCAN ME!



Coloreado



Refrescante



Suave



Crujiente



**Saint-Charles**  
**INTERNATIONAL**  
FRUITS & LEGUMES - PERPIGNAN - FRANCE



**¡100% COMPROMETIDO CON LA CALIDAD!**

**FRUIT**  
**LOGIS**  
**TICA** 2022  
5|6|7 APRIL BERLIN

**ÚNETE A NOSOTROS**  
**HALL 22 STAND E04**



**ÚNETE A NOSOTROS**  
**27-28 DE APRIL 2022**  
PARC DES EXPOSITIONS  
PERPIGNAN - FRANCIA

**LÍDER EUROPEO**  
**EN COMERCIALIZACIÓN, TRANSPORTE & LOGÍSTICA DE FRUTAS & HORTALIZAS**  
[HTTPS://PUBLIC.SAINTCHARLESINTERNATIONAL.COM](https://public.saintcharlesinternational.com) - [COMMUNICATION@SAINTCHARLESINTERNATIONAL.FR](mailto:COMMUNICATION@SAINTCHARLESINTERNATIONAL.FR)



# Anecoop celebra los 30 años de sus sandías “sin pepitas” Bouquet en Berlín

La capital alemana será el escenario de la presentación de la campaña comercial y el conjunto de acciones que configuran el calendario promocional de la primera sandía sin pepitas del mercado europeo

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Grupo Anecoop vuelve a Fruit Logística con ganas y novedades. Tras retomar en Fruit Attraction la actividad presencial en las ferias sectoriales, la cita alemana ha sido el escenario elegido por la cooperativa para presentar a los medios de comunicación su campaña comercial y el conjunto de acciones que configuran el calendario promocional de las sandías sin pepitas Bouquet, un producto que sitúa a Anecoop como líder de la categoría en el mercado europeo, y que este año celebra el 30 aniversario de su lanzamiento.

Su espacio expositor acogerá una amplia oferta de cítricos, frutas y hortalizas en fresco, toda de temporada y de producción 100% nacional, tal como defiende la cooperativa de segundo grado en su campaña de concienciación y comunicación “Raciones de Vida para el Campo”, que visibiliza el valor estratégico de una agricultura fuerte e independiente. Dispondrá además de un punto dedicado a la V gama, don-



La gama sandía Bouquet incluye la roja rayada, la de carne amarilla, la de corteza negra y carne roja y la mini. / ANECOOP

de mostrará la línea de untables que comercializa bajo la marca “Easy by Bouquet”, que incluye guacamole clásico y picante, gua-

camole bio, hummus de aguacate, hummus de garbanzos, salsa mexicana y nuevas combinaciones que lanzará durante 2022.

La gama “ready to cook” Bouquet para Preparar, presentará seis nuevas referencias que aunarán diferentes ‘sabores del mun-



El stand de Anecoop se podrá visitar en el pabellón 18, stand B-01, en la entrada norte. / ARCHIVO

En el año 1992 aterrizó en el mercado europeo la primera sandía sin pepitas, desconocida hasta entonces

do’ para prepararlos con productos de aquí, de proximidad.

La línea de producto Bio Bouquet, cuya nueva imagen se presentó en Fruit Attraction y las de su empresa filial Solagora, ubicada en Perpignan y especializada en la comercialización de frutas y hortalizas de cultivo ecológico. El consumo de estos productos sigue su tendencia al alza en toda Europa y Anecoop y sus entidades socias de distintas zonas de producción han apostado en firme por seguir creciendo en este segmento.

Los exóticos también ganan protagonismo. A la papaya clásica y verde, el aguacate, el níspero, la chirimoya, el kumquat o el mango se suma la pitahaya, uno de los proyectos que ha despertado mayor interés en los últimos años. En este sentido, Anecoop cuenta con un programa integrado por un grupo de variedades seleccionadas junto a sus clientes con buenas perspectivas. No en vano, es una fruta con una buena proyección de consumo por su aspecto exótico y atractivo y sus cualidades nutricionales, algo que los consumidores, ávidos de novedades, saben apreciar.

## LA SANDÍA QUE REVOLUCIONÓ EL CONSUMO

En el año 1992, aterrizó en el mercado europeo la primera sandía sin pepitas, desconocida hasta entonces para el consumidor, que fue conquistado por su sabor y por la comodidad de comer esta fruta sabrosa y dulce sin las molestas pepitas negras.

Desde entonces, la sandía Bouquet ha revolucionado el panorama nacional de producción de esta fruta y se ha constituido como un referente en la categoría.

La gama ha ido evolucionando, al introducir progresivamente nuevas variedades para adaptar la oferta al gusto de los consumidores. En la actualidad, está integrada por cuatro tipos de sandía: la roja rayada, la de carne amarilla, la de corteza negra y carne roja y la mini.

**VISION AGRO**

**GREGAL**

## Tenemos las cartas que necesitas para ganar la partida

Más de 20 años ayudando a las empresas agro en sus proyectos de transformación digital.

Disponemos de las soluciones que necesita tu empresa para la digitalización, aportando la última tecnología agroalimentaria al sector.

- ERP
- Movilidad y APPs
- IoT
- Business Analytics
- Gestión documental
- RRHH
- Marketing Digital
- Y mucho más....

## ¿Hablamos?

[www.visionagro.info](http://www.visionagro.info) - [marketing@gregal.info](mailto:marketing@gregal.info)

963 052 308



# Valencia Fruits donde y como quieras



Recibe **Valencia Fruits** cada semana.

Además, llévalo siempre en tus dispositivos digitales y disfruta de dossiers especiales, nuestra hemeroteca, directorio profesional y toda la actualidad del sector.



**El servicio de información hortofruta más completo y riguroso**

## BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia  
**fruits**

Valencia Fruits y Anuario\*

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

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

EMPRESA:

DE ACTIVIDAD:  DNI/NIF:

CON DOMICILIO EN:  CP:

CALLE:  NÚMERO:  TEL.:

E-MAIL:

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

BANCO/CAJA:  IBAN Nº

Firma





Equipo de Decco en Fruit Logística. / ARCHIVO

## “Nos vemos en Fruit Logística”

► MIGUEL SANCHIS. (\*)

La última edición de Fruit Logística en el año 2020 fue todo un éxito, aun cuando se respiraba un ambiente enrarecido debido a los primeros ecos sobre el covid que iba a ser tristemente famoso en breve.

Esta edición está empañada todavía por la pandemia y adicionalmente por la crisis de Ucrania, cuyo impacto a nivel humano está siendo enorme y a nivel de la industria hortofrutícola está todavía por comprobar cuál es el alcance definitivo.

Después de este paréntesis sin Fruit Logística en Decco afrontamos esta cita con mucha ilusión pues hemos sido parte de la feria desde el inicio. Con todas las precauciones preceptivas, pues todavía estamos en pandemia, pero con todas las ganas de volver a reencontrarnos con los líderes de opinión, almacenes, exportadores... del sector de la fruta y la verdura a nivel mundial.

Decco está evolucionando con la industria para así poder mejorar el servicio que ofrecemos a nuestros clientes, es por ello por lo que somos muy conscientes al decir que para nuestros clientes no somos proveedores sino partners.

Para poder llegar a afirmar esto, se necesita un equipo de

profesionales que resuelvan los desafíos del día a día, codo con codo contigo.

En esta edición de Fruit Logística 2022 presentaremos una manera diferente de trabajar, haciendo hincapié en la cooperación y la interrelación con todos los actores de la industria. El objetivo de Decco es proporcionar a las centrales hortofrutícolas soluciones que garanticen el suministro de fruta fresca, sana y atractiva a los consumidores más exigentes. Nuestras claves son ofrecer productos de calidad, un esmerado servicio, estar alineados con las necesidades que demanda el mercado, una fluida comunicación con el cliente y una dedicación constante.

Podéis encontraros en el Hall 8,2 stand A-13, os invitamos a visitarnos para compartir con vosotros una manera de trabajar diferente, un enfoque que afronta los desafíos de manera conjunta para demostraros con hechos que para Decco ser la empresa postcosecha de servicio va mucho más allá de la mera expresión.

Nos vemos del 5 al 7 de abril en Berlín Fruit Logística edición 2022.

(\*) General Manager de Decco Ibérica.

## ANTONIO FRANCISCO ZAMORA / Presidente de Centro Sur-Cesurca “Este año en Berlín presentaremos nuestra gama de envases y embalajes más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente”

Desde Cesurca, su presidente, Antonio Francisco Zamora confirma que la cooperativa volverá a la feria de Berlín como expositor, a pesar del cambio de fechas, con el propósito de seguir estrechando lazos con clientes y proveedores así como intentar nuevos contactos en mercados como el asiático u Oriente Medio. Como novedad, Cesurca mostrará en Fruit Logística su amplio catálogo de envases y embalajes sostenibles.

► CERES COMUNICACIÓN. SEVILLA.

Valencia Fruits. ¿Cómo valora Fruit Logística, una de las ferias más importantes del sector de frutas y hortalizas de Europa?

Antonio Francisco Zamora. Para nosotros Fruit Logística siempre ha sido un escenario perfecto porque se celebraba justo al inicio de campaña de espárrago verde español, en esta ocasión ya tendremos la campaña iniciada, pero seguimos apostando por su asistencia y por estrechar lazos con los clientes y proveedores, es el mejor punto de encuentro de nuestro sector junto a la feria Fruit Attraction de Madrid.

“Fruit Logística siempre ha sido un escenario perfecto porque se celebraba justo al inicio de campaña de espárrago verde español”

VF. ¿Qué objetivos trae Cesurca a la feria?

AFZ. Nos proponemos volver a encontrarnos con todos los clientes y proveedores que normalmente trabajamos, así como



El objetivo de Cesurca es estrechar lazos con clientes y proveedores. / ARCHIVO

poder conseguir y abrir algunos clientes de mercados como Asia y Oriente Medio en los que estamos menos afianzados.

VF. ¿Presentarán novedades en el certamen?

AFZ. Sí, por supuesto llevamos una gama amplia de envases y embalajes más sostenibles

y respetuosos con el medio ambiente y por tanto para el consumidor que confiamos en que tengan una buena aceptación, así como la puesta en marcha de nuestra nueva línea de espárrago congelado español.

VF. ¿Cómo se posiciona Cesurca a nivel mundial?

“Trabajamos para conseguir innovación y dar un mejor servicio a nuestros clientes y consumidores”

“Queremos conseguir y abrir algunos clientes en mercados como Asia y Oriente Medio, donde estamos menos enfatizados”

AFZ. El Centro Sur-Cesurca es una empresa que sigue trabajando día a día para conseguir innovación y dar un mejor servicio a sus clientes y consumidores, esto hace que la posición de la empresa a nivel europeo, así como en otros países en los que tenemos alianzas para tener producto los doce meses del año, se confiera como uno de los pilares del sector del espárrago verde. Y así estamos trabajando para generar un liderazgo en el sector del espárrago verde con alianzas como las que hemos cerrado en el año 2021 con Espárrago de Granada.

VIVEROS SEVILLA

Cítricos  
Frutales  
Olivos  
Ornamentales

SEVILLA-Brenes 955 655 920 - HUELVA-Lepe 959 393 820 - VALENCIA-Alzira 962 455 785

viverossevilla.com



# Fedemco: un stand como punto de encuentro entre asociados, fruteros, productores y medios

## ► FEDEMCO.

En Fedemco estamos descontando los días para poder regresar a Berlín, algo que ya hemos hecho en diez ocasiones más, y retomar el contacto cara a cara con el sector. Tenemos las mismas ganas y nuestro stand está en la misma ubicación que las últimas ferias Hall 11.2 stand B24. Es un sitio estratégico de paso y que en 2020 supuso tener el stand lleno todas las jornadas, aun estando a las puertas de la pandemia.

En la feria de Madrid del pasado mes de octubre tuvimos un aumento considerable en visitas con respecto a la anterior feria de Fruit Attraction y además detectamos una mayor profesionalidad en los visitantes, que venían "con los deberes hechos", sabían dónde estábamos, sabían de nuestros productos y venían con preguntas claras, la intención para Berlín es mantener la misma línea de profesionalismo.

Sabemos que estamos en un momento muy aleatorio dividido entre la alegría de dejar atrás una pandemia y volver a estrechar lazos comerciales y el miedo ante el nuevo escenario bélico que se asoma a nuestro continente.

**"Ponemos el foco en la bioeconomía circular como la única dirección para llegar al 'green deal' y a los objetivos de 2030 marcados por Europa"**

**"Tenemos los mismos objetivos y retos con los que nacimos hace 30 años: ser el envase preferido del consumidor por sus cualidades"**

Pero también sabemos la necesidad de hacer llegar frutas y hortalizas a todos los hogares. Para eso se necesitan nuestros envases de madera sostenible, nuestros embalajes de madera reciclable y nuestros palets de madera reutilizable. Ya lo hicimos en pandemia y lo seguiremos haciendo. Los asociados de Fedemco están preparados como ya lo demostraron en 2020.

Ahora mismo Rusia tiene vetos importantes, pero para el sector hortofrutícola, Rusia ya estaba cerrado desde 2014, con lo que afectará, pero será en menor medida que en otros mercados. Es verdad que, al aumentar estos vetos en otros países, se está creando una sobreoferta de determinados frutos. Tendremos que ver cómo evoluciona.

En cualquier caso, nuestro foco se sigue centrando en la bioeconomía circular como la única dirección para llegar al "green deal" y a los objetivos de 2030 marcados por Europa. Fedemco somos el único material con huella de carbono neutra y el único que no tiene huella hi-

drica. 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. Tenemos los mismos objetivo y

retos con los que nacimos hace 30 años: ser el envase preferido del consumidor, ser el material preferido por sus características y cualidades y su capacidad de reciclaje y reutilización.

El equipo de Fedemco estará encantado de atenderles en el Hall 11.2 stand B24.



En imagen, el equipo de Fedemco en la feria Fruit Attraction 2021: Eva Alonso, Alberto Palmí y Memén Cerveró. / FEDEMCO

## #RacionesDeEmoción

Asegurar VIDA para el CAMPO es nuestra razón de ser.



Ofrecerte el AUTÉNTICO sabor a VERANO es nuestra **ilusión.**



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





CLARA MONFORT Y MARÍA GARCÍA / Socias fundadoras Don Pawanco

# “Desde Don Pawanco ofrecemos a nuestros clientes un servicio llave en mano”

María García y Clara Monfort llevan años trabajando todas las facetas de la comunicación focalizadas en el sector agroalimentario. Nos cuentan cómo es el trabajo de Don Pawanco, la agencia que fundaron juntas, y cuál es la importancia de una feria sectorial como herramienta de comunicación empresarial. Clara y María trabajan codo con codo con sus clientes, asumiendo el reto de que cumplan sus objetivos de comunicación y alcancen el éxito.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Desde el punto de vista de una agencia que, entre otros servicios, trabaja ferias, ¿cómo perciben el ambiente previo a Fruit Logística 2022?

**Don Pawanco.** En este aspecto ha habido una doble variante. Debido a la coyuntura actual del coronavirus y el debido cambio de fechas, en principio existía reticencia y miedo. Actualmente, y a puertas ya de la edición, los clientes se sienten ilusionados y con ganas y necesidad de que el B2B sea real y provoque interacción y negocio.

**VF.** ¿Los clientes se han animado a ir con stand o algunos se han decantado solo por acudir como visitantes?

**DP.** Existe de todo. Es cierto que muchos han declinado su asistencia, dado que las fechas ya les pillan fuera de campaña y no ven un retorno a la inversión.

Otros han decidido seguir apostando por el evento y mantener su presencia en esta feria.



Uno de los stands gestionados por Don Pawanco en Fruit Logística 2020. / VF.

**VF.** ¿Qué aporta una agencia como Don Pawanco a una empresa del sector hortofrutícola que quiere darse a conocer entre sus clientes?

**DP.** Don Pawanco es especialista en el sector agroalimentario, en todos los aspectos de

marketing y comunicación, pero, además, con una diferenciación clara, la de generar sinergias B2B y trade a nuestros clientes. En este sentido la feria se convierte en una herramienta fundamental y desde Don Pawanco ofrecemos a nuestros clientes un



Clara Monfort y María García son socias y fundadoras de Don Pawanco. / RF

“Es importante que el cliente se dedique a su labor comercial, todo lo demás está en nuestras manos”

servicio llave en mano, dando la posibilidad de contratar diseño, montaje, desmontaje, catering, azafatas y formación, diseño de estrategias y herramientas para captación de clientes e incluso convocatoria y agenda con los mismos. Del mismo modo, damos soporte, como *partners* de marketing, en cualquier reunión o evento que puedan tener y precisen de nuestra colaboración.

**VF.** Dentro de una perspectiva multicanal, ¿qué puede esperar una empresa de este sector de su participación en ferias como la de Berlín o Fruit Attraction?

**DP.** En primer lugar, un posicionamiento en la mente de su cliente o potencial cliente. Tam-

bién, una confirmación de su alianza estratégica, un B2B que puede generar distendidamente una resolución de problemas y mejoras en el servicio y, además, la posible captación de nuevos clientes.

**VF.** ¿Y qué puede esperar un cliente al encargar su stand a través de una agencia especializada como Don Pawanco?

**DP.** Facilidad, comodidad, entrega y servicio llave en mano, para todo lo que precisen. Don Pawanco está desde el momento de la contratación del espacio, durante el montaje con nuestros equipos, en la feria dando asistencia múltiple y en la organización del desmontaje. Para nosotros es importante que el cliente se dedique a su labor comercial, todo lo demás está en nuestras manos y responsabilidad, asistiendo, como ya hemos mencionado, en aquellas reuniones que precisen una visión de comunicación.

**VF.** ¿Cuál es su máxima satisfacción como agencia cuando termina una feria?

**DP.** Ver la gratitud y la confianza que, año tras año, nuestros clientes depositan en nosotros. Aprender y mejorar para las siguientes ediciones es nuestra máxima, por ello, nuestra presencia durante la edición es fundamental, como observadores y haciendo crítica constructiva de implementaciones y mejoras que puedan aportar.

**VF.** La comunicación, sin embargo, debe continuar cuando acaba la feria, ¿qué tipo de estrategias trabajan con sus clientes? ¿Qué tipo de objetivos realistas se puede marcar una empresa hortofrutícola a partir de una buena estrategia de comunicación?

**DP.** La comunicación no es que deba continuar, sino que todo parte de una estrategia y una feria es una de las herramientas de comunicación. Las acciones son diferentes, hechas ad hoc, para la consecución de objetivos de cada uno de nuestros clientes, buscando acciones eficaces y eficientes que den un retorno real.

**VF.** ¿Se atreven con un pronóstico de cómo va a ser este año Fruit Logística en cuanto a participación y resultados?

**DP.** Absolutamente, no. Hay demasiadas variables, en este momento, en el panorama sanitario, social y político como para aventurar un pronóstico. Solo deseamos que todos consigan su éxito y por nuestra parte redoblabamos esfuerzos para que así sea.



Agropointe  
GRUPO

VISIT US  
STAND B14 8.2



# Almería exportó más de 900.000 toneladas de frutas y hortalizas a Alemania en 2021

El producto almeriense más exportado a tierras germanas fue el pepino, seguido por el pimiento y el tomate

## ► GIA. ALMERÍA.

Alemania recibió 902.000 toneladas de frutas y hortalizas de Almería durante 2021, por valor de 949 millones de euros, según los datos aportados por la Delegación provincial de Agricultura, Ganadería y Pesca. Esto supone un incremento de 10.000 toneladas con respecto al año anterior, y su valor se ha visto aumentado en 60 millones de euros.

La tendencia se mantiene al alza en la campaña actual, en la que, entre septiembre y diciembre de 2021, se exportaron 308.000 toneladas, 26.000 más que en el mismo tramo de la temporada anterior; un incremento del 9,3%. Lo mismo ocurre con el valor, que en este periodo alcanzó los 336 millones de euros, lo que supone un incremento de casi el 18% respecto a la campaña anterior; 51 millones de euros más.

**Almería, con 32.554 hectáreas invernadas en la campaña 20-21, creció un 1,6% en superficie respecto al año anterior**

**Las empresas almerienses, nueve en total este año, mostrarán en Berlín su músculo empresarial**

La hortaliza almeriense más exportada con destino a las grandes superficies germanas entre septiembre y diciembre de 2021 fue el pepino, 101.188,07 toneladas, aunque se ha reducido en 5.491,59 toneladas. Lo siguen el pimiento con 83.168,77 y en tercer lugar el tomate, del que se enviaron 39.995,52 toneladas en total. Las exportaciones de esta solanácea también se han visto ligeramente reducidas en unas 60 toneladas. Lo mismo ocurre con la berenjena, que ha pasado de 12.713,28 toneladas a 11.908,51.

Todas las demás hortalizas almerienses han visto aumentar sus exportaciones, destacando los casos del calabacín (38.916,59 toneladas), el melón (1.887,98 toneladas) y, sobre todo, la sandía, cuya demanda ha ascendido hasta las 23.507,21 toneladas, 19.197,53 más que el año anterior.

Respecto a estos datos, la delegada territorial de agricultura en Almería, Aránzazu Martín, opina que "estos buenos resultados que estamos obteniendo tanto a nivel general como en particular con el mercado alemán se debe en parte a que Estados como Países Bajos, Bélgica o Polonia han visto reducida su superficie de cultivo por los costes ingentes de gas y electricidad que hacen inviable su cultivo en estas épocas, por tanto la fuerte competencia norte europea se ha visto reducida viéndose así beneficiada la demanda de productos de Almería".

"No podemos bajar la guardia", prosigue Martín, "seguiremos trabajando para continuar siendo referentes en los mercados europeos por nuestra

calidad y modelo de productivo y para conseguir que se apliquen a todos los países productores, las mismas condiciones para competir en igualdad de condiciones".



Respecto a la cifra del 2020, Almería incrementó su volumen de exportación en 10.000 toneladas más hacia tierras germanas durante el año pasado. / GIA

## La solución postcosecha para fruta de hueso.

**Sani Fruit**  
Healthy *Fruiture*

# SANI-FH L

es la solución postcosecha para tener menos pérdidas y mantener el aspecto visual de tu fruta.

# ECOLÓGICA Y SIN RESIDUOS

BIO

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

Ven a visitarnos a  
Fruit Logistica  
Berlin 2022

Hall 11.2  
Stand A-07





# AEKAKI sigue apostando por la promoción

La Asociación Española del Kaki acude a Berlín integrada en el marco del proyecto europeo Mediterranean Combo



Stand de la Asociación Española del Kaki en la última edición de 2020. / RF

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

La Asociación Española del Kaki (AEKAKI) acude a Berlín bajo el paraguas de Mediterranean Combo, un proyecto europeo, enmarcado dentro del programa “Enjoy it’s From Europe”, que comprende un plan promocional de tres años en el que participan siete cooperativas de Creta (Grecia) y la entidad española. La iniciativa está financiada por la Comisión Europea, que da soporte a campañas para promover productos agrícolas de alta calidad, como es el caso del kaki.

AEKAKI organizó la participación en la última edición de Fruit Attraction y las cooperativas griegas coordinarán las acciones que se van a desarrollar en Fruit Logistica. Cada firma participante en el proyecto promocionará sus producciones en el marco de la feria, sobre todo tomates, pepinos, pimientos, berenjenas y kakis.

El programa trienal “Medidas de promoción y difusión de información sobre frutas y hortalizas en el mercado interior de la UE”, bajo el título de Mediterranean Combo, está compuesto por la Cooperativa Agrícola Anatoli - Ierapetra Crete como el socio principal y como coordinador, y la Cooperativa Agrícola Tympaki, la Cooperativa Agrícola para la Producción y Comercialización de Hortalizas Tempranas de Ierapetra NOTOS, la Asociación de Productores Agrícolas de Horticultura Kountoura, el Grupo de Productores agrícolas Falasarna Kompogennitakis y CO, la cooperativa agrícola Psaris, la Cooperativa Agrícola Kamiros y la Asociación Española del Kaki.

## ■ PREOCUPACIÓN

En su análisis de la última campaña de kaki, Pascual Prats, presidente de la AEKAKI, señala que “no ha cumplido las expectativas porque no había

**La Asociación Española del Kaki (AEKAKI) acude a Berlín bajo el paraguas de Mediterranean Combo, un proyecto europeo, enmarcado dentro del programa “Enjoy it’s From Europe”**

**A pesar de cerrar la campaña del kaki con malos resultados y la incertidumbre que existe en el sector, desde AEKAKI creen en el futuro de este cultivo y siguen apostando por la promoción para impulsarlo**

mucho volumen de fruta debido a los daños por pedrisco y las plagas. Sin embargo, esta merma de cosecha no se ha reflejado en mejores precios finales y los costes han sido muy superiores a los registrados en campañas precedentes. Los precios de venta se han mantenido en los niveles del año anterior, un ejercicio con mucha más fruta, y las liquidaciones para el productor no han alcanzado los registros esperados”.

“Los costes han aumentado de forma generalizada — continúa explicando Pascual Prats— y este incremento en muchas ocasiones no podemos repercutirlo en el precio de la fruta porque competimos en un mercado de oferta y demanda. Y ahora, con la guerra en Ucrania, la situación se ha complicado todavía más. Además el veto de Bielorrusia a las frutas y hortalizas europeas nos afecta directamente al sector del kaki. A destinos como Ucrania y Bielorrusia exportábamos bastante fruta de segunda calidad. Todos estos problemas están generando una gran incertidumbre y preocupación”.

A pesar de cerrar la campaña del kaki con malos resultados y la incertidumbre que existe en el sector, desde AEKAKI creen en el futuro de este cultivo y siguen apostando por la promoción para impulsarlo.

Y en esta línea, el presidente de la Asociación Española del Kaki señala que ya están “preocupados y ocupados en planificar la siguiente campaña, siempre desde el optimismo, pero asumiendo que la situación es complicada. Y por eso acudimos a Fruit Logistica, para seguir promocionando el producto, porque consideramos que el kaki es una fruta con mucha calidad, futuro y posibilidades que hay que dar a conocer”.

## ■ TRATAMIENTOS BIOLÓGICOS

Desde el punto de vista de la producción, y de cara a la próxima campaña, en la Asociación Española del Kaki están analizando con varias empresas tratamientos biológicos para hacer frente a las plagas. “Hasta ahora los tratamientos con productos químicos no han funcionado como se esperaba. Por eso para esta campaña se apuesta por una lucha combinada para combatir el cotonet, la mosca blanca o la negrilla. Los productores se han gastado mucho en tratamientos químicos y los resultados no han sido satisfactorios. Por eso estamos estudiando introducir también la estrategia biológica. En la Asociación Española del Kaki celebraremos una asamblea el 31 de marzo para abordar soluciones de cara al futuro en el tema de plagas”, concluye Pascual Prats.



El stand de AgroFresh en Fruit Logistica 2022 estará ubicado en el Hall 21, D-02. / RF

# AgroFresh presentará soluciones digitales y basadas en vegetales

Además de otras innovaciones, FreshCloud™ y VitaFresh™ se encuentran entre las soluciones que se destacarán con demostraciones durante la feria berlinesa

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

AgroFresh Solutions mostrará globalmente sus soluciones y tecnologías innovadoras en Fruit Logistica 2022. “Fruit Logistica es una de las ferias comerciales de productos agroalimentarios más grandes y de más alto nivel en el mundo, y en AgroFresh estamos entusiasmados con la oportunidad de reunirnos este año con los líderes de la industria y nuestros valiosos clientes, para hablar en persona de los desafíos y oportunidades del sector”, indica Michael Hamby, director Comercial de AgroFresh. “Nuestras décadas de liderazgo en el sector nacen de nuestra dedicación por el servicio y atención al cliente, y eventos como Fruit Logistica proporcionan a AgroFresh un foro dinámico para presentar nuestros productos y servicios, así como colaborar con nuestros clientes que están igualmente dedicados a combatir la pérdida y el desperdicio de alimentos”.

En su stand, AgroFresh llevará a cabo dos presentaciones centradas en sus soluciones clave. En la primera presentará VitaFresh Botanicals y sus beneficios para ayudar a extender la vida útil y la frescura de una amplia variedad de cultivos, como aguacates, cítricos o nectarinas. La segunda será una demostración abierta sobre FreshCloud, la plataforma digital que utiliza datos en tiempo real para ayudar a los clientes a tomar decisiones cruciales sobre la calidad de los productos, el momento de la cosecha, el embalaje, el almacenamiento y las condiciones del mercado.

“Las soluciones basadas en vegetales como VitaFresh Botanicals y las soluciones digitales como FreshCloud™ Quality Inspection requieren de un profundo conocimiento de la industria, y nuestro equipo de expertos trabaja en estrecha colaboración con nuestros clientes para encontrar las soluciones que necesitan, ayudándoles a maximizar la calidad de los productos en todo el mundo”, afirma Amy Tranzillo, directora de Marketing Global de AgroFresh. “Esperamos de-

mostrar el impacto de ambas y de toda nuestra cartera de soluciones en Fruit Logistica”.

**“En AgroFresh estamos entusiasmados con la oportunidad de reunirnos en Berlín este año con los líderes de la industria y nuestros valiosos clientes, para hablar en persona de los desafíos y oportunidades del sector”**

**“VitaFresh Botanicals y FreshCloud™ Quality Inspection requieren de un profundo conocimiento de la industria y nuestro equipo de expertos trabaja en estrecha colaboración con nuestros clientes para encontrar las soluciones que necesitan”**

Durante 40 años, AgroFresh nos recuerda que ha proporcionado soluciones revolucionarias y testadas a la industria que han ayudado a extender la frescura de frutas y verduras, han contribuido a reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos, conservando los recursos a lo largo de toda la cadena de suministro. A través de una creciente línea de soluciones postcosecha, la presencia de AgroFresh en la feria proporcionará a los asistentes una oportunidad única de acceso a su experiencia. Para asistir a estas demostraciones u obtener más información sobre la cartera completa de soluciones, puede visitar su stand ubicado en el Hall 21, D-02.



# Maf Roda presenta su tecnología postcosecha para el procesamiento de frutas y hortalizas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. Como en cada edición, el Grupo Maf Roda estará presente en Fruit Logistica para reencontrarse con el sector y presentar las últimas novedades en calibradores, sistemas de calidad y soluciones para instalaciones postcosecha de frutas y hortalizas frescas.

En esta ocasión, Maf Roda presentará las últimas novedades en soluciones de calibrado y clasificación para fruto pequeño (como la cereza o el arándano), otras de gran polivalencia que permiten trabajar gran variedad de productos, sistemas de confección y, por supuesto, soluciones de automatización de almacenes.

Durante los días de la celebración de la feria los asistentes podrán ver *in situ* cómo trabajan algunos de los calibradores y sistemas de confección que ofrece la multinacional. Entre ellos, podrán ver en funcionamiento el Cherryway IV y Cherryscan 7, la solución para cerezas que lanzaron en el año 2021 y que, según expresan sus responsables, “está revolucionando el mercado con su sistema de rotación patentado que permite analizar la superficie completa del fruto. Esta tecnología está suponiendo un gran avance que permite solucionar la principal problemática del sector”.

**Maf Roda presentará soluciones de calibrado y clasificación para fruto pequeño, otras de gran polivalencia que permiten trabajar gran variedad de productos, sistemas de confección, y soluciones de automatización de almacenes**

Otra tecnología que se podrá ver y testar en Fruit Logistica será el Berryway y Berryscan, la solución que la compañía ofrece para el procesamiento de arándanos. Una línea de procesamiento que “trata con máximo cuidado el fruto para evitar la pérdida de pruina”, subrayan. Además, sus llenadoras directas desde el calibrador reducen considerablemente los golpes que sufre el arándano durante el proceso frente a otras soluciones tradicionales.

La solución más polivalente y precisa, la Pomone IV y Globalscan 7, estará disponible para que todos los productores de cítricos, manzanas, peras, frutas de hueso, aguacate, cebolla... comprueben su fiabilidad y eficacia. También, el sistema de confección Fast Pack se podrá probar como muestra de las soluciones del Grupo para la confección automatizada de las frutas y verduras.

Además, el Grupo presentará las grandes novedades en auto-

matización de almacenes como los sistemas Supervisor y de trazabilidad para una gestión más eficiente de los almacenes. Los AGVs (vehículos de guiado automático) diseñados y pensados específicamente para las cen-



La compañía expondrá un amplio abanico de soluciones novedosas. / MAF RODA

trales hortofrutícolas también formarán parte de ese abanico de soluciones e innovaciones que presentará Maf Roda en esta esperada edición de Fruit Logistica.

El stand de Grupo Maf Roda en la muestra de Berlín se ubicará en el pabellón 4.1, stand C-02. “Tras dos años de pandemia en los que no ha sido posible celebrar la feria, este año se vuelve con mayor ilusión; aunque, también con una gran expectativa por conocer cómo se desarrolla la feria con todo el contexto global que nos rodea”, nos cuenta su director de Exportaciones, Didier Izard.

## Cuidando de nuestros cítricos, cuidando de ti.



**Cítricos de calidad**  
*con el sabor de siempre*

*desde 1929*

Encuétranos en  
[www.canamas.com](http://www.canamas.com) y:



Certificaciones de calidad:



APPROVED  
Advanced  
Program for SUSTAINABLE  
PRODUCTION and PACKING of  
fruits and vegetables





# Citrosol, nuevos recubrimientos que imitan la naturaleza

Citrosol pondrá al alcance del público en la feria de Berlín la nueva gama de recubrimientos con una protección extra (la formulación CIC®); los recubrimientos vegetales PlantSeal® para ecológico, como gran novedad el recubrimiento para tropicales, especialmente para aguacates y mangos, y otras innovaciones dirigidas a la industria de IV gama para rebajar su huella hídrica y de carbono y reducir la factura eléctrica

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. Según destacan desde la compañía, que acude a Fruit Logística bajo la bandera de la innovación, “la feria de Alemania es una cita ineludible para los clientes internacionales, muchos de los cuales sufren problemas de reclamaciones en los envíos a destinos lejanos a causa de desórdenes fisiológicos como los manchados por frío que se producen en la frigoconserva-

ción o en los envíos frigoríficos de larga distancia. Así que Citrosol lleva a esta feria sus nuevos recubrimientos de la gama CI-CONTROL®, formulaciones con protección extra que reducen, incluso eliminan, estos manchados”.

Jorge Bretó, CEO de Citrosol indica que “una gran ventaja competitiva en los mercados que exigen una reducción de materias activas, ya que estos nuevos

recubrimientos son una alternativa al uso de materia activa fungicida, como el Tiabendazol, cuando se utiliza para controlar daños por frío”.

En la actualidad los recubrimientos que Citrosol ha formulado con la funcionalidad CI-Control (CIC) son Citrosol Sunseal® UE, Sunseal® Extra UE, PlantSeal® Tropicals, PlantSeal® Shine-Free, Citrosol A, AK Camara UE, Citrosol AK UE y AK UE Extra.

En la nueva formulación CIC las ceras pueden alcanzar eficacias en la reducción del manchado del 90% o superiores. Este es el caso del recubrimiento vegetal PlantSeal®. Estas elevadas eficacias hacen innecesaria la adición de Tiabendazol (TBZ) a las ceras con este propósito. Los recubrimientos CI-CONTROL han sido validados en muchas experiencias de almacenamiento frigorífico prolongado.

“Los recubrimientos CI-CONTROL suponen un gran avance para asegurar la vida comercial de los cítricos en las exportaciones entre hemisferios y en conservaciones frigoríficas. Mitigan, incluso controlan, los manchados por daño por frío”, corrobora Jorge Bretó.

## ■ LOS RECUBRIMIENTOS VEGETALES DE LA GAMA PLANTSEAL®

Dentro de la gama de recubrimientos vegetales, está la serie PlantSeal® que ejercen un excelente control de los manchados por daño por frío, el llamado “Chilling Injury” que se produce durante cuarentenas de frío o transportes frigoríficos prolon-



Imagen del equipo de Citrosol en la última edición presencial en 2020. / CITROSOL

“Citrosol lleva a esta feria sus nuevos recubrimientos de la gama CI-CONTROL®, formulaciones que reducen, incluso eliminan, los manchados por frío que se producen en la frigoconservación o en los envíos frigoríficos de larga distancia”

“Una gran ventaja competitiva en los mercados que exigen una reducción de materias activas, ya que estos nuevos recubrimientos son una alternativa al uso de materia activa fungicida, como el Tiabendazol, cuando se utiliza para controlar daños por frío”

gados y que tendrán especial protagonismo en el expositor de Citrosol en la feria de Berlín: PlantSeal®, PlantSeal® Shine-Free y PlantSeal® Tropicals son recubrimientos vegetales ecológicos y aptos para consumo vegano (tropicals está pendiente de la certificación bio).

Estos recubrimientos otorgan un brillo natural a la fruta y en el caso de PlantSeal Shine-Free el brillo es imperceptible, similar a una fruta no encerada. Incrementan la vida comercial de los frutos, ya que reducen las mermas por síntomas de envejecimiento como el teñido del mamelón en el limón y poseen un excelente control de la pérdida de peso.

## ■ INNOVACIONES EN IV GAMA

El stand A-20 de Citrosol en el Hall 18 también mostrará una gran innovación dirigida a un canal tan estratégico como el de la IV gama. Es el Sistema Citrocide® Fresh-Cut para el lavado higiénico de frutas y hortalizas mínimamente procesadas, conocidas como alimentos de IV gama.

El gran logro de este sistema, señalan desde la firma, “es poder sustituir al cloro en la desinfección del agua de la lavadora de IV gama, evitando que se generen en dicho lavado subproductos (DBPs) o cloratos

que puedan ser nocivos para las personas o el medio ambiente. Se sustituye así el cloro por el Sistema Citrocide® Fresh-Cut”.

“Nuestro sistema mide en tiempo real la concentración del coadyuvante tecnológico en el agua de lavado, garantizando siempre una dosis constante y homogénea, y avisando mediante alarmas si algún parámetro se sale de rango. Porque conseguir lo mismo utilizando cloro como desinfectante es muy complicado”, expresa Martín Mottura, manager Postcosecha de Precisión en Citrosol.

Otro aspecto muy relevante del Sistema Citrocide® Fresh-Cut es su gran ahorro energético y su menor huella hídrica y de carbono, ya que mantiene el agua de lavado en condiciones de higiene durante mucho más tiempo, facilitando así su recirculación. Esta reducción en el consumo de agua redundará en el desarrollo sostenible de la industria de IV gama y en una menor factura eléctrica.

Los Sistema Citrocide® empezaron con pimiento, continuaron con tomate, posteriormente con frutas como aguacate, mango o boniato y ahora entran en la industria con Fresh-Cut. Una evolución que irá ampliándose en los próximos años y de la que se hablará este mes de abril en la Messe de Berlín.



{ FLEXOGRAFÍA }

Productividad más allá de la cantidad.

#marcandoestatierra



La compañía acude a Fruit Logística 2022 bajo la bandera de la innovación. / CITROSOL



SANTI BONET / Director de Comunicación y Expansión de negocio de Fruits de Ponent

## “Somos un sector en el que la presencialidad es un valor añadido”

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA. Santi Bonet, director de Comunicación y Expansión de negocio de Fruits de Ponent, grupo cooperativo que destaca por ser referencia en la producción y comercialización de fruta de hueso en Europa, comenta algunos aspectos vinculados a la vuelta en modo presencial de Fruit Logística, su objetivos en la feria y una primera aproximación sobre la campaña de fruta de verano.

**Valencia Fruits.** Regreso a modo presencial, ¿qué supone para Fruits de Ponent?

**Santi Bonet.** Sin ninguna duda algo positivo. Un avance hacia cierta normalidad pre-pandemia, aunque aún de forma lenta y cautelosamente.

Las ferias presenciales son insustituibles puesto que somos un sector en el que la presencialidad es un valor añadido. Para Grup Cooperatiu Fruits de Ponent, por lo tanto, y aunque la situación no es la ideal que nos gustaría a todos, sí que es un avance positivo.

“La celebración de esta edición es un avance hacia cierta normalidad pre-pandemia”

“Fruits de Ponent siempre tiene proyectos en marcha, es algo continuo en nosotros”

**VF.** ¿Qué objetivos se plantean?

**SB.** De entrada: El reencuentro. Volvernos a encontrar en esta feria internacional con nuestros clientes.

También presentarles nuestros proyectos de campaña de verano así como nuestras previsiones. Y en el extraordinario marco de Fruit Logística darles a conocer nuestras nuevas líneas de ‘packaging’ y de marca, aprovechando el ‘boom’ que ha supuesto para nuestras tierras el nombre de Alcarràs, gracias a la película de Carla Simón del mismo nombre y que ha obtenido el Oso de Oro en la ‘Berlinale’.

El grupo cooperativo está formado por 180 familias que aglutinan las cuatro cooperativas de base integrantes del Grupo: Camp d’Alcarràs i Seció de Crèdit; Agrària Progressiva Benavent-Portella; Ramell; y Agrària del Llobregós; todas de la demarcación de Lleida de Cataluña.

**VF.** A las puertas del inicio de la campaña de fruta de verano, ¿una previa bajo la óptica de Fruits de Ponent?

**SB.** Parece que, en cuenta a volúmenes, y si la climatología lo permite, estaremos mejor que hace un año. Por lo tanto, apunta a una campaña con mejores previsiones. La situación mundial será determinante, pero, en cuanto a las acciones comerciales y al consumo. No obstante, deberemos esperar a ver cómo se desarrolla el mapa geopolítico en los próximos meses.

**VF.** Siguiendo con la campaña, ¿alguna novedad? ¿Algún proyecto?

**SB.** En Fruits de Ponent siempre tenemos proyectos en marcha, avanzar e innovares algo continuo e inherente en nosotros. Ya sea innovando en el plano varietal, buscando esas

variedades de fruta de hueso que el consumidor demanda, así como en aspectos en materia de sostenibilidad, como actualmente ya es estamos desarrollando tecnología ‘big data’ para nuestros socios agricultores, para ganar en eficiencia energética y sostenibilidad.



Santi Bonet, primero por la izquierda, junto al equipo comercial de Fruits de Ponent. / ÓSCAR ORTEGA

LOS QUE PRODUCEN  
SALUDAN...



... LOS QUE PREFIEREN  
LA CALIDAD  
Y UTILIDAD  
**DOMPLEX**



**PLASTIDOM**  
Plásticos Industriais e Domésticos, S.A.

Apartado 105  
2416-902 Leiria - PORTUGAL  
Tel (+351) 244 88 01 60/1  
[www.plastidom.pt](http://www.plastidom.pt)



CARLOS CARRASCOSA / Gerente de Viveros Sevilla

# “Aproximadamente el 40% de las nuevas plantaciones cítricas son de variedades club”

*La falta de lluvias empieza a poner en peligro la cosecha de la próxima campaña de cítricos. El gerente de Viveros Sevilla asegura en esta entrevista que los árboles no solo se tendrán que enfrentar a un fuerte déficit hídrico sino a una salinidad elevada, como consecuencia de la sequía y la sobreexplotación. Carlos Carrascosa reconoce la implantación de un “nuevo modelo productivo cítrico” solo apto para variedades con un valor añadido diferencial.*

► CERES COMUNICACIÓN. SEVILLA.

**Valencia Fruits.** La gran amenaza que pesa sobre el campo y los agricultores, amén del elevado incremento en los costes de producción es sin duda la falta de agua. ¿Es posible desarrollar nuevas variedades más adaptadas a la realidad de la sequía?

**Carlos Carrascosa.** El desarrollo de genotipos resistentes a la sequía va más orientado a la selección de portainjertos. Este proceso es lento y necesita de muchos años de evaluación. Además, exige que concurren muchas otras “virtudes” aparte de elevada resistencia a la sequía. En el caso de los portainjertos de cítricos, se busca resistencia al CTV y otras enfermedades, elevada productividad, excelente calidad de la producción, elevada tolerancia a caliza, heladas, encharcamientos, etc.

De los portainjertos que se utilizan en la actualidad en España, los más resistentes a la sequía son el Forner-Alcaide nº5, Citrumelo, Macrophylla y Volkameriana.

Debemos recordar que la sequía y la salinidad están ligadas, y que posiblemente más de un 40% de los pozos de riego de la zona mediterránea están salinizados por la sequía y la sobreexplotación, y esta situación se mantendrá o empeorará en los próximos años, por tanto, no solo es un fuerte déficit hídrico el que tendrán que soportar nuestros árboles, sino que además una salinidad elevada en muchos casos.

Es justo señalar que el campo hace verdaderos esfuerzos en reducir el consumo de agua y que hace un uso muy eficiente de ella. El limón español es el que tiene la huella hídrica más baja del sector hortofrutícola según Ailimpo, un ejemplo y modelo de aprovechamiento y gestión óptima del agua.

**VF.** El aumento de las temperaturas como consecuencia directa



Carlos Carrascosa destaca que la innovación varietal es constante. / VS

de la emisión de gases de efecto invernadero ha comenzado a tener una incidencia negativa directa en las especies vegetales. ¿Cree usted que el cambio climático podría desembocar en la desaparición de algún cultivo determinado? ¿Se multiplicarán las plagas y enfermedades que castigan a los campos?

**CC.** Seguramente será así. Algunas especies vegetales no tendrán la capacidad de adaptación suficiente o posiblemente se extingan localmente. Existen indicios de que el aumento de la temperatura no sólo afectará negativamente a la productividad de las plantas ahora presente, sino que inducirá a su sustitución por otras más resistentes a las nuevas condiciones climáticas.

Creo que el incremento de temperaturas conllevará una relocalización de las zonas de cultivo e incluso la pérdida o invia-

bilidad de alguno de ellos. Estos cambios climáticos harán que se desforesten nuevos terrenos, que se cultive en las faldas de montañas o a mayores altitudes como adaptación de algunas especies. En cuanto a las plagas y enfermedades, todo hace pensar que se expandirán aquellas que mejores condiciones encuentren y surgirán nuevas plagas hasta ahora desconocidas en nuestras zonas de producción.

**VF.** ¿Cómo se está tratando de adaptar Viveros Sevilla a estas “nuevas realidades”?

**CC.** En cuanto a nuestros clientes, estamos en constante búsqueda de soluciones para el agricultor. Si algo no lo tenemos, lo buscamos allí donde esté si existe.

Actualmente contamos con portainjertos contrastados desde hace muchos años por entidades públicas y privadas de diversos países que dan respuesta a nu-

“El campo y sus profesionales hacen verdaderos esfuerzos en reducir el consumo de agua y que hace un uso muy eficiente de ella”

“Estamos en constante búsqueda de soluciones para el agricultor. Si algo no lo tenemos, lo buscamos allí donde esté si existe”

merosas adversidades, como es la sequía o la salinidad, pero no garantizan una solución perdurable ante situaciones extremas.

A nivel interno, estamos en continuo desarrollo de estrategias para reducir el impacto de nuevas plagas, nuevas enfermedades, limitaciones de recursos hídricos, y otras actuaciones en materia medioambiental con objeto de estar lo mejor preparado para este nuevo entorno tan cambiante.

**VF.** Hace diez años apenas se hablaba de ellas pero hoy día ya son una realidad. En zonas como Valencia ya se habla sin tapujos de que las variedades ‘club’ o de alta gama han creado un “nuevo modelo productivo cítrico”. ¿Qué peso tienen actualmente estas variedades en la carta de servicios de Viveros Sevilla?

**CC.** Nuestros números indican que aproximadamente el 40% de las nuevas plantaciones son de variedades club.

Este “nuevo modelo productivo cítrico” como dice, y añadiría que solo apto para variedades con un valor añadido diferencial, se viene percibiendo como

un modelo capaz de mantener cotizaciones interesantes para el agricultor si no se cae en la sobreproducción.

**VF.** ¿Hacia dónde cree usted que debería encaminarse el modelo productivo cítrico nacional? ¿Sería deseable la combinación de las variedades que se vienen produciendo toda la vida con estas otras variedades clubs o de marcas registradas?

**CC.** En 2020 Cajamar publicó una hoja de ruta para el sector de cítricos muy interesante, donde se plasmaban dos temas vitales para la subsistencia del sector. Uno, impedir los efectos negativos de la globalización y más concretamente en la revisión de los acuerdos de libre comercio que la UE firma con países competidores, y dos, la ordenación de las campañas, desde las cantidades hasta los calibres con objeto de regularlas y evitar la alteración de precios.

Ante la existencia de un oligopolio en la demanda solo nos queda concentrar la oferta al máximo para reducir nuestra debilidad. No hay otra. Un gran reto para el sector.

Respecto a su segunda pregunta, existen variedades libres y con mucha tradición que todavía no han sido desbancadas por variedades club como la Navelina o Lane Late. Solo con variedades club no se puede satisfacer la demanda actual, y la tendencia hacia precios bajos exigirá la presencia de variedades libres de gran calidad. Por otro lado, hay que recordar que la vigencia de la protección vegetal es limitada y al final terminan éstas incorporándose al sector productor de forma libre.

**VF.** Viveros Sevilla tiene clientes por toda España y también en el panorama internacional. ¿Cuáles son las zonas de España que están apostando más por este nuevo modelo productivo de variedades de alta gama?

**CC.** No observamos una localización geográfica en concreto por este modelo. Existen plantaciones de variedades club en todas las zonas productoras importantes. El agricultor ve claramente las ventajas de este modelo si está bien gestionado y apuesta fuerte por estas variedades club que a priori les posiciona en un nivel más competitivo a cambio de un canon.

**VF.** ¿Cómo se puede contribuir desde el sector viverista a que el campo alcance mayores márgenes de rentabilidad?

**CC.** El sector viverista suministra variedades examinadas durante años y una sanidad certificada. La innovación varietal es constante y la incorporación al mercado también. Este es un inicio necesario e indispensable



- Personalizables a todo color
- Plastificado interior
- Tapa plástica
- Cierres especiales
- Celulosa termosellable



**EJIDO CARTÓN®**  
www.ejidocarton.com

Especialistas en packaging ecológico. Ecological packaging specialized.

Pol. Ind. La Redonda, 95 · 04710 Sta Mª del Aguila · El Ejido (Almería) SPAIN  
T: +34 950 580 712 · M: comercial@ejidocarton.com





para el logro de esa rentabilidad.

Los márgenes de rentabilidad se están viendo comprometidos ya no solo porque compitamos de forma desigual e injusta en el mercado europeo, solo ver el elevado volumen de cítricos de Sudáfrica presente en Europa hasta bien entrado noviembre, perdiendo nosotros el hueco de octubre, o la excesiva permisividad fitosanitaria de la UE con sus acuerdos con terceros países poniendo además en riesgo nuestra citricultura, sino que además se han incrementado todos los costes de forma notable y el agricultor ve muy mermado su poco margen, cuando no le lleva a pérdidas. De momento los productores estamos asumiendo estas fuertes subidas de coste sobre el producto, sin embargo, esta situación se va haciendo insostenible y más temprano que tarde repercutirá en el precio final del producto.

**“Solo con variedades club no se puede satisfacer la demanda actual, y la tendencia hacia precios bajos exigirá la presencia de variedades libres de gran calidad”**

El uso más eficiente de fertilizantes, fitosanitarios, etc. no es nuevo y se viene haciendo desde hace mucho tiempo, pero el incremento de costes de forma brusca ha anulado todo ese margen que proporcionaba esa eficiencia. No tenemos un problema de baja eficiencia productiva en general, si no unas políticas erróneas e injustas donde se nos obliga a competir en desigualdad de condiciones. Esas políticas europeas crean malestar al dar mayor protección a países terceros que a los propios miembros de la UE.

**VF.** Por último, ¿qué señales identificarían las amenazas y/o debilidades así como retos del sector en el entorno actual?

**CC.** Habría que hacer una revisión de los acuerdos de libre comercio que la UE firma con países competidores. Faltan cláusulas de salvaguarda o ayudas extraordinarias que compensen la situación de competencia desleal que sufre el sector. Es necesario concentrar de la oferta. Solo un sector concentrado y competitivo puede hacer frente a una demanda concentrada. También hay que crear un lobby fuerte con poder en los ámbitos políticos europeos y nacionales que defiendan al sector. En cuanto a la Ley de la Cadena Agroalimentaria, al contrario del objetivo pretendido, pone al agricultor en una situación más vulnerable si cabe. La no venta por debajo de los costes efectivos de producción propiciará que otros países competidores ocupen el espacio que nuestros productores satisfacían, por imposición de esta Ley bajo amenaza de fuertes sanciones. A un inglés o alemán le importa poco tu Ley de la cadena porque tiene otros países (Marruecos, Egipto o Turquía) que le abastecen a menor precio.

La realidad es que tenemos un entorno del mercado mundial de cítricos muy volátil. Reino Unido, fuera de la UE, está más abierto a compras fuera de la zona comunitaria. Con el conflicto bélico entre Rusia y Ura-



Viveros Sevilla cuenta con portainjertos contrastados desde hace muchos años por entidades públicas y privadas de diversos países que dan respuesta a numerosas adversidades, como es la sequía o la salinidad. / VIVEROS SEVILLA

nia, los proveedores habituales de estos países (Marruecos, Turquía, Egipto entre otros) buscarán dónde colocar sus productos y seguro mirarán a Europa. Sudáfrica. Por su parte, está incrementando en dos dígitos su producción y lo seguirá haciendo en los próximos 5 años. Su prioridad es conseguir el suficiente mercado que absorba ese crecimiento. Es decir, nuevos países y adaptarse a las nuevas exigencias de los ya existentes. Y la volatilidad de los precios de las materias primas y de los fletes, hace casi imposible realizar una gestión de forma eficiente.

# A PROPÓSITO DE UNICA



**12** PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



Meta 12.5  
Prevención, reducción, reciclado y reutilización de desechos

Tenemos 9.000 hectáreas en producción, lo que equivale a 18.000 campos de fútbol. Son cultivadas por más de 5.000 agricultores socios de 22 cooperativas repartidas por cuatro comunidades autónomas.

El uso de la tecnología, con sensores de suelo y nuestro control de previsiones, y la implementación del control biológico nos permiten obtener un producto de primera calidad y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas postcosecha.



**LA COOPERATIVA CON PROPÓSITO.**

**OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

CONTRIBUIMOS A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

[unicagroup.es](http://unicagroup.es)

FUNDACIÓN  
**UNICA**

GROUP





La gerente de CVVP, Reyes Moratal explica que en Berlín “queremos retomar el contacto con el foro internacional después de tanto tiempo”. / RF

REYES MORATAL / Gerente de CVVP

# “Vamos a dar a conocer cómo trabajamos”

Reyes Moratal cuenta cuáles son las expectativas de Compañía de Variedades Vegetales Protegidas (CVVP) en Fruit Logistica y las novedades, pero no deja de lado un tema que le preocupa ante la extensión del falso rumor de que se va a bajar la guardia sobre la protección de la exitosa variedad de mandarina Nadorcott: “durante todo el tiempo que dura la protección vamos a seguir ejerciendo con toda la diligencia nuestra misión de impedir que haya plantaciones sin licencia”.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN. Valencia Fruits. Estamos a punto de una nueva edición de Fruit Logistica, ¿el CVVP va a estar presente como en otras ediciones?

**Reyes Moratal.** Vamos a estar en Berlín como hemos estado desde hace ya bastantes años. Al ser un foro internacional nos interesa mucho. El CVVP es la entidad que gestiona, además de Nadorcott, cinco variedades y aprovechamos Berlín para dar a conocer la labor que se hace desde la Compañía en materia de gestión de variedades a nivel internacional. Consideramos que es un foro muy adecuado. Vamos a dar a conocer cómo trabajamos a obtentores, a titulares de variedades que tienen interés en que les gestionemos en España o en la península Ibérica las variedades. Por otro lado, en Berlín principalmente damos a conocer las variedades a las cadenas de distribución, a los compradores finales de la fruta de estas variedades. En Madrid, en cambio, nos enfocamos más la labor hacia los productores nacionales y aquí es otro tipo de público.

**VF.** ¿Qué novedades van a presentar este año?

**RM.** Ya las anunciamos en Fruit Attraction: tenemos como novedad el limón Sublim y la naranja Red Lina. Del limón Sublim todavía no se están concediendo sublicencias. Es un limón temprano, sin semillas, sin espinas en tallos ni en brotes. La Red Lina sí es novedad de hace apenas unos días porque se lanzó ya la oferta para dar sus licencias. Es una naranja Navel roja de lipoeno, es una mutación espon-



Durante todo el tiempo que dura la protección sobre la Nadorcott, la CVVP asegura que va a seguir ejerciendo con toda la diligencia su misión de impedir que haya plantaciones sin licencia. / CVVP

tánea de Navelina y se recolecta en las mismas fechas aproximadamente. Tiene un flavado anaranjado muy intenso, por fuera es naranja, aunque sea una naranja roja, pero el por dentro sí que es roja y tiene un albedo muy pigmentado rosáceo. Se han ofertado ahora las licencias y estamos recibiendo ya solicitudes para empezar con las primeras. El material vegetal estará disponible para la primavera del año que viene.

**VF.** Volviendo al día a día del Club, este año están trabajando muy especialmente para controlar las plantaciones no legítimas, ¿qué nos puede contar sobre este aspecto?

**RM.** Como siempre porque uno de los de los fines fundamentales de la asociación es la lucha contra el fraude, perseguir las infracciones y proteger a todos aquellos que han pagado un royalty para poder cultivar una variedad de modo que no se en-

cuentren en el mercado con una competencia desleal de aquellos que están infringiendo la ley y están explotando sin ningún tipo de autorización.

Esto lo hemos venido haciendo desde que el club se fundó, en el año 2008, lo que pasa es que ahora especialmente queremos transmitir el mensaje de que no bajamos la guardia. A la variedad Nadorcott se le concedió la protección por 25 años y vence el 31 de diciembre del 29. Esto quiere decir el año 2030 la variedad será libre. Hay una creencia de que en los últimos años de protección no vamos a actuar, que vamos a bajar la guardia y la realidad es muy distinta: durante todo el tiempo que dura la protección vamos a seguir ejerciendo con toda la diligencia nuestra misión de impedir que haya plantaciones sin licencia. Esto quiere decir que hasta el 1 de enero del 2030 nadie puede injertar un campo de Nadorcott si no tiene autorización y si lo hace el Club va a hacer lo que ha hecho hasta ahora.

**VF.** Entonces, si la licencia de Nadorcott tiene fecha de vencimiento, ¿si el CVVP tiene constancia de que se hicieron plantaciones antes del vencimiento de la licencia, irá a juicio? ¿Incluso si se descubre 4 años después del vencimiento?

**RM.** Por supuesto. Si en el año 32 descubrimos que hay una finca con Nadorcott en plena producción sabremos que esa finca no se ha injertado en el año 30 ni en el 31 y vamos a perseguirlo. El Club no va a desaparecer el 31 de diciembre del 2029, al contrario.

“En Berlín sobre todo damos a conocer las variedades a las cadenas de distribución, a los compradores finales de la fruta”

“Tras su presentación en Fruit Attraction, en octubre de 2021, ya se han ofertado las licencias del limón Sublim y la naranja Red Lina”

“Velamos para que la variedad, los asociados y los licenciatarios gocen de los beneficios que concede la protección hasta el final”

Tenemos que velar por que la variedad, nuestros asociados y los licenciatarios de la variedad gocen de los beneficios que concede la protección hasta el final. Lo contrario sería hacer dejación de nuestras funciones y traicionar la confianza que han depositado en nosotros.

**VF.** ¿Puede explicarnos cuáles son las consecuencias de hacer plantaciones no legítimas antes del vencimiento?

**RM.** Si un agricultor injerta unos árboles de la variedad Nadorcott sin tener licencia antes del 31 de diciembre del 2029, le solicitaremos que arranque, que elimine la variedad y que pague una indemnización. Nosotros no vamos nunca por la vía penal, pero existe esta posibilidad porque es un delito multiplicar una variedad protegida sin la autorización del titular durante el periodo de protección. Es una vía que no utilizamos porque no nos parece la más la más adecuada porque nuestro fin es que no haya plantaciones sin licencia y si podemos llegar a un acuerdo, mejor. Si por esa vía no conseguimos nada, tenemos que acudir a los tribunales.

**VF.** ¿Por qué han visto necesario redoblar el control sobre Nadorcott?

**RM.** Vamos a intensificar el esfuerzo con recursos de gestión, materiales y económicos porque parece que existe la creencia de que van a quedar impunes las acciones que se cometan en los últimos años de la protección. Queremos hacer hincapié en que estamos aquí y que vamos a seguir estando para defender los intereses de nuestros asociados.

**VF.** Volviendo al tema que nos ocupa en este suplemento, ¿qué espera conseguir de esta vuelta a la presencialidad en la feria alemana?

**RM.** En Berlín queremos retomar el contacto con el foro internacional después de tanto tiempo. Por suerte, en Madrid pudimos retomar estos contactos a nivel doméstico, pero a nivel internacional se queda un poco corto y yo creo que Berlín es una oportunidad, sabiendo, por supuesto, que no va a ser una feria como las de antes. Pero con que sea parecida a la de Madrid nos vamos a dar por satisfechos.





Àlex Creixell, director de Giropoma-Costa Brava. / ÓSCAR ORTEGA

ÀLEX CREIXELL / Director de Giropoma-Costa Brava

## “Exponer en una feria del tipo de Fruit Logistica es como una ventana abierta al sector”

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA. **Valencia Fruits.** *Ustedes siempre acuden bajo el paraguas de Prodeca, ¿en qué se traduce esta participación?*

**Àlex Creixell.** Por un lado, nos facilita de forma relevante la organización de nuestra presencia en la feria y, por otro, ayuda a aquellos operadores del sector que no nos conocen a ubicarnos en Cataluña, zona productora conocida y reconocida en fruta de hueso y de pepita.

**VF.** *¿Cómo cree que responderá el visitante profesional en esta nueva edición presencial?*

**AC.** Estamos en un sector donde el contacto presencial es necesario y requerido y, en consecuencia, el visitante reaccionará de forma positiva en esta edición. En este sentido, ya contamos con la experiencia de la pasada edición que regresó al forma presencial con gran éxito.

En otras palabras, los profesionales del sector tenemos ganas de vernos y reencontrarnos.

**VF.** *¿Objetivos en esta edición?*

**AC.** Uno de los objetivos es consolidar las relaciones que ya tenemos con nuestros clientes y obtener un feedback y, también, aprovechar el marco de Fruit Logistica para contactar con

nuevos operadores. Esta feria es un punto de encuentro que nos permite intercambiar opiniones y puntos de vista con profesionales del sector.

**VF.** *¿Han cerrado operaciones en anteriores ediciones?*

**AC.** Contamos con clientes internacionales que el contacto inicial se produjo en alguna de las anteriores ediciones. En este sentido, exponer en Fruit Logistica es como una ventana abierta al sector que nos permite acceder a un determinado perfil de cliente que difícilmente llegaríamos por medios propios.

**VF.** *¿Una valoración de la presente campaña de la manzana?*

**AC.** Podemos calificar esta campaña de buena en cuanto a volumen de producción. El año pasado faltaba fruta y, en cambio, este año hay mayor volumen con la consecuente presión de mercado.

Luego, hay que sumar la incertidumbre provocada por la explosión de la guerra en Ucrania que puede afectar especialmente a la exportación y también la importante subida de costes que de momento no se ha repercutido en la cadena pero que no habrá más remedio que hacerlo porque, en caso contrario, será insostenible.

# El sello de calidad Uniq, una garantía del transporte de fruta y hortaliza fresca

Presentes en la feria, el objetivo es seguir posicionando la marca y avalar su liderazgo en el sector, insistiendo en innovación y sostenibilidad

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA. Durante todo el periodo pandémico, Uniq, la apuesta de la Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado (AFCO), ha seguido apoyando al sector de fruta y hortaliza y, en concreto, a sus profesionales —operadores, cooperativistas, productores, comercializadores, distribuidores, mayoristas...— y, para ello, ha adaptado sus acciones de comunicación y promoción.

Con la vuelta a cierta normalidad, Uniq vuelve a aquellos eventos presenciales que ya participaba como Fruit Logistica donde Uniq ha expuesto en todas las ediciones desde su lanzamiento en 2015. En esta edición, su stand está ubicado en el hall 11.2, stand B-23, donde, entre otros aspectos, transmitirá las diferentes iniciativas relacionadas con el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad.

Joaquín Fernández, director de desarrollo estratégico de Uniq, comenta que “mantenemos nuestros objetivos de seguir posicionando la marca y avalar su liderazgo en el sector, insistiendo en innovación y sostenibilidad”.

Un ejemplo de esa innovación son las barquetas 100% cartón, un material reciclable, renovable y biodegradable; un nuevo formato estandarizado de envases que se suma a las bandejas agrícolas. Así, las barquetas de cartón estampilladas



Joaquín Fernández y Patricia Vallejo-Nágera Adán, directora de comunicación y relaciones institucionales de AFCO. / ÓSCAR ORTEGA

con Uniq, ofrecen estandarización, fácil manipulado, son imprimibles y personalizables, permiten tratamientos antihumedad naturales, son seguras e higiénicas, y se presentan como la alternativa al plástico por su imbatible compromiso con la economía circular.

Fernández clasifica “Uniq como el único sello colectivo de calidad para cajas agrícolas que ofrece una alternativa de envase sostenible, eficiente y fiable” y añade que “seguridad, confianza y responsabilidad son los tres pilares fundamentales de este sello de calidad”.

Además de la familia de envases con tejadillo o envases de columna, Uniq se adapta a un mercado dinámico que demanda nuevos diseños de cajas, ofreciendo un sistema abierto a la innovación y no acotado a un banco de planos determinado.

La clasificación de cajas en función de los días que vayan a transcurrir desde el envasado del producto fresco hasta su llegada a destino y la estandarización de las medidas exteriores de los envases son características muy relevantes de Uniq.

Es un sello de calidad que cuenta con el apoyo y compromiso del sector. De hecho, las empresas que forman parte AFCO representan un porcentaje mayoritario de la producción total de cartón en España.

El número de fabricantes de envases y embalajes adheridos alcanza más de 40 plantas onduladoras en España.

Joaquín Fernández destaca que “desde Uniq trabajamos día tras día para mejorar y hacer nuestras cajas y barquetas más seguras, más resistentes, más responsables y mucho más sostenibles”.

MSC SAMARA  
PANAMA  
IMO 9629442

# CELEBRAMOS 40 AÑOS EN ESPAÑA

De norte a sur y de este a oeste, MSC lleva 40 años ofreciendo soluciones de transporte integral en España. La combinación de nuestra red de servicios marítimos y de transporte terrestre, con conexiones ferroviarias diarias, nos permite ofrecerte siempre la mejor ruta para tu mercancía. Muchas gracias a todos nuestros clientes por confiarnos durante todos estos años sus necesidades de transporte y logística.

**MSC**

**MOVING THE WORLD, TOGETHER.**

msc.com



# Tango Fruit redobla su esfuerzo promocional

La marca consolida su posición en el mercado español, amplía puntos de venta en Italia e irrumpe con fuerza en Portugal e Inglaterra con un ambicioso plan de comunicación y acciones promocionales

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Espectaculares cabeceras en las fruterías de algunos hipermercados, presentaciones y *packagings* personalizados y diferenciados, expositores en mercados mayoristas, catas en supermercados de barrio atendidas por azafatas/os con el *branding* de la marca, vinilos también con la imagen de la risueña abeja bien visibles en el suelo, sorteos, acciones en redes sociales... la marca Tango Fruit ha redoblado esta campaña sus esfuerzos promocionales. Lo ha hecho para preparar su lanzamiento allá donde este año ha desembarcado por primera vez —en mercados como Portugal e Inglaterra— o para consolidar su presencia en los que ya viene trabajando desde hace años —España e Italia—. Y más recientemente, además, ha iniciado una campaña publicitaria en medios especializados y generalistas para remarcar los atributos de la variedad, con el insecto polinizador como protagonista y el eslogan ‘Sin semillas... es la solución’.

En líneas generales y ya en cuanto a la temporada de comercialización europea de la variedad Tang Gold, el balance es “moderadamente positivo”. Así se manifiesta José Pellicer, director de Eurosemillas, quien matiza que “en tiempos de extrema dificultad hemos apostado más si cabe por hacer marca, por cuidar el producto y ser fieles a los valores de nuestra mandarina”. En esta línea res-

La ausencia total de semillas ha facilitado que casi el 80 por ciento de la cosecha de la variedad Tang Gold estuviera ya comprometida en enero

Los precios desde finales de febrero para un porcentaje menor de la fruta han seguido siendo rentables pero se han resentido por efecto de la crisis

ponsables de la marca acudirán a Fruit Logística (Berlín, del 5 al 7 de abril) para comenzar a preparar el inicio de la próxima temporada del hemisferio sur.

Con todo, según las cifras de la empresa certificadora de esta mandarina —Cyberagropolis— a finales de enero casi el 80% de la producción española estaba ya comprometida y al concluir febrero el tonelaje ya etiquetado era un 50% superior al alcanzado en las mismas fechas de 2021. El interés por la oferta, de calidad y sin semillas, de esta mandarina ha permitido que la mayoría de las operaciones en origen de Tang Gold se hayan



La temporada de comercialización europea ha sido “moderadamente positiva” según la compañía. / EUROSEMILLAS

cerrado a precios menores que los de temporadas precedentes pero aún rentables para todos los eslabones de la cadena.

El plan promocional desarrollado en las tiendas ha contribuido también a que el aumento de la cosecha registrado este año —del entorno del 30%, con 125.000 toneladas aforadas en el principal país productor, España— haya podido ser absorbido. Un hecho notable en una campaña tan complicada como la presente, marcada por el hundimiento general de las cotizaciones de los cítricos, especialmente de las naranjas, por la falta de demanda, la cri-

sis energética, de suministros y logística —que tanto ha disparado los costes del transporte, el plástico, el papel y el cartón— y ahora también la desencadenada por el conflicto bélico entre Ucrania y Rusia. “Desde finales de febrero/comienzos de marzo el porcentaje de Tang Gold que quedaba sin vender era ya muy bajo, lo que acredita que el mercado reconoce y prefiere el valor diferencial de la oferta sin semillas”, señala a este respecto el director de Tango Fruit, Juan José de Dios.

El lanzamiento de Tango Fruit en Portugal se produjo en la última semana de enero en

35 hipermercados y 60 tiendas distribuidas por todo el país, incluidas las islas de Madeira y Azores. En la segunda semana de 2022, la marca irrumpió también en los lineales de una de las principales cadenas de supermercados constatándose una gran aceptación de la categoría *seedless*. En España, Tango Fruit llega a los consumidores a través de Carrefour y en Italia, gracias al acuerdo con el gigante de la fruta premium, Spreafico, ya se puede encontrar en los principales mercados mayoristas italianos así como en las mayores cadenas de distribución de este país.

## Grupo Agroponiente no faltará a la cita en el regreso de Fruit Logística

Un equipo de veinte profesionales mostrará a clientes de todo el continente europeo su amplia oferta de productos y servicios

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Grupo Agroponiente ya tiene todo dispuesto para volver a estar presente, un año más y por decimotercera edición consecutiva (dado que la de 2021 no se celebró), en la Feria Internacional Hortofrutícola Fruit Logística 2022, que se va a celebrar en el recinto Messe Berlín entre los días 5 y 7 de abril.

La compañía volverá a repetir ubicación y superficie, con un stand de 48 metros cuadrados ubicado en el Pabellón 8.2, en concreto en la parcela B.14 del mismo, volviendo a presentar su amplia oferta de productos y servicios para clientes de todo el continente europeo.

El stand será fiel al estilo Agroponiente en este tipo de citas, es decir, absolutamente operativo, con espacios de reuniones, zona de exhibición de producto y dotación tecnológica para que los visitantes y clientes puedan tener todas las facilidades a la hora de comprobar los estándares de trabajo, calidad y servicio de la compañía.

Será un punto de encuentro con clientes internacionales que estará atendido por un equi-



El stand de Grupo Agroponiente será un punto de encuentro con clientes internacionales. / GA

po formado por una veintena de profesionales expertos en el comercio internacional y perfectos conocedores del negocio y la producción. El equipo de Agroponiente acude con la doble misión de mantener el habitual contacto con los clientes de la compañía y abrir nuevas redes de negocio por un lado y,

por otro lado, mostrar al mundo las excepcionales condiciones de los productos cultivados por nuestros agricultores.

Al frente de la expedición estará el CEO de la compañía, Imanol Almudí, que ha querido subrayar que “obviamente, para nosotros es muy importante tener una presencia destacada y

operativa en Fruit Logística. Se trata del gran punto de encuentro operacional del sector hortofrutícola europeo y nosotros estamos obligados a estar siempre muy bien posicionados en los ámbitos en los que se toman las grandes decisiones del sector. Acudimos con una agenda cargada de citas y también con grandes expectati-

vas de que será una gran feria, no solo por la importancia que tiene por sí misma, sino también por el hecho de que se han acumulado dos años sin celebrarla”.

En la muestra también estará el director general de Agroponiente Natural Produce, división encargada del área internacional del Grupo, Jorge Reig, quien ha hecho hincapié en “la importancia de estar presente en Fruit Logística de manera altamente operativa, es decir, haciendo de nuestro stand un gran punto de encuentro principalmente para nuestros clientes, llegados prácticamente de todos los países de Europa, y también de otros operadores interesados en conocer nuestro modelo comercial y de negocio. Van a ser tres días muy intensos, en los que Grupo Agroponiente volverá a dar un paso delante y a consolidar su posición de referencia en el mercado internacional”.

Así, la compañía exhibirá en Berlín toda su gama de producto, aprovechando además el cambio de fechas de la muestra (de febrero a abril) para poder mostrar de manera directa sus variedades en fruta de temporada, tanto en melón como en sandía.

Junto a ello, expondrán toda la variedad de tomates, con especial hincapié en el tomate de sabor con diversas novedades (como cherries de sabor; tomates rosas o azules o productos con propiedades hipersaludables), así como pimiento, pepino, calabacín, berenjena, judía o frutas tropicales como papaya, pitahaya, kumquat, mango o aguacate.



# Once empresas representarán en Berlín la amplia oferta de la plataforma de Perpignan

Saint-Charles Export constata el entusiasmo de los profesionales del sector por retomar estos encuentros “imprescindibles” y poder reunirse con clientes y proveedores interesados en trabajar con la plataforma

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Tras dos años de ausencia en la cita berlinesa por motivos sanitarios, Saint-Charles Export vuelve a estar presente en el pabellón de Francia con 11 empresas en un stand de 108 m<sup>2</sup> que incluye 48 m<sup>2</sup> de espacio colectivo. Estas empresas representan una amplia gama hortícola, desde las ecológicas hasta las convencionales, principalmente de origen español, marroquí y francés.

Este grupo de empresas, expertas en sus productos, se completará con la presencia de una empresa de servicios informáticos y del puerto comercial de Port-Vendres, representado por su gestor, la Cámara de Comercio e Industria de Perpignan.

Tras un exitoso regreso a la Fruit Attraction Madrid 2021, donde 95 empresas del grupo expusieron en 464 m<sup>2</sup> de stand, este año 2022 marca la reanudación del programa de acción internacional de Saint-Charles Export, que, más allá de esta participación en Fruit Logística Berlín, ya



Saint-Charles International es la principal plataforma europea de comercialización, transporte y logística de frutas y hortalizas. / SCE

está preparando la feria Medfel de Perpignan (27 y 28 de abril), así como la reserva previa del espacio que necesitará para promocionar a sus empresas asociadas en la feria Fruit Attraction de Madrid, que se celebrará este

año del 4 al 6 de octubre.

Al frente de la preparación de estas tres ferias sectoriales, los representantes de Saint-Charles Export han constatado el entusiasmo de los profesionales por retomar estos encuentros im-

prescindibles para nuestro sector y poder reunirse con clientes, proveedores y profesionales interesados en trabajar con la plataforma, que era algo que echaba mucho de menos la profesión estos dos últimos años.

Fruit Logística ofrece la oportunidad de conocer a los compradores, pero también a los productores, sobre todo de Europa, América Latina y el Norte de África. Es una gran oportunidad para todos los que trabajan con los llamados productos de contra estación. Esta cita en Berlín es siempre muy cualitativa y esperada por las empresas de la plataforma de Perpignan. De hecho, es posible conocer a compradores de todo el mundo, en muy poco tiempo, y en un contexto profesional y amistoso.

Las ediciones anteriores de la Fruit Logística nunca han decepcionado a los miembros de Saint-Charles Export que han podido participar, y no cabe duda de que esta nueva edición, incluso limitada por la crisis sa-

nitaria, también aportará satisfacción. Con once empresas participantes, se trata de un regreso sin contratiempos que marca la voluntad y el interés por esta feria de dimensión mundial, que permite en el espacio de tres días establecer contactos en los cinco continentes.

Estas once empresas también estarán presentes en el Medfel, donde el contingente de las empresas miembros de Saint-Charles Export será de 56 empresas. Y si la situación sanitaria se mantiene estable y bajo control, más de 100 empresas estarán presentes en Madrid para confirmar esta “vuelta a la normalidad”.

En este salón de Berlín, y al igual que en años anteriores, Saint-Charles Export ofrece a sus expositores, así como a los de la Región de Occitania, un servicio de agrupación que facilita la llegada de las mercancías al salón.

El stand se beneficiará de numerosas actividades propuestas por los equipos de la Agencia Regional de Desarrollo Económico AD'OCC, en colaboración con Saint-Charles Export, y en particular de la realización de aperitivos “a la francesa”.

También es importante subrayar que la participación de Saint-Charles Export en esta edición de 2022 de Fruit Logística contará una vez más con el apoyo de la Región Occitania Pyrénées-Méditerranée.

Las empresas participantes en Berlín este año son: Alternea; Armand Fabre; Green Produce; JMF Partenariat; Ille Roussillon; Legro Bio; Plenetude Informatique; Port Vendres-CCI Perpignan; Sofruce y Vialade Champignons.

**NOS VEMOS EN**

# FRUIT LOGISTICA

5|6|7 APRIL 2022 BERLIN

Ven a descubrir novedades frescas

## Hall 8,2 Stand A-13





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



/ Tel. (+34) 961 344 011

info@deccoiberica.es /  
www.deccoiberica.es /





Para Sanifruit, Fruit Logística es una gran oportunidad para compartir con el sector sus nuevas e innovadoras soluciones postcosecha para peras y manzanas que ha lanzado recientemente. / RF

## Sanifruit: soluciones postcosecha ecológicas y sin residuos para las centrales de empaque del mundo

### ► SANIFRUIT.

Después de un tiempo sin celebración presencial, en Sanifruit estamos muy emocionados de poder asistir de nuevo a Fruit Logística Berlín.

Desde la última vez, hemos ampliado nuestra gama de soluciones y estamos orgullosos de poder presentarlas todas en una feria tan importante como esta. Actualmente podemos ofrecer a las centrales hortofrutícolas soluciones postcosecha sin re-

siduos y orgánicas para cítrico, fruta de hueso, melón y banana. Igualmente, Fruit Logística Berlín es para nosotros una gran oportunidad para compartir con el sector nuestras nuevas e innovadoras soluciones postcosecha para peras y manzanas que hemos lanzado recientemente.

Además, desde la crisis del covid, y a pesar de ello, la presencia internacional de Sanifruit ha aumentado y no podríamos pensar en otro evento

**Sanifruit reanudará la celebración de su jornada bienal divulgativa sobre postcosecha: "Sanifruit 3rd Chem-free day"**

mejor para conectar con las centrales hortofrutícolas de todo el mundo, así como con los super-

mercados europeos. Queremos mostrarles los beneficios para la rentabilidad de sus negocios que les aportan nuestras soluciones.

En Sanifruit hemos estado ofreciendo soluciones postcosecha sin residuos y orgánicas durante más de 35 años, con el objetivo de crear un sector más respetuoso con las personas y el medioambiente. Un año más queremos aportar nuestras soluciones y servicios para facilitar el trabajo de las centrales,

incrementar sus posibilidades de negocio y rentabilidad, así como mejorar la vida postcosecha de sus frutas y verduras sin impactar de forma negativa en el planeta.

Este año será, estamos seguros de ello, un buen año para reencontrarse presencialmente, al menos para Sanifruit, ya que aparte de Fruit Logística, reanudaremos la celebración de nuestra jornada bienal divulgativa sobre postcosecha: "Sanifruit 3rd Chem-free day". En este evento reuniremos expertos y profesionales postcosecha para ofrecer al sector conocimiento e información sobre el presente y el futuro de la postcosecha.

Te esperamos en el Hall 11.2, stand A-07, como coexpositores de la Generalitat Valenciana.

No pierdas la oportunidad de extender la vida comercial de tus frutas y verduras sin añadir más residuos a tu fruta.

## Desembarcan en el mercado las nuevas manzanas de Marlene<sup>®</sup>, RedPop<sup>®</sup> y Giga<sup>®</sup>

Con la llegada de la primavera, Marlene<sup>®</sup> continúa con la campaña de marketing de la manzana Hija de los Alpes dedicada a las cuatro estaciones

### ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La primavera este año para Marlene<sup>®</sup> coincide con el estreno en el mercado de las nuevas manzanas RedPop<sup>®</sup> y Giga<sup>®</sup>, presentadas oficialmente el año pasado. "Las pruebas efectuadas la pasada temporada arrojaron resultados significativamente positivos, por lo que ahora estamos listos para acometer la primera importante campaña de comercialización", confirma el responsable de Marketing de VOG, Hannes Tauber. "Estas nuevas manzanas cubren la segunda parte de la temporada gracias a su extraordinaria capacidad de conservación; además atesoran características distintivas que las sitúan en el segmento de primera calidad".

En estos días en los que se alargan las horas de sol y las temperaturas son más dulces, la naturaleza se despereza del letargo invernal y la savia comienza a circular por el interior de los manzanos. Son los signos

inequívocos del sobrevenir de la primavera, que en el Tirolo del Sur (Südtirol) llena los valles con los aromas y los colores de la floración. Y precisamente en primavera ve la luz la tercera parte de la campaña de comunicación de Marlene<sup>®</sup>, que este año tiene como hilo conductor la sucesión paulatina de las cuatro estaciones.

"Como entre las hileras de nuestros manzanos la primavera constituye la estación del despertar de la naturaleza, también lo es en el ámbito de nuestras actividades de marketing, que en este periodo florecen con un sinfín de iniciativas de distinto tipo", avanza Hannes Tauber. "La campaña mediática de Marlene<sup>®</sup> se desarrollará una vez más a través de los canales de publicidad exterior, los anuncios en revistas nacionales e internacionales, la actividad digital mediante post e historias publicados en los perfiles de Marlene<sup>®</sup>, y vídeos en YouTube. Naturalmente no faltarán

tampoco nuestro nuevo anuncio televisivo, que hizo su debut el pasado otoño en la Mostra Internazionale Cinematografica de Venecia y que volverá a las pantallas en su versión primaveral con una referencia especial a nuestra producción biológica".

A lo largo de dos semanas, hasta el 27 de marzo, además, las manzanas Marlene<sup>®</sup>, en venta en las tiendas de frutas y hortalizas de Italia, España, Malta y Chipre, se mostrarán distinguidas con la nueva etiqueta primaveral, realizada por los artistas del concurso convocado con ocasión del vigésimo quinto aniversario de la manzana Hija de los Alpes. Sus obras de arte vestirán una vez más los tranvías y autobuses de Milán, de Roma y de muchas otras importantes ciudades europeas: Barcelona y Sevilla en España, Oslo en Noruega y Estocolmo en Suecia. En Italia y España, además, los envases de cuatro manzanas Marlene<sup>®</sup> figurarán



RedPop<sup>®</sup> y Giga<sup>®</sup>, dos nuevas propuestas para conquistar al consumidor. / RF



Así lucen los tranvías de Milán con la imagen de la manzana Hija de los Alpes. / VOG

personalizados con etiquetas adhesivas desplegadas repletas de información útil y con un código QR que dará acceso a la visión del anuncio televisivo.

Hannes Tauber explica que la primavera representa "un momento importantísimo para los socios agricultores de VOG. Empieza la polinización de las abejas y nos disponemos a proteger los delicados brotes de los

que nacerán las manzanas Marlene<sup>®</sup> de todo peligro de helada poniendo en funcionamiento los sistemas antiheladas o encendiendo las llamadas antorchas en medio de los manzanos. Hemos decidido confiar a los canales sociales de Marlene<sup>®</sup>, a través de imágenes y vídeos emocionales y atractivos, la tarea de describir estos momentos tan únicos y decisivos".



# Valencia es líder portuario del Mediterráneo

Valenciaport invertirá 1.098 millones de € hasta 2025 en la ampliación norte y mejora de conexiones

► GONZALO GAYO. VALENCIA.

España lidera la exportación de frutas y hortalizas en la Unión Europea, según el último informe publicado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Gran parte de este liderazgo en el comercio se gesta en los puertos del Estado gracias a su envidiable posición geoestratégica. En 2021 los muelles valencianos de Valencia, Sagunto, Castellón y Gandía, que conforman Valenciaport, gestionaron 5.614.454 contenedores, un 3,4% más que el ejercicio anterior, que lo consolida como hub líder estratégico del Mediterráneo.

El inicio del año viene marcado por la actividad exportadora e importadora de las empresas españolas que mantiene el dinamismo de Valenciaport. Los últimos datos muestran que cerca del 85% de las importaciones y del 60% de las exportaciones españolas se realizan a través de nuestros puertos por la estratégica ubicación geográfica y sus conexiones por las autopistas del mar con los principales destinos mundiales.



Valenciaport afianza su posición como el cuarto puerto de Europa. / G. GAYO

De hecho, existe un enorme potencial de crecimiento para las exportaciones de nuestros productos agrícolas a través de los puertos del Estado mientras se consolidan como la puerta de entrada de las importaciones de frutas procedentes de terceros países.

El Puerto de Valencia, que opera estos grandes buques de contenedores, garantiza la competitividad y eficiencia para las empresas exportadoras con los principales mercados del mundo. De hecho, Valenciaport afianza su posición estratégica como el cuarto puerto de Europa y el

**La incertidumbre sobre la evolución de los precios de la energía en los próximos meses es máxima según fuentes de la autoridad portuaria**

27 a nivel mundial según los datos de la consultora Alphaliner correspondientes a 2021, y confirma también el liderazgo en el Mediterráneo. Valenciaport mueve el 41% de los contenedores de import/export del sistema portuario español gracias a la labor de la comunidad portuaria que ha seguido dando servicio a las empresas españolas lo que está contribuyendo a la recuperación de nuestra economía y la generación de empleo.

El puerto valenciano mantiene relaciones comerciales con un millar de puertos de 168 países diferentes, y opera con 98 líneas regulares gestionadas por 35 compañías navieras diferentes. Con

los datos de contenedores de los 30 principales puertos del mundo, cerrados a 31 de diciembre del año pasado, sigue avanzando y en esta ocasión adelanta al griego de El Pireo para consolidar su posición como primer puerto europeo de referencia en el Mediterráneo. En el ámbito global, también mejora un puesto respecto a la clasificación del 2020. Para el presidente de la Autoridad Portuaria de Valencia (APV), Aurelio Martínez, este ranking mundial "muestra la fuerza del Puerto de Valencia y el impacto que tiene en los tráficos mundiales".

La reciente visita del presidente de la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM), Miguel Garrido, solicitando a las Administraciones una mayor agilización en los procedimientos en torno a la nueva terminal de contenedores prevista en la ampliación del Puerto de Valencia, autorizada el mes pasado, confirma la creciente importancia de cuanto afecta al puerto y su repercusión en la economía española.


(Pasa a la página siguiente)

## MAF RODA

AGROBOTIC

Aumenta tu rendimiento y productividad con la tecnología de confianza.

¡Visítanos en  
FRUIT LOGISTICA!  
Del 5 al 7 de abril.

 Pabellón 4.1  
Stand C02



**MAF RODA**  
AGROBOTIC  
Visionary engineering

  rodasale@mafroda.es

**OUR INNOVATION,  
YOUR EFFICIENCY**  
TU SOLUCIÓN GLOBAL

Automatización | Calibrado | Clasificación | Packing

[www.maf-roda.com](http://www.maf-roda.com)



## “Valencia es...”

(Viene de la página anterior)

Para la patronal madrileña, esa nueva terminal de contenedores es un proyecto “ambicioso y necesario” para potenciar el peso en la economía española en Europa. La ampliación norte del Puerto de Valencia viene respaldada por la creciente actividad como confirmaban los últimos datos.

En el primer cuatrimestre de 2021 los muelles de Valenciaport gestionaron la entrada y salida de 2.937.518 toneladas de productos del sector agro-ganadero y alimentario, un 11,57% más que en el mismo periodo de 2020. De este total, el 51,4%, es decir 1.502.123 toneladas, corresponden a las ventas al exterior de la industria española con destino a diferentes puntos del mundo. Este dato representa un aumento de más del 35% respecto a los primeros cuatro meses de 2020 y es toda una muestra del dinamismo del sector agroalimentario, que tiene en Valenciaport el puerto estratégico de salida y entrada de sus mercancías.

De hecho, recientemente se realizó el envío experimental de 11 contenedores refrigerados de naranjas castellanenses con destino a la India y forma parte de una acción conjunta promovida, liderada y coordinada por el Comité de Gestión de Cítricos (CGC), en la que han participado 10 operadores y que ha contado con la ayuda de la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica.

Estos contenedores se han enviado en unas condiciones viables en las que se ha sustituido el tratamiento de frío que se exigía en pre-embarque por otro en tránsito. Las 250 toneladas de naranjas castellanenses partieron desde el Puerto de Valencia a bordo del MSC SIXIN, uno de los portacontenedores más grandes del mundo con capacidad para 23.756 TEU con destino a la India.

La llegada de este tipo de buques es posible por la mejora de los calados en la dársena Príncipe Felipe en 2019 con el fin de adaptarla a portacontenedores de estas características. En los últimos años, las navieras están apostando por barcos con mayor capacidad, más eficientes y sostenibles como apuesta de presente y futuro del transporte marítimo.

El Puerto de Valencia gestionó más de dos millones de toneladas de productos agroalimentarios durante los tres primeros meses del año. Las exportaciones registraron un incremento cercano al 40%. Valenciaport dispone de 3.000 conexiones para contenedores refrigerados además de almacenes frigoríficos para los productos y que sin duda beneficiará a un sector agroalimentario para la conquista de los principales mercados del mundo.

China, Estados Unidos, Brasil, Canadá y Arabia Saudí son los principales destinos de los productos agroalimentarios valencianos y españoles, y desde la comunidad portuaria se están realizando importantes inversiones para garantizar el tráfico de productos perecederos desde los muelles de Valenciaport, en Valencia, Sagunto y Gandía.

En este sentido, el Plan de Empresa 2021-2025 de Valenciaport contempla un total de 1.098



Se están realizando importantes inversiones para garantizar el tráfico de productos perecederos desde los muelles de Valenciaport, en Valencia, Sagunto y Gandía. / GG

### El comercio marítimo mundial sigue creciendo y los principales recintos portuarios aumentan su capacidad como está ocurriendo en Valencia

### Valenciaport será un hub estratégico del Mediterráneo y un puerto de referencia para las empresas exportadoras españolas

### El puerto valenciano mantiene relaciones comerciales con un millar de puertos de 168 países diferentes, y opera con 98 líneas regulares gestionadas por 35 compañías navieras diferentes

millones de euros en inversiones para desarrollar infraestructuras sostenibles como la terminal norte de contenedores que ampliará la capacidad del Puerto de Valencia, la mejora de las conexiones ferroviarias o el desarrollo de energías limpias, entre otras.

#### ■ LA VENTANA AL MUNDO

El puerto valenciano ofrece a la economía española la conexión con los principales puertos del mundo.

Del mencionado análisis de Alphaliner se destaca que los 30 principales puertos del mundo manejaron 450 millones de contenedores durante el año pasado frente a los 421 millones de 2020. Este dato refleja que el comercio marítimo mundial sigue creciendo y los principales recintos portuarios están aumentando su capacidad como está ocurriendo en Valencia.

Desde la autoridad portuaria señalan que el tamaño de los puertos es importante para atraer los barcos grandes que son los que mueven las mercancías a nivel mundial y, para seguir teniendo conectividad y que las empresas puedan tener acceso a cualquier mercado del mundo con el menor coste posible. Los responsables de Valenciaport reconocen que podría haber crecido más en 2021 pero, como ha pasado en otros puertos, una parte de los barcos se han tenido que ir a otros destinos ya que se ha rozado la congestión. En este sentido, el Plan de Empresa 2021-2025 de Valenciaport contempla la ampliación de la terminal norte de contenedores que aumentará la capacidad del Puerto de Valencia.

Valenciaport será un hub estratégico del Mediterráneo y un puerto de referencia para las empresas exportadoras españolas que venden sus productos a cualquier rincón del mundo. Es un puerto fundamental para la industria que se confirma año tras año en la apuesta de la comunidad portuaria por dotar de los servicios e instrumentos necesarios para facilitar los movimientos de productos agroalimentarios tanto no perecederos como perecederos.

En este último caso, el transporte marítimo refrigerado se realiza en contenedores reefer, que están equipados con un motor refrigerador que permite el transporte de mercancías sensibles a la temperatura como frutas, verduras, pescados o carnes, pero también otros productos como los químicos o farmacéuticos.

Según el Boletín Estadístico de la Autoridad Portuaria de Valencia (APV), el Puerto de Valencia ha movilizado 81.836 contenedores llenos de carga (exportación) que suponen un 7,03% más que en enero de 2021, mientras que los llenos de descarga (importación) han ascendido a 71.487, con un incremento del 9,14%. También hay que señalar que en enero de este año se han movilizado 43.323 automóviles, un 1,42% más y el tráfico ro-ro ha alcanzado las 950.920 toneladas, un 5,59% por encima del mismo

mes de 2021. Un dinamismo que se ha trasladado al transporte que ha llegado o salido por ferrocarril que ha aumentado un 21,65%.

#### ■ ZAL PORTUARIA

La ZAL del Puerto de Valencia va a generar 2.000 puestos de trabajo entre directos e indirectos. El objetivo del desarrollo de la ZAL es potenciar la actividad del Puerto de Valencia, mediante la instalación de proveedores de servicios y operadores logísticos en su entorno inmediato, fomentando así la actividad económica de Valencia y, por su influencia, la de toda la Comunitat Valenciana. La inversión realizada hasta el momento asciende a 133 millones de euros.

Casi el 50% de la superficie del ámbito de actuación de la ZAL del Puerto de Valencia se dedicará a carriles bici, apantallamientos acústicos, viales públicos, pasarelas verdes peatonales y a zonas de esparcimiento.

Fuentes empresariales destacan que Valenciaport es una herramienta para la mejora de la competitividad de las empresas, un puerto hub con tráfico export/import y transbordo, que tiene conexiones con más de 1.000 puertos de todo el mundo.

Por lo que respecta a los últimos datos facilitados por Valenciaport en 2022, el tráfico de mercancías por sectores y elementos de transporte con 912.242 toneladas sigue siendo la industria que más mercancía moviliza con un incremento del 6,29% respecto a enero de 2021. A continuación, se sitúa la industria agroalimentaria que ha movilizado un total de 703.866 toneladas con una subida del 8,47%, seguido por los materiales de construcción con 642.574 toneladas y un aumento del 6,27%.

China se reafirma en el primer mes del año como el principal socio de Valenciaport a pesar de presentar un ligero retroceso. El comercio con el gigante asiático ha sido de 598.661 toneladas (-2,2%) y 52.564 contenedores (-3,82%). En cambio, Estados Unidos ha experimentado un dinamismo con 687.680 toneladas gestionadas (+16,73%) y 42.766 TEUs (+1,1%). Las mayores su-

bidadas en el tráfico de mercancías han sido Nigeria (+120,5%), Países Bajos (+95,6%), Reino Unido (+80,5%) y Brasil (58,5%).

#### ■ PUERTO DE SAGUNTO

La crisis del gas generada a nivel internacional ha reforzado el papel del Puerto de Sagunto como recinto de reserva estratégico del gas natural en el Mediterráneo occidental. En enero de este año, los muelles de Valenciaport han gestionado 326.798 toneladas de esta fuente energética frente a las 129.963 toneladas de enero de 2021, es decir, un 150% más. La incertidumbre generada por el conflicto entre Rusia y Ucrania, el cierre de uno de los gaseoductos que proceden de Argelia y la coyuntura internacional han posicionado a recintos con regasificadoras como el de Sagunto como puerta de entrada de esta fuente de energía para Europa.

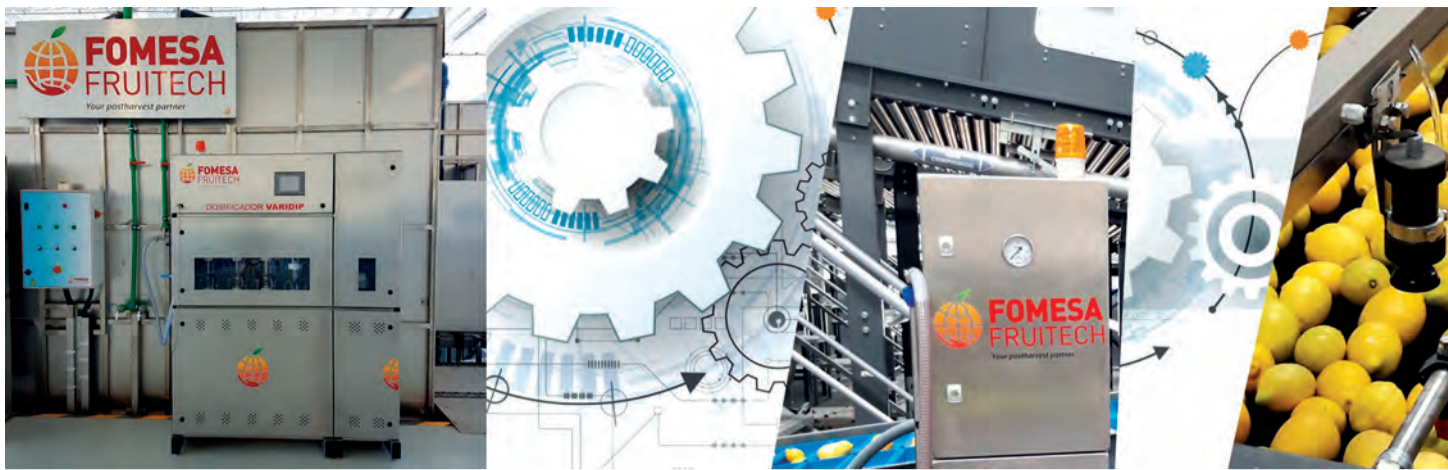
El espectacular incremento de la actividad en el puerto de Sagunto, un recinto con un papel estratégico, va a ser reforzado, según fuentes de la Valenciaport.

El puerto de Sagunto ha cerrado el ejercicio de 2021 superando los 7,5 millones de toneladas y los 57.000 TEUs (contenedor estándar de 20 pies), unas cifras que representan, en ambos casos, unos crecimientos por encima del 25% respecto a 2020, según recoge el Boletín Estadístico de la Autoridad Portuaria de Valencia (APV).

El presidente de la Autoridad Portuaria de Valencia (APV), Aurelio Martínez, ha señalado que “Valenciaport quiere ser un puerto líder en descarbonización y para ello vamos de la mano de nuestra comunidad portuaria para continuar con los proyectos que tenemos en marcha en el marco del objetivo Valenciaport 2030, cero emisiones”.

Concluye Martínez que “tenemos un gran puerto del que tenemos que estar orgullosos y defenderlo todos juntos porque es el futuro de nuestra ciudad y de la Comunitat Valenciana. Queremos ser un puerto de referencia —como ya lo somos en España— a nivel europeo y lo tenemos que conseguir entre todos los que formamos parte de la cadena logística”.





En Fomesa Fruitech disponen de una amplia gama de soluciones que permite a los almacenes de confección trabajar sin residuos fitosanitarios. / FOMESA FRUITECH

## Fomesa Fruitech compartirá novedades y experiencias con sus clientes

Un equipo de la firma se desplazará a Alemania para reencontrarse con sus clientes

### ► FOMESA FRUITECH.

En pocas semanas Fruit Logística volverá a celebrar, de forma presencial, una de las ferias más esperadas por el sector hortofrutícola. Uno de los aspectos importantes que, sin duda, se tratarán en esta edición será el de los tratamientos ecológicos y en este contexto, gracias a una constante innovación, en Fomesa Fruitech disponemos de una amplia gama de soluciones con nuestra línea Green Line que permite a los almacenes de confección trabajar sin residuos fitosanitarios. Actualmente, además, contamos dentro de esta gama con una serie de productos postcosecha certificados como insumos para la agricultura ecológica y una gama de recubrimientos comestibles autorizados según la

Reglamentación Europea, que no requieren marcado, reducen las pérdidas de peso y alargan la vida comercial del fruto.

Los productos Green Line pueden usarse solos o en combinación con los fitosanitarios autorizados de nuestra gama Fruitgard de fungicidas convencionales, seguros, eficaces y garantizados en el control de los principales patógenos postcosecha, que ayudan, de forma eficaz, a reducir el desperdicio alimentario. Con formulaciones clásicas a base de Imazalil, que controla los principales hongos causantes de podredumbres en frutos cítricos, inhibe la esporulación de los hongos existentes y evita su propagación. O formulaciones más nuevas como Penbotec, a base de Pirimetanil, que

es una excelente herramienta para el manejo de resistencias, no tiene ARfD y cuenta con un elevado LMR.

Otro punto crítico en el éxito de la comercialización de la fruta es el encerado y la gama Waterwax, de recubrimientos técnicamente garantizados y de eficacia probada para el control de la pérdida de peso, ofrece un abanico de posibilidades a nuestros clientes adaptadas para cada uso. Como por ejemplo Waterwax Ultramar, especialmente diseñada para envíos a largas distancias, que además de un brillo alto y duradero, aporta una excelente conservación de peso, control de daños por frío y evita roturas por condensación. O nuestra cera 100% vegetal, apta para veganos y con certificación

ecológica, cubriendo así una necesidad cada vez más demandada por el consumidor.

Para fruta de pepita, presentaremos Fruitfog®-PYR, un nuevo formulado a base de Pirimetanil, para tratamiento postcosecha de peras y manzanas en cámaras de conservación. Se trata de un bote fumígeno, por lo que presenta la ventaja logística de no tener que manipular ni mojar la fruta. Se aplica mediante un sistema patentado por Fomesa Fruitech de encendido electrónico (eFOG), eliminando así el uso de fuego.

Y Fysium, la molécula 1-MCP Janssen PMP, que mantiene la calidad de las manzanas durante largos periodos de conservación.

Así, el tratamiento combinado reduce las mermas del producto almacenado, y permite disponer

de fruta de calidad tras muchos meses de conservación, con lo que se flexibilizan las ventas de la fruta en diferentes periodos, obteniendo un mayor beneficio económico.

Otra de las piezas clave en la lucha por reducir el desperdicio alimentario, ante las exigencias cada vez mayores y diversas del mercado, son los equipos y sistemas de aplicación, dosificación y control, como los que desarrolla nuestro departamento de ingeniería y mantiene y supervisa en las centrales hortofrutícolas nuestro equipo de SAT. Equipos que permiten registrar, medir y analizar los datos ofreciendo así un mayor control en los procesos y en la toma de decisiones, reduciendo la variabilidad de los resultados, el consumo de agua, energía, fitosanitarios, etc... generando respuestas rápidas y adaptadas a estas exigencias.

Pero nada de todo esto sería posible sin un equipo de profesionales comprometidos, que aporta valor a diario en nuestros clientes en más de 30 países, desde hace más de 65 años. Acompañándolos, asesorándoles y ayudándoles en el diseño de la estrategia postcosecha que mejor se adapte a sus necesidades, para poder enviar su fruta al mercado con total garantía, cumpliendo con las demandas y especificaciones de cada uno de sus clientes y ayudando a reducir el desperdicio alimentario.

Así pues, asistiremos parte del equipo a Fruit Logística, con mucha ilusión por reencontrarnos con clientes, proveedores y colaboradores y poder volver a compartir novedades y experiencias de forma presencial.

# NO — BAJAMOS LA GUARDIA

El Club de Variedades Vegetales Protegidas dobla el esfuerzo contra las infracciones que dañan a los agricultores que cultivan legítimamente la variedad Nadorcott.



**Nadorcott**

[clubvvp.com](http://clubvvp.com)



**CECILIO PEREGRÍN** / Presidente del sector de Lechugas y Achicorias de Proexport y director corporativo en Primaflor

# “Somos los proveedores de lechuga de Europa en invierno”

*Los cultivos de hoja tienen una gran relevancia en Murcia, y junto a las producciones del sur de Alicante y el norte de Almería, garantizan el suministro de este tipo de hortalizas para todos los consumidores europeos en invierno. La presente campaña avanza con una demanda buena y constante pero los incrementos de costes o la escasez de recursos hídricos están descompensando el desarrollo del ejercicio. Para paliar esta situación, Cecilio Peregrín considera necesario que Europa y el Gobierno de España adopten medidas, y que las cadenas de distribución colaboren. “El primer eslabón no puede estar aguantando el peso de toda la cadena. No podemos trabajar a pérdidas”, señala el presidente del sector de Lechugas y Achicorias de Proexport.*

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Qué lugar ocupan los cultivos de hoja en el conjunto de la oferta hortícola murciana?

**Cecilio Peregrín.** Un lugar top, sin duda. España supera el millón de toneladas de producción de lechugas, escarolas y endivias y en exportación cerramos 2021 con 880.000 toneladas. Pues bien, un 66% de ellas salieron de Murcia. Además, la Región, junto al sur de Alicante y el norte de Almería, conforman la principal zona de cultivo de hoja que provee a Europa en invierno. Me atrevo a decir que cerca del 90% de las hortalizas de hoja que consumen los europeos en la época invernal proceden de estas zonas españolas.

**VF.** ¿Cuáles son actualmente los principales destinos para la comercialización de las producciones procedentes de Murcia?

**CP.** El Reino Unido continúa siendo el principal mercado, pero Alemania ha crecido mucho durante los últimos años. Otros destinos importantes son Holanda, Francia y, por supuesto, la propia España, donde el consumo ha aumentado de forma importante alentado por un estilo de vida más saludable. Fuera de las fronteras europeas se envía producto a la zona del Golfo Pérsico, a destinos como Catar, Dubái y Arabia Saudí, y puntualmente a Canadá.

**VF.** ¿Cómo han evolucionado en los últimos años los cultivos de hortalizas de hoja en Murcia?

**CP.** El sector avanza aceleradamente en sostenibilidad, en mejora de las prácticas agrarias, en tecnificación y digitalización, y muy especialmente en diversificación varietal. Antes, un porcentaje muy elevado de la producción correspondía a lechuga Iceberg, pero ya desde hace muchos años todas las empresas trabajan una gama importante de variedades que cubren las necesidades de los clientes europeos. En este sentido, no dejamos de reinventarnos pensando en el gusto de los consumidores.

La lechuga Iceberg continúa siendo el principal activo, pero se han ido incorporando tipos como la Little gem, los cogollos, las mini romanas, las especialidades de hojas de roble o por ejemplo las Baby leaf y espinacas. Actualmente la mayoría de la firmas del sector ofrecen una amplia gama de productos en su portafolio.

**VF.** ¿Cómo se está desarrollando la presente campaña de hortalizas de hoja?



Cecilio Peregrín recuerda que el primario es un sector básico para la sociedad. / PROEXPORT

**CP.** La actividad de la campaña se está desarrollando con normalidad porque hay menos volumen de cosecha, debido sobre todo a la menor disponibilidad de agua para regadío en todas las zonas de producción. También en este ejercicio se observa un descenso de la producción especulativa que llegaba al mercado otros años.

**VF.** ¿Y cómo están influyendo en la temporada factores como el incremento de costes, la escasez de agua o la inestabilidad geopolítica?

**CP.** La temporada avanza con una buena demanda y constante, pero los incrementos de costes o la escasez de recursos hídricos la están descompensando. En cuanto a la inestabilidad geopolítica por la guerra en Ucrania, genera incertidumbre y nos afectará a medio y largo plazo, pero, de momento, es un problema muy reciente y no está influyendo excesivamente en la campaña. Aunque está produciendo un nuevo incremento de costes energéticos y de fertilizantes que nos preocupa muchísimo.

No obstante, la campaña de lechuga ya arrancó con los costes energéticos disparados, y con aumentos brutales de precios en insumos imprescindibles para la producción. Y, desgraciadamente, no siempre podemos

**“La Región de Murcia, junto al sur de Alicante y el norte de Almería, conforman la principal zona de cultivo de hoja que provee a Europa en invierno”**

**“Paliar los efectos de las fuertes subidas de costes en el sector agrario exige respuestas y soluciones del Gobierno y la colaboración de los clientes”**

repercutir estos incrementos a los clientes. Hay una parte de las cadenas de distribución que están colaborando, pero otras no. Y esto va a provocar que muchos productores en origen se queden por el camino. Debemos evitarlo. Hacemos una llamada a la corresponsabilidad de toda la cadena alimentaria.

**VF.** ¿Qué medidas se podrían adoptar para ‘aliviar’ esta situación?

**CP.** En primer lugar, esta situación que estamos atravesando nos debería hacer pensar que quizá habría que revisar todas las políticas europeas que se están estableciendo, como el Pacto Verde Europeo con estrategias como la denominada “De la Granja a la Mesa”, o la española Ley de la Cadena Alimentaria. Ahora mismo el incremento de costes está impactando con graves con-

secuencias en el sector agrario y en otros ámbitos de la economía. Y esto debería provocar una revisión de todas las iniciativas políticas que supongan un encarecimiento todavía mayor de la energía, los insumos y, en definitiva, la actividad productiva y empresarial. Habría que esperar un momento más idóneo para realizar la transición ecológica porque ahora mismo resulta inviable sin asumir grandes pérdidas y expulsar a los agricultores del mercado.

Por otra parte, paliar los efectos de las fuertes subidas de costes en el sector agrario exige respuestas y soluciones del Gobierno y la colaboración de los clientes. El primer eslabón, la producción en origen, no puede estar aguantando el peso de toda la cadena. No podemos trabajar siempre a pérdidas. Nosotros da-

mos empleo a miles de personas y familias enteras, tenemos un deber moral con todas ellas.

En muchas ocasiones la sostenibilidad se plantea solo como un tema medioambiental, pero también hay que tener en cuenta la sostenibilidad social, y la situación es muy delicada y todos debemos de ser conscientes. Nuestras empresas asociadas no dejan de invertir en nuevas tecnologías para ahorrar agua y para reducir el uso de productos químicos y otros insumos. Ponemos en marcha proyectos de residuo cero y de economía circular. Apostamos por la sostenibilidad, pero en las tres vertientes: la económica, la social y la medioambiental.

Actualmente, considero que lo primordial es reducir los costes energéticos porque si no la viabilidad de los productores y las empresas se encuentra amenazada. Y hacer frente a esta complicada situación es una misión de todos. Nosotros como productores, el Gobierno central tomando medidas para abaratar los costes energéticos y del agua desalada, y las cadenas de distribución acompañando y compensando a sus proveedores en esta fase tan crítica. Desgraciadamente estamos en una economía de guerra y en estas circunstancias todos debemos arrimar hombro.

**VF.** El consumidor también está notando la subida de costes en los hogares. En este contexto, ¿han notado un retroceso en el consumo?

**CP.** De momento, los productores estamos aguantando todo el peso de los costes y los precios solo han subido ligeramente para el consumidor. En frutas y hortalizas frescas las subidas registradas en punto de venta son mínimas, de unos céntimos, no de euros como en productos transformados. Son perfectamente asumibles. Al consumidor le decimos que en estos tiempos no hay mejor forma de alimentarse saludablemente y a precios muy asumibles que con hortalizas y frutas frescas, que además son de aquí, españolas 100%. No obstante, sí que tenemos la sensación de que el consumo se retraerá en general, si no se ponen medios para minimizar los efectos de esta situación, porque el comprador está perdiendo poder adquisitivo.

**VF.** En esta situación tan compleja y con tanta incertidumbre, ¿qué mensaje lanzaría?

**CP.** El mensaje que lanzaría es que el primario es un sector básico para la sociedad. Y si no ponemos medios para poder producir de forma digna, toda la sociedad podemos tener un problema muy grande en breve plazo.

Los productores hortofrutícolas somos gente de confianza. Somos un sector esencial que hemos afrontado momentos muy duros durante la pandemia y hemos respondido garantizando el suministro diario de alimentos frescos, de calidad, seguros y a precios razonables... y así debe seguir siendo.



# Proexport refuerza el mensaje de confianza y seguridad

Los miembros de la entidad vuelven a Berlín con el propósito de transmitir al mundo que son socios fiables en el comercio hortofrutícola internacional

► **ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.**

Proexport y sus empresas asociadas ya preparan su participación en Fruit Logistica 2022, en su reencuentro con la feria alemana tras la suspensión del certamen en 2021 debido a la situación generada por la pandemia. En esta edición el principal objetivo es generar confianza y reforzar que la Región de Murcia y el sureste español son sinónimo de seguridad. Transmitir el mensaje de que los miembros de la entidad son socios fiables en el comercio hortofrutícola internacional.

Este año, debido al cambio de fechas de celebración y a la incertidumbre e inestabilidad, la oferta expositiva de empresas ligadas a la asociación se ha reducido ligeramente. No obstante, en Berlín estarán presentes como expositores Agrícola Santa Eulalia SL; Agridemur Marketing SL; Agromediterránea Hortofrutícola SL; Agromontes Fresh Group SL; Campo de Lorca SCL; Difrusa Export SA; Fruca Marketing SL; Fruveg Sdad Coop; Grupo Hortofrutícola Paloma SA; G'S España Holdings SL; Hortofortini España SLU; Kettle Produce España SL; Looije Águilas SL; Mecagrissa



Mariano Zapata (actual presidente de Proexport), Juan Marín y Fernando P. Gómez en la edición de 2020. / R. FUERTES

SA; SAT 9359 Bonnysa; SAT 9855 Primaflor; Sol y Tierra Campo de Cartagena SL; y Surinver El Grupo Sdad Coop.

A esta oferta expositiva se sumará que la mayoría de las empresas sin stand desplazarán a la feria sus equipos comerciales y directivos como visitantes para mantener contactos directos con los clientes.

La mayoría de expositores de la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport) se encuentran ubicados en el espacio que tiene la Región de Murcia en el Hall 18, en el stand C17. Pero también hay empresas presentes en otros pabellones del recinto de Fruit Logistica. “No obstante, desde

nuestro stand podemos proporcionar información a todos los interesados para dirigirlos hacia los socios presentes en el certamen”, apunta Fernando P. Gómez, director general de la entidad.

“A Berlín acudimos con fuerzas renovadas. Hasta la feria se desplazan los cuadros comerciales, los empresarios y los geren-

tes de la práctica totalidad de nuestras empresas asociadas. Este año, debido a la fecha de celebración, la incertidumbre y la inestabilidad, hay una ligera disminución del espacio expositivo. Para determinadas producciones abril ya no resulta tan atractivo como febrero, pero si resulta muy interesante, entre otros productos, para el sector del melón y la sandía, la fruta de verano y el pimiento, que se encuentra en plena campaña”, explica Fernando P. Gómez.

Según resalta el director general de Proexport, “los objetivos para esta edición son generar confianza y reforzar que la Región de Murcia y el sureste español son sinónimo de seguridad en el abastecimiento durante todo el año, seguridad en la programación adecuada de las producciones demandadas, seguridad en la capacidad de ofrecer una oferta amplia a lo largo de los distintos momentos de la campaña, seguridad alimentaria y un ejemplo de sostenibilidad y condiciones sociales adecuadas para todos los trabajadores. Esto nuestros clientes ya lo aprecian pero es bueno recordarlo a los posibles clientes potenciales en los contactos que se mantengan durante la feria”.

Los asociados de Proexport acaparan un volumen de producción de 1,5 millones de toneladas, muy centrados en las producciones hortícolas, melón y sandía, y en menor medida en fruta de hueso y cítricos. “En hortícolas somos el número uno”, concluye Fernando P. Gómez.

► **VIP.**

Entre la gran variedad de surtidos que ofrece el Paraíso de las Manzanas de Val Venosta, destaca su manzana Pinova, una de las más típicas cultivadas en el valle alpino. No solo es colorida, sino que también tiene un sabor muy equilibrado entre dulzura y acidez con su piel de color rojo bermellón y sus aromas tropicales.

Debido al microclima ideal de Val Venosta, 300 días de sol al año; fuerte fluctuación de temperaturas entre el día y la noche; y la altitud a la que se cultivan las manzanas —entre los 500 y los 1.000 metros—, podemos disfrutar en el mercado de esta variedad de manzanas hasta los meses de verano, entre febrero y julio gracias a su larga durabilidad.

Además del microclima ideal, la pasión y la profesionalidad de 1.600 agricultores de Val Venosta también garantizan una manzana de alta calidad producida en plena armonía con la naturaleza.

La manzana Pinova está disponible en el mercado también como producto orgánico perteneciente a la gama Bio Val Venosta, cumpliendo plenamente las directivas comunitarias de la UE, con las de Bioland y Demeter.

VIP, la Asociación de productores hortofrutícolas de Val Venosta, uno de los mayores productores de Europa, presenta la manzana Pinova de manera innovadora y atractiva.

El objetivo de esta nueva presentación es cambiar el enfoque del consumidor a la hora de elegir su cesta de la compra, orientado a consumir una va-



Pinova tiene un sabor muy equilibrado entre dulzura y acidez con su piel de color rojo bermellón y sus aromas tropicales.

## Pinova, la manzana más refrescante de la temporada



Pinova permite apreciar aromas de mango, plátano, pera madura y lichi.

consumidor, dirigiéndoles a un nivel emocional y elevando la experiencia de consumo como una explosión de sabores. Cada manzana se describe en términos de aromas, sabores y consistencias de la cáscara y de la pulpa. El objetivo es exaltar el valor de cada una de su variedad de manzanas, debido a la ampliación de su oferta informando a los consumidores y guiándolos a elegir la manzana que más se adapte a sus gustos personales.

Los aromas hacia los que te traslada su gusto, incluyendo otros frutos, la exactitud del grado de dulzura y acidez, su garantía de calidad e incluso cuando podrás volver a encontrarlas según su época de recolección y cosecha, son algunas de las descripciones de producto que ofrecerá VIP a sus distribuidores.

“Hemos conseguido dar valor a la singularidad de las manzanas”, añade Benjamin Laimer (Responsable de Marketing en VIP). “Degustar la Pinova significa apreciar los aromas de mango, plátano y pera madura. El toque floral del lichi también está persistente, lo que te hace que esta manzana te traslade a una zona tropical”.

De esta variedad, además de aromas y sabores, se aprecia la fina pulpa y la consistencia de su textura. Firme y muy crujiente en el paladar, esta manzana está caracterizada por su balance de sabores entre el azúcar y la acidez.

Si eres mayorista o comercio de proximidad y quieres descubrir más sobre el Paraíso de las Manzanas no dudes en visitar su web.

riedad de manzana según su sabor y no en función del color, por lo que la gran mayoría de los consumidores se decantan a la hora de comprar en su frutería de confianza.

“VIP quiere dar más valor a cada una de sus manzanas ensalzándolas a un nivel superior en el proceso de compra”, recalca Christiane Gfrei, Sales Manager de Val Venosta. Revolucionando los códigos de comunicación del sector, presenta sus manzanas a modo de una degustación propia del sector vinícola, empatizando con el



EVA PÉREZ SÁNCHEZ / Presidenta del Comité Sectorial de Pimiento de Proexport y Gerente de Agromontes Fresch Group, SL

## “El pimiento murciano está subiendo puestos en el ranking de exportación”

*En un contexto de preocupación e incertidumbre por el incremento de los costes y la inestabilidad política y de los mercados, el sector del pimiento murciano afronta la campaña con responsabilidad y profesionalidad. “Son tiempos convulsos pero los productores de Proexport y de toda la Región de Murcia aportamos nuestra capacidad de adaptación y amplia experiencia, trabajo e ilusión para seguir ofreciendo a nuestros clientes nuestros mejores productos”, señala Eva Pérez Sánchez.*

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Cómo se presenta la campaña de pimiento en la Región de Murcia?

**Eva Pérez Sánchez.** Desde un punto de vista agronómico y comercial afrontamos la campaña como todos los años, con responsabilidad y con la seriedad de un trabajo anterior bien hecho. También con muchísima profesionalidad de agricultores, técnicos y personas trabajadoras de todas nuestras empresas, alhóndigas y cooperativas asociadas para ofrecer ese pimiento que por calidad y sabor excepcional demandan los consumidores españoles y europeos en primavera y verano. A la vez, el entorno geopolítico y sus efectos económicos nos produce preocupación e incertidumbre.

**VF.** ¿Cómo está influyendo el incremento de costes y la inestabilidad geopolítica en la planificación de la temporada murciana?

**EPS.** Al incremento de los costes se les une la inestabilidad política y de los mercados, a todo ello hay que sumar las consecuencias de una guerra que llega cuando aún nos estamos recuperando de una pandemia prolongada durante dos años. Ojalá termine pronto este drama humano.

Como influyen todos estos parámetros en la planificación del cultivo en los productores de la Región de Murcia y Alicante se puede extrapolar a cómo está afectando a la economía mundial y europea: con un incremento sin precedentes en los costes de todos los factores de producción, en especial el energético y los envases, que nos obliga a realizar ajustes en la gestión empresarial, hacer muy bien nuestros números y dialogar mucho con nuestros clientes. Esto es clave,

debemos colaborar estrechamente para mantener a la vez la producción en origen y el consumo.

**VF.** ¿Está influyendo también la escasez de agua en la campaña?

**EPS.** De momento no. En la Región de Murcia se ha invertido durante muchos años en una agricultura sostenible de precisión lo que se traduce en un sistema de producción muy tecnificado, con riego localizado y fertirrigación en casi en todos los invernaderos, recogida de aguas pluviales, construcción de embalses, un mix eficiente de aguas del Trasvase Tajo-Segura junto a desalación, aguas subterráneas y depuradas, y unas conductas adquiridas durante años de ahorro de agua en cada uno de los cultivos y procesos.

Es cierto que vivimos una situación hídrica complicada, pero más por falta de políticas serias e inversiones en infraestructuras que por la propia falta de lluvias. Cuando la política nacional se olvide de ideologías e intereses localistas y se centre en hacer el bien para toda la España agraria, sin excepciones, el problema será mucho menor.

**VF.** ¿Prevén solapamientos con producciones de otras zonas españolas?

**EPS.** Probablemente este año durante el mes de marzo y abril coincidamos con Almería, con unas cantidades superiores a las del año pasado, pero lo esperábamos. La climatología, no obstante, marcará si esta situación se da finalmente en mayor o menor grado.

**VF.** Uno de los principales competidores de pimiento murciano es Holanda. Este año, ante el importante incremento del coste de la electricidad o el gas, necesarios para la producción en invernadero, ¿puede reducirse la presión



Eva Pérez destaca que el pimiento murciano es un bombazo de sabor y color. / VF.

holandesa dejando una situación más favorable para Murcia?

**EPS.** Es cierto que el hecho de la subida de costes energéticos nos afecta a todos en general y en particular a aquellos que tienen una dependencia de los mismos a la hora de producir sus productos, por su localización geográfica y modelo productivo. Por ello, creemos que al inicio de campaña los productores holandeses no tendrán los kilos habituales, lo que hace prever un aumento

de la demanda europea hacia las producciones españolas.

**VF.** ¿Cómo ha evolucionado en los últimos años el cultivo del pimiento en Murcia?

**EPS.** En los últimos años, el pimiento murciano, tanto convencional como ecológico, está subiendo puestos en el ranking de exportación y en el conjunto de la oferta murciana, debido a la calidad y a las garantías fitosanitarias y sociales que ofrecemos. Según datos de Proexport

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Almería, con 2,9 millones de toneladas; Murcia con 2,7 y Valencia con 2,4 millones de t, son las principales provincias exportadoras de frutas y hortalizas frescas, acaparando el 61% del total comercializado en el exterior por España en el ejercicio 2021.

Almería representó en la pasada campaña el 21% del total de frutas y hortalizas vendidas al exterior; que ascendieron a 13,4 millones de toneladas, seguida muy de cerca por Murcia con el 20% del total y de Valencia con el 18%.

Respecto a 2020 las tres provincias crecieron en volumen exportado, un 1% en el caso de Almería, un 5% en el caso de Murcia y un 3% Valencia.

De las principales hortalizas comercializadas en el exterior por España (pimiento, lechuga, tomate, pepino y coles), Almería exportó los mayores volúmenes

## Almería, Murcia y Valencia lideran la exportación

Durante 2021 vuelve a confirmarse la fuerte concentración provincial del comercio exterior hortofrutícola español

de pimiento, pepino y tomate mientras que Murcia lo hizo en lechuga y coles.

La exportación española de pimiento en 2021 ascendió a 853.582 toneladas, de las que 584.418 procedieron de Almería y 123.200 de Murcia. Las ventas de lechuga totalizaron 811.704 toneladas, de las que 542.270 procedieron de Murcia y 153.402 de Almería.

Los envíos de tomate ascendieron a 662.487 toneladas de las que 385.009 procedieron de Almería, seguida a distancia de

Murcia, con 85.828 t y Granada con 64.866 t. En cuanto a pepino, la exportación fue de 660.311 toneladas, de las que 477.789 t procedieron de Almería y 63.2156 t de Granada.

En coles, con una exportación total de 539.290 toneladas, Murcia envió al exterior 334.761 t, seguida a distancia de Alicante con 46.024 toneladas.

### FRUTAS

En el caso de las frutas, las más exportadas son cítricos, con Va-

lencia como primera exportadora, seguidos de sandía, melón, melocotón, nectarina y fresa.

La exportación de cítricos en 2021 se situó en 3,7 millones de toneladas, de las que 1,1 millones procedieron de Valencia, un total de 733.143 de Castellón, 564.601 de Murcia y 232.796 t de Alicante.

La exportación de sandía se elevó a 996.617 toneladas, de las que 494.494 procedieron de Almería, un total de 240.530 de Murcia y 107.701 de Valencia. En melón, España exportó 430.763 tone-

“Nos gustaría que tras años de negociaciones de la Unión Europea con Estados Unidos pudiese abrirse el mercado americano para el pimiento murciano”

y Aduanas, en 2021 la Región de Murcia exportó 123.000 toneladas de pimiento, un 52% más que hace 5 años. Algo debemos estar haciendo bien.

**VF.** ¿Cuáles son actualmente los principales destinos para la comercialización del pimiento murciano?

**EPS.** Principalmente los destinos están en la propia España y países dentro de Europa, si bien es cierto que es un producto ampliamente demandado en mercados más lejanos, como el canadiense. Gastronómicamente nuestro pimiento es un bombazo de sabor y color, y allá donde lo prueban, repiten. Nos gustaría que tras años de negociaciones de la UE con Estados Unidos pudiese abrirse el mercado americano para el pimiento murciano.

**VF.** ¿Qué innovaciones se están llevando a cabo en el sector del pimiento murciano para adaptarse a las demandas de los mercados?

**EPS.** Innovaciones de todo tipo, tanto en cultivos en campo como en tecnologías y materiales de envasado de los mismos.

Innovaciones referentes al ahorro de agua con cultivos en hidropónico y con estudios de recirculación del agua, nutrición vegetal sostenible, producciones ecológicas, digitalización de invernaderos, control de plagas mediante lucha integrada, control de resistencias, estudios de nuevas variedades adaptadas al cambio climático, innovando en tamaños y texturas, en vida útil... y como no adaptando los envases a las nuevas normativas, mediante nuevas confecciones con mallas o plásticos biodegradables, lo que aumenta aún más los costes tan elevados por los factores anteriormente citados.

En resumen, podríamos decir que son tiempos convulsos pero que los productores de Proexport y de toda la Región de Murcia ofrecemos nuestra capacidad de adaptación y nuestra amplia experiencia, trabajo e ilusión para seguir ofreciendo a nuestros clientes nuestros mejores productos.

ladas, procedentes de Murcia 208.660; de Almería 92.395 t; de Valencia 30.252 t y de Alicante 27.502, destacando también Ciudad Real con 20.121 toneladas.

Las ventas al exterior de nectarina sumaron 356.664 toneladas, siendo las principales provincias exportadoras: Lérida con 93.352 t, Murcia con 58.355 t, Huesca con 40.609 t; Valencia con 32.019 t y Badajoz con 30.023 t.

La exportación de melocotón se elevó a 344.271 toneladas correspondiendo los mayores volúmenes a Lérida con 110.404 t; Murcia con 65.951 t; Valencia con 39.262 t y Huesca con 37.822 t.

En cuanto a la fresa, de las 316.556 toneladas vendidas al exterior por España, un total de 246.896, el 78% del total, procedieron de Huelva, seguida a distancia de Valencia, con 33.188 según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, procesados por Pepex.





Los empresarios señalan al aeropuerto Castellonense como el tercer pilar de una de las mejores zonas logísticas de Europa y en el mediterráneo con conexiones con todo el mundo. / AEROCAS

# El aeropuerto de Castellón resucita en 2022 con la creación de una zona logística y una inversión de 105 millones

El aeropuerto castellanense, Aerocas, anuncia más de dos millones de metros cuadrados para empresas logísticas e industriales a escasos metros de la pista de aterrizaje y junto al Corredor del Mediterráneo

► GONZALO GAYO. CASTELLÓN.

El Aeropuerto de Castellón puede convertirse en un gran centro logístico de carga en esta parte del Arco Mediterráneo. De hecho, los empresarios señalan al aeropuerto Castellonense como el tercer pilar de una de las mejores zonas logísticas de Europa y en el Mediterráneo con conexio-

nes con todo el mundo. Aerocas obtuvo recientemente el certificado de agente acreditado de carga que otorga la Agencia Estatal de Seguridad Aérea e impulsará la adecuación del muelle de carga de la terminal de mercancías para dotarlo de mayor operatividad. Por tierra y mar, la Comunidad Valenciana no tendrá rival

en las próximas décadas como una de las zonas mejor dotadas en infraestructuras para el tráfico de mercancías. El Corredor del Mediterráneo, la ampliación del Puerto de Valencia y el parque industrial de Sagunto se han convertido en los grandes aliados que pueden dar una nueva vida al aeropuerto de Castellón.

Un aeropuerto en busca de su ADN con las mercancías y en el corazón de la poderosa industria del azulejo y cerámica.

Actualmente, el Aeropuerto de Castellón, Aerocas, no tiene movimiento de mercancías y apenas puede justificar gastos con el testimonial paso de pasajeros. Sin embargo, el futuro de

las mercancías en esta parte del Arco del Mediterráneo sonríe a este aeropuerto que estaba condenado al fracaso.

El aeropuerto de Castellón ha tomado nota de las peticiones de los empresarios castellanenses y se suma a la revolución logisti-

*(Pasa a la página siguiente)*

**VALLEY GOLD**

Alta calidad interna  
Fruta de enero  
Calibres homogéneos  
Productiva

**CITRICOM**  
Managing nature's perfection

WWW.CITRICOM.CO.ZA  
JLOPEZ@CITRICOM.EU



## “El aeropuerto de...”

(Viene de la página anterior)

ca que experimenta el Corredor del Mediterráneo y su conexión cántabra. La sociedad pública Aerocas ha puesto en marcha la denominada Zona de Actividades Complementarias (ZAC), que abarca una superficie de 208 hectáreas y donde está previsto el emplazamiento de empresas relacionadas con la aeronáutica y la logística, además de otro tipo de actividades industriales y económicas.

La sociedad Aeropuerto de Castellón SL (Aerocas), adscrita a la Generalitat Valenciana, es la entidad propietaria y gestora de las instalaciones del aeropuerto de Castellón, y el solo anuncio de la ZAC ha despertado el interés de gestores logísticos y se han confirmado los primeros contactos de empresas interesadas en su instalación.

Una de las primeras empresas interesadas es IAS Handling que ya ha planteado al aeropuerto de Castellón su intención de ocupar parcialmente la terminal de carga durante seis años e instalar allí un ADT de mercancías. Esta empresa presta el servicio de handling a terceros en el aeropuerto de El Prat desde 2017 y en el de Adolfo Suárez-Madrid Barajas desde 2019, en los que da servicio, entre otros, a aerolíneas, importadores, exportadores, transportistas, agentes de aduanas/transitarios y usuarios privados, así como a distribuidoras farmacéuticas, empresas del sector textil, compañías de automoción y de alimentación.

Su actividad como ADT se centra en la manipulación y gestión, tanto física como documental, de la carga aérea que vuela en aviones comerciales y cargueros, de tal modo que actúa como depósito aduanero, con lo que se responsabiliza de custodiar la mercancía hasta que las autoridades correspondientes dan la aprobación para su entrada y salida del país.

Desde la Generalitat señalan que se va a someter a información pública, a fin de que otras iniciativas similares puedan concurrir en competencia, tal como establecen las normas internas de Aerocas, la sociedad gestora de la instalación aeroportuaria.

La actual terminal de carga del recinto castellanense dispone de dos plantas y una superficie de 1.700 m<sup>2</sup>, además de muelles de carga en el lado tierra y aire.

La puesta en marcha de la plataforma industrial del aeropuerto de Castellón posibilitará destinar el espacio liberado a la actividad de carga que pretende poner en marcha a lo largo de este 2022, ampliando así la cartera de servicios del aeropuerto.

En una reciente visita a las instalaciones de Aerocas, el conseller de Política Territorial, Obras Públicas y Movilidad de la Generalitat Valenciana, Arcadi España anunció que esta plataforma industrial, arranca con una superficie cercana a los 31.000 m<sup>2</sup> y que ha supuesto una inversión de dos millones de euros. Señala que la creación de esta plataforma “garantiza los planes de expansión de las empresas que ya operan en el aeropuerto, favorecerá la implantación de otras compañías y permite liberar espacio para el desarrollo de otras actividades, como la logística”.



La sociedad pública Aerocas ha puesto en marcha la ZAC que abarca una superficie de 208 hectáreas. / AEROCAS

La nueva ZAC es una actuación que forma parte de la Estrategia Valenciana de Recuperación de la Generalitat y lleva aparejada una inversión aproximada de 105 millones de euros.

Por su parte, la directora general de Aerocas, Blanca Marín, destaca que el desarrollo de la ZAC “permitirá ofrecer espacio para la implantación de empresas del ámbito aeronáutico y aeroespacial, así como del logístico”. Confirma que el proyecto se encuentra en una fase avanzada de tramitación, ya que el Plan Especial de la ZAC está en el tramo final del proceso de participación pública y la previsión es licitar la redacción del proyecto de urbanización en el primer semestre del presente año, con lo que entraremos en la fase de ejecución de la ZAC.

La ZAC está incluida en el Plan Director del aeropuerto, que define dos ámbitos de actuación: la zona industrial, que abarca una superficie de 53,39 hectáreas; y la zona de reserva interior, con una superficie de 154,98 hectáreas. Es objetivo estratégico de Aerocas promover en esta reserva de suelo un polo económico vinculado al aeropuerto y a los pies de Corredor del Mediterráneo. El desarrollo de la ZAC se realizará por fases y en función de la demanda empresarial.

La administración autonómica participa de forma directa en el capital social de Aerocas, en un porcentaje del 96,81%, y de forma indirecta a través de la Sociedad Proyectos Temáticos de la Comunidad Valenciana (SPTCV), titular del 3,18% de las participaciones. El porcentaje restante del capital social es titularidad de la Diputación Provincial de Castellón. El Plan Especial para la Zona de Activi-

**Solo el anuncio de la Zona de Actividades Complementarias -ZAC ha despertado el interés de gestores logísticos y ya se han confirmado los primeros contactos de empresas interesadas en su instalación**

**La aportación del aeropuerto de Castellón en el tráfico de mercancías eleva el atractivo de esta zona del Arco del Mediterráneo y es una de las localizaciones de inversiones preferentes de empresas europeas**

dades Complementarias (ZAC) cuenta con un importante apoyo del empresariado castellanense y no sería de extrañar el espaldarazo que el Corredor del Mediterráneo brinde, a través de la Asociación Valenciana de Empresarios que preside el naviero Vicente Boluda, en el marco de la colaboración publico-privada en la Comunitat Valenciana.

### ■ NODOS LOGÍSTICOS

La Comunitat Valenciana cuenta con 15 nodos logísticos existentes que se distribuyen en 9 plataformas logísticas (una única cuenta con intemporalidad, otros tres centros de servicios al transporte, una zona de actividades logísticas, un solo centro de carga aérea y otro centro de transportes).

La aportación del aeropuerto de Castellón en el tráfico de mercancías eleva el atractivo de esta zona del Arco del Mediterráneo, que se ha convertido en los últimos años en una de las localizaciones de inversiones preferentes para nuevas industrias europeas, como así lo está testificando Parc Sagunt.

La red logística de la Comunitat Valenciana en el año 2038 se

basará en una superficie bruta de suelo logístico de 2.700 has de las cuales 760,90 has corresponden a nodos logísticos ya existentes, y las 1.946,5 has restantes se refieren a superficie planificada y en la que figura el proyecto del aeropuerto de Castellón.

De los 18 nodos planificados, 7 de ellos cuentan con planificación ya iniciada mientras que los 11 restantes corresponden a nuevas propuestas cuyo desarrollo requiere de análisis específicos.

En cuanto al tipo de nodo logístico, la mayor parte de la superficie se concentra en plataformas logísticas con o sin intermodalidad (2.561,1 has; 94,5%), lo que se debe a que el tipo de actividad que se desarrolla en sus instalaciones requiere de mayores niveles de superficie que otras tipologías de nodos logísticos.

La ZAL de Castellón mantendrá una estrecha relación con la ZAC de Aerocas. La Plataforma Logística Intermodal de Castellón constata la necesidad de contemplar en el desarrollo de la misma el espacio logístico necesario para el desarrollo de actividades relacionadas directamente con los tráficos portuarios

y que permitan a la Autoridad Portuaria de Castellón ofrecer terrenos a sus potenciales clientes/usuarios para la fidelización de sus tráficos y la generación de valor añadido en las cadenas logísticas y de transporte que operan en la rada castellanense.

La Plataforma Logística Intermodal de Castellón en la zona portuaria y su futura conexión con el aeropuerto convertirán al eje de Sagunto, Castellón y Valencia como una de las zonas logísticas más importantes del mundo.

### ■ SUS CARACTERÍSTICAS

El aeropuerto se sitúa en los términos municipales de Vilanova d'Alcolea y Benlloc, a 32 kilómetros al norte de la ciudad de Castellón y a 100 Km de la de Valencia. Ocupa un lugar estratégico, junto a la milenaria Vía Augusta, y equidistante a los principales municipios turísticos de la provincia. Desde el sur se accede por la autovía CV-10 y desde el norte por la carretera CV-13, que enlaza con la N-340 y la AP-7. Abarca una extensión aproximada de 540 hectáreas y tiene categoría 4D. Se abrió al tráfico en diciembre de 2014.

El campo de vuelo del aeropuerto de Castellón se compone de una pista de despegue-aterriaje con una longitud de 2.700 metros y 45 metros de anchura. Las calles de rodadura asociadas dan acceso a la plataforma de estacionamiento, con una superficie de 68.150 m<sup>2</sup>, que puede acoger hasta 9 aeronaves de clave D.

El edificio dispone de dos plantas y una superficie 10.450 m<sup>2</sup>. La planta baja está dedicada a las llegadas y facturación, mientras que la zona de embarque se sitúa en la primera. En ambas plantas se encuentran las concesiones, zonas de seguridad, instalaciones y zonas administrativas, 12 mostradores de facturación, 4 puertas de embarque y 2 cintas de recogida de equipajes.

La terminal de carga dispone de dos plantas y cuenta con una superficie de 1.700 m<sup>2</sup>. El edificio está dotado de muelles de carga en las fachadas del lado tierra y lado aire.

En estos momentos, el aeropuerto castellanense alberga a seis aviones ucranianos que aterrizan en el aeropuerto de Castellón antes incluso de la invasión rusa en tierras ucranianas. Los aviones llegaron al aeropuerto castellanense, después de que las compañías de seguros notificaran a la aerolínea Ukraine International Airlines (UIA) una rescisión del seguro para volar en el espacio aéreo de este país.

Con todo, 2022 puede ser el año que permita encontrar al aeropuerto de Castellón su lugar en el mundo a través de la logística y el tráfico de mercancías desde una necesaria coordinación entre las administraciones y las empresarias/os de cara a un futuro prometedor en la logística y tráfico de mercancías a esta orilla del mediterráneo. Los siguientes retos a los que se enfrentan las administraciones son las conexiones de infraestructuras con el eje central del Corredor del Mediterráneo así como puertos, zonas logísticas y aeropuertos. Un diálogo no siempre fácil y que ocasiona retrasos, disfunciones y pérdida de oportunidades como ocurre hoy día con el Corredor del Mediterráneo.



El aeropuerto busca su ADN con las mercancías en el corazón de la poderosa industria del azulejo y cerámica. / G GAYO