

valencia fruits

24 de mayo de 2022 • Número 2.983 • Año LX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La aprobación de la aplicación del tratamiento en frío en las naranjas importadas de Sudáfrica ha experimentado un nuevo retraso. / ARCHIVO

Indignación en el sector citrícola español por el tratamiento en frío

Cambios y retrasos en la exigencia a Sudáfrica por presiones de Países Bajos y Alemania

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

La aprobación de la aplicación del tratamiento en frío en las naranjas importadas de Sudáfrica para impedir la propagación de la falsa polilla en suelo europeo ha experimentado un nuevo retraso y no se aprobó en la reunión del SCoPAFF del 19 y 20 de mayo ante un imprevisto giro liderado por Países Bajos (país con importantes intereses en Sudáfrica) y secundado por Alemania.

Esta situación desató la indignación en el sector citrícola español que teme cambios poco favorables para los cítricos europeos justo cuando la campaña sudafricana está a punto de comenzar y sin que faltase la presión del gobierno de Sudáfrica sobre el mercado europeo para condicionar el texto de la propuesta final amenazando incluso con suspender sus exportaciones de naranja a territorio de la Unión

Europea. Al cierre de esta edición está previsto que esta semana se presente y se lleve a votación una nueva redacción de la propuesta.

Las organizaciones agrarias, las administraciones estatal y autonómica y el sector en general han manifestado su preocupación ante este nuevo revés que amenaza la continuidad de la falta de reciprocidad en el comercio citrícola mundial en el que sale claramente perjudicada la citricultura

Europea. Desde el ministro Luis Planas hasta el president de la Generalitat Puig, las reacciones de apoyo de los representantes políticos a la citricultura española no se han hecho esperar y está previsto que el ministro de Agricultura respalde a los agricultores españoles en las importantes citas de la semana del 23 de mayo en Bruselas.

Más información en pág. 3



Esta semana

4 El sector citrícola se beneficiará de 24,1 millones en ayudas para paliar los efectos de la invasión rusa

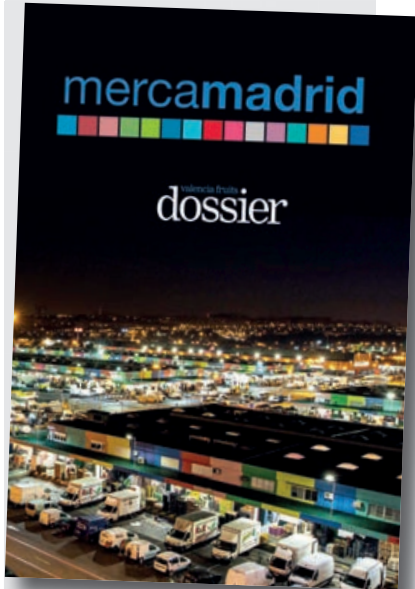
6 “Relato de un despropósito”, artículo de opinión Cirilo Arandis



7 Entrevista a María José Sánchez, directora de Fruit Attraction

8 El campo levantino protesta en defensa del trasvase Tajo-Segura

9 El CITA investiga en nuevas variedades de cerezo para extender la campaña



Fruta de verano II

dossier



ÍNDICE

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

PAMPOLS
PACKAGING INTEGRAL

Profesionales
del packaging

900 401 777
www.pampols.es

BRGS BRGS
Storage and Distribution Agents and Brokers
CERTIFICATED CERTIFICATED
FSC

**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

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

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

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

La última de los holandeses

Por GONZALO GAYO

Preocupación al máximo nivel por el nuevo ataque perpetrado contra los cítricos españoles en las instancias de la UE por iniciativa de los acomplejados holandeses que siguen sin asumir su triste historia de perdedores y vencidos. Siguen causando sus incomprensibles diatribas contra cualquier interés en el que figure el nombre de España, hasta el punto de que empiezan a cansar con tanto acomplejamiento y ataques contra los intereses de nuestra agricultura. Trataron de causar un daño irreparable a la unidad de Europa durante la crisis de la pandemia oponiéndose a las ayudas a España para combatirla. Felizmente, entonces la señora Ángela Merkel estaba en activo y les paró los pies, a diferencia del actual canciller Olaf Scholz, que sigue tocando de oído cada vez que mueve ficha.

Los holandeses han vuelto a la carga con el apoyo de Alemania contra los cítricos españoles dejando abierta la puerta a importaciones sin controles en frío para los cítricos sudafricanos mientras nuestras cosechas cuelgan de los árboles. Sorprenderá a los lectores que el segundo país exportador de cítricos en el mundo sea Países Bajos cuando no tienen ni un naranjo plantado en su bello país.

Sin embargo, las autoridades europeas siguen haciendo concesiones a este lobby holandés que continúa actuando en contra de los agricultores europeos, de la PAC y del Pacto Verde tratando de arruinar las cosechas próximas a kilómetro cero mientras ellos se llenan los bolsillos importando cítricos de Sudáfrica sin control, un país ubicado a 11.000 kilómetros de Europa. Para Bruselas el impacto ambiental y fitosanitario en el que incurren los holandeses es un tema menor que puede acabar con la exigencia de dimisiones en alguna cartera del ejecutivo de Von der Leyen, mientras se cuecen movilizaciones que empiezan a organizarse frente a la hipocresía de los burócratas de la UE.

No se sabe muy bien qué pasó el pasado viernes en Bruselas, pero lo cierto es que los holandeses lo han vuelto a hacer para sorpresa de propios y extraños, ya que la propia UE dio vuelta al calcetín y paralizó la votación prevista. Todo un disparate que enciende las alarmas del Palau de la Generalitat y en La Moncloa.

Desde el Palau cuentan, en nota oficial, que el president de la Generalitat, Ximo Puig, “asume personalmente la defensa de la citricultura valenciana” después de que el pasado viernes la Comisión Europea “retirase en el último momento su propia propuesta para aplicar un tratamiento de frío a los cítricos importados de Sudáfrica y otros países de



Cítricos valencianos en los mercados. / GONZALO GAYO

la zona, como Zimbabwe, con el fin de evitar el riesgo de entrada de la plaga de la Falsa Polilla en territorio comunitario”.

Señalan también que el presidente Puig se ha dirigido al ministro de Agricultura, Luis Planas, para pedirle que muestre una actitud de “máxima firmeza” ante la Unión Europea tras este “giro inesperado” que llevó a la retirada de la iniciativa para imponer el referido procedimiento de control de la sanidad vegetal.

Las gestiones se dirigen también a los responsables de la UE para que “antepongan la protección de la sanidad vegetal de los cítricos europeos a intereses y consideraciones de cualquier otra índole”, instando a la eurodiputada Rodríguez a que refuerce una agenda que evite nuevos goles de la escuadra holandesa y en fuera de juego. Se incluye también en la ofensiva a los embajadores de Países Bajos y Alemania para tratar el tema.

Parece probable que el ministro Planas inste a incluir uno de los puntos del orden del día, para que se reconsidere la posición de la UE sobre el tratamiento en frío. Añaden las mismas fuentes que el ministro tenía previsto reunirse este lunes con la comisaria europea para abordar la cuestión.

La Comisión, tras retirar el pasado viernes su plan inicial sobre el tratamiento en frío, anunció su intención de presentar una nueva propuesta al respecto, lo cual deja la puerta abierta a la negociación y “un margen de maniobra para seguir trabajando”, dicen las mismas fuentes.

La Generalitat reconoce en su comunicado que “la decisión del Ejecutivo comunitario obedece a las duras presiones ejercidas tanto por el propio gobierno de Sudáfrica como por su aliado tradicional, Países Bajos, con el apoyo de Alemania. El jefe del Consell también

mantendrá contactos con los embajadores de estos dos países para abordar la situación”.

Desde la Generalitat no dicen, pero saben, que los agricultores están al límite de las posibilidades humanas para resistir tantos golpes que les impiden seguir adelante. Que el tema del tratamiento en frío es la gota de un vaso colmado. Estamos batiendo récords de abandono de tierras y el pesimismo se adueña de un sector castigado y que no ha tenido la atención y el reconocimiento merecido. Ni tan siquiera una remodelación que el sector pedía a gritos en la Conselleria de Agricultura ha sido escuchada. Pocas luces y muchas sombras, aunque para muchos es mejor no verlo y dedicarse al sainete.

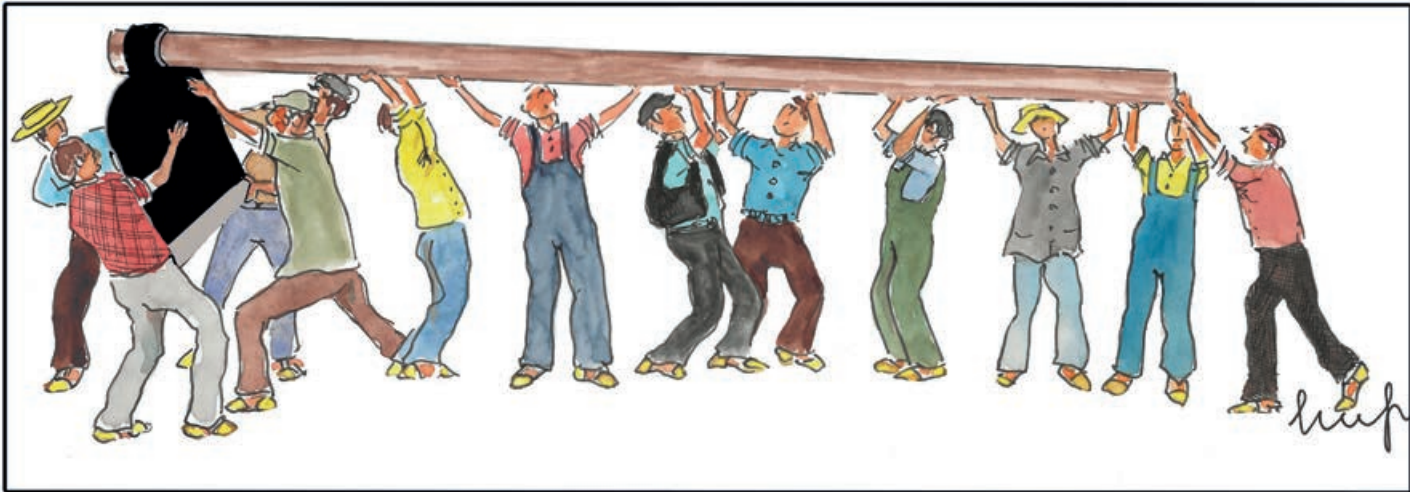
La noticia de Bruselas cayó el pasado viernes como una losa que amenaza con llevarse por delante la citricultura y los valores que representa la PAC. Si apoyamos a los cítricos a 11.000 km de distancia y condenamos a nuestros agricultores a que la fruta se pudra en el árbol, pues apaga y vayámonos.

La rápida respuesta propiciada este pasado fin de semana desde la administración valenciana y española debe propiciar la unidad que permita hacer frente a las maniobras orquestales en la oscuridad de los holandeses, pero, sobre todo, a tratar en profundidad de asentar las bases y los pilares que garanticen el futuro de nuestra agricultura, generando empleo y riqueza como viene haciendo en los últimos 2.000 años.

Confiemos en que se resuelva este contencioso y se aproveche la ocasión para hablar en profundidad de tantas preguntas cuyas respuestas siguen estando en el aire. Necesitamos un gran pacto de la agricultura valenciana por el bien de las futuras generaciones.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

El aplazamiento para la aplicación del tratamiento en frío indigna al sector citrícola

Países Bajos propone cambios en la exigencia del *cold treatment* para la naranja sudafricana y fuerza, con el apoyo de Alemania, una nueva propuesta en la CE

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

La reunión del SCoPAFF del 19 y 20 de mayo debía concluir con la aprobación de la aplicación del tratamiento en frío en las naranjas importadas de Sudáfrica para impedir la propagación de la falsa polilla en suelo europeo. Todo apuntaba en la tarde del jueves a que se iba a aprobar en términos similares a lo previsto, pero, según indican fuentes próximas a la negociación, el viernes Países Bajos realizó una serie de alegaciones a las que se sumó Alemania, posponiendo la decisión definitiva a una nueva redacción que debería presentarse durante esta semana ya que la Comisión, tras retirar su plan inicial, anunció su intención de presentar una nueva propuesta al respecto, lo cual, según señalaban desde el Consell, al menos “deja la puerta abierta a la negociación y un margen de maniobra para seguir trabajando”.

Según apuntan fuentes cercanas a la negociación, la decisión del Ejecutivo comunitario obedece a las duras presiones ejercidas tanto por el propio gobierno de Sudáfrica como por su aliado tradicional, Países Bajos, con el apoyo de Alemania. Un inesperado giro que truncaba el compromiso adquirido por la Comisión Europea para aplicar un tratamiento de frío a los cítricos importados de Sudáfrica y otros países de la zona, como Zimbabwe, para evitar así el riesgo de entrada de la plaga de la falsa polilla (*Thaumotobia leucotreta*) en territorio comunitario.

La indignación estallaba el viernes en el sector citrícola español ante este retraso que hace intuir cambios poco favorables para los cítricos europeos justo cuando la campaña sudafricana está a punto de comenzar. Como apuntaban desde La Unió, “el problema ahora es que los buques con naranjas de Sudáfrica están dispuestos ya para zarpar en unos días hacia Europa en el inicio de la nueva temporada de importación del hemisferio sur y será muy difícil ya tener dispuesto ese tratamiento de frío ante del comienzo de esta”. El aplazamiento del punto en el que estaba previsto aprobar el tratamiento en frío en tránsito, para evitar la entrada de la falsa polilla, se produce pese a las conclusiones del informe técnico de la Autoridad Europea para la Seguridad Alimentaria (EFSA).

Según recordaban desde Intercitrus, el ejecutivo comu-



Este retraso hace intuir cambios poco favorables para los cítricos europeos. / ARCHIVO

Este inesperado cambio de guion puede perjudicar seriamente los intereses de la citricultura europea

nitario planteaba esta semana una posible modificación del reglamento que implicaba una flexibilización del tratamiento de frío propuesto en febrero, y expuesto a posibles alegaciones, que pasaba de -1 a +0° C durante 16 días a -1 a +2° C durante 20 días. Pese a ello, este último planteamiento tampoco fue defendido por la Comisión, según señalaba AVA-Asaja. Desde el sector citrícola español está previsto contactar por carta con la comisaría europea de Sanidad y Seguridad Alimentaria, Stella Kyriakides.

La presidenta de Intercitrus, Inmaculada Sanfeliu, señalaba: “Necesitamos conocer las razones de esta falta de transparencia y por qué Sudáfrica tiene mayor fuerza en las decisiones del ejecutivo comunitario que la necesaria mitigación del enorme riesgo fitosanitario al que está sujeta la agricultura europea. Necesitamos que nos responda a una sencilla pregunta: ¿Cómo los agricultores europeos van a cumplir con los objetivos medioambientales de la estrategia comunitaria ‘De la granja a la mesa’, que implica una reducción de fitosanitarios del 50% antes de 2030, si la UE no

les protege de plagas foráneas, cuarentenarias y prioritarias tan graves como la ‘Falsa polilla?’”. Sanfeliu, que en su colaboración habitual en **Valencia Fruits** de la semana pasada ya apuntaba sobre la “responsabilidad de la Comisión Europea con los agricultores” de cara a la votación del viernes 20 de mayo, concluía en sus declaraciones tras este nuevo revés que “el principio de cautela que ha regido la reciente reforma de la normativa europea de sanidad vegetal ha quedado totalmente maltrecho”, concluía.

Además, el gobierno sudafricano incrementaba la presión sobre el mercado europeo para condicionar el texto de la propuesta final amenazando incluso con suspender sus exportaciones de naranja a suelo europeo.

■ REACCIONES INSTITUCIONALES

Al cierre de esta edición está previsto que se celebre en Bruselas el martes 24 de mayo una reunión del consejo de ministros de Agricultura europeos en la que se prevé que Luis Planas lidere personalmente la defensa de la aplicación del *cold treatment* ante la inquietud que genera esta nueva incertidumbre. Planas forzará que uno de los puntos del orden del día sea reconsiderar la posición de la UE sobre el tratamiento en frío.

Asimismo, el ministro de Agricultura español tenía previsto reunirse este lunes por la tarde con la comisaría europea de Sanidad y Seguridad Alimen-

taria, Stella Kyriakides, quien, como apuntan desde Intercitrus, señaló en el pasado que la medida preventiva se aplicaría antes de iniciarse la campaña sudafricana. El ministro español podrá dar a conocer la posición de España ante este inesperado cambio de guion que puede perjudicar seriamente los intereses de la citricultura europea.

La retirada de la actual propuesta para la aplicación del tratamiento en frío y la nueva redacción provocaron una rápida reacción del sector que encontraba su respaldo en la Administración ante lo que parece que vuelve a convertirse en un juego geopolítico en el que los intereses de los países del norte prevalecen sobre los del sur. Durante el fin de semana, los miembros más representativos del Consell se han pronunciado respaldando a los agricultores valencianos.

El presidente de la Generalitat, Ximo Puig, se implicaba personalmente en la defensa de la citricultura valenciana y hacía público este domingo su apoyo a los agricultores valencianos, exigiendo a Europa que no ceda a las presiones de Sudáfrica y ofreciendo al ministro Planas el apoyo del Consell para defender al sector citrícola. Puig afirmaba que “el Consell comparte con el conjunto de las entidades representativas de la citricultura su estupor y malestar” ante lo sucedido, subrayando “el respaldo inquebrantable de la Generalitat a sus demandas y reivindicaciones”.

Asimismo, el jefe del Consell trasladaba al ministro de Agricultura y a la eurodiputada Inmaculada Rodríguez Piñero la necesidad de que redoblen sus esfuerzos en defensa del campo valenciano durante esta semana en Bruselas y reclamaba a las autoridades comunitarias que “no cedan a las presiones de Sudáfrica y antepongan la protección de la sanidad vegetal de los cítricos europeos a intereses y consideraciones de cualquier otra índole”.

El jefe del Consell ofrecía al ministro de Agricultura “todo el apoyo y la colaboración de la Generalitat en un tema tan sensible para nosotros como este” y contactó también con la eurodiputada valenciana para solicitarle que se redoblen todos los esfuerzos en el ámbito euro-parlamentario “para lograr que las justas demandas de los citricultores valencianos y europeos sean debidamente atendidas”.

La consellera de Agricultura, Mireia Mollà, por su parte, calificaba de “muy grave” que el Ejecutivo comunitario “pueda poner en peligro la citricultura valenciana y otros cultivos y especies vegetales europeas por no solicitar el tratamiento en frío a las importaciones de naranja procedentes, fundamentalmente, de Sudáfrica y Zimbabwe”.

Mollà indicaba desde la Conselleria que dirige que la Generalitat analizará con los responsables del sector y con el ministerio de Agricultura las medidas que se van a emprender para conseguir que se aplique el tratamiento en frío y evitar que la plaga de la falsa polilla pueda extenderse en Europa.

En la misma línea se manifestaba el secretario autonómico de Agricultura, Roger Llanes, quien afirmaba que “se van a estudiar todas las opciones que se abren para conseguir que se aplique el tratamiento en frío y evitar que la plaga de la falsa polilla pueda extenderse por toda Europa”. “Sería un hecho muy grave que se debe evitar”, aseveraba. “No es de recibo exigir a la agricultura europea cumplir con los objetivos medioambientales y de reducción de fitosanitarios del plan ‘De la Granja a la mesa’ si no se protege a los agricultores europeos de la entrada de plagas foráneas”, matizaba Llanes.

El presidente del PPCV, Carlos Mazón, por su parte, apuntaba hacia el jefe del Consell afirmando que “Puig es incapaz de defender la agricultura valenciana, ni ante Sánchez ni ante Bruselas” y calificaba de “fracaso” lo sucedido en Bruselas: “la situación de la agricultura se va a agravar en los próximos meses por todos los inconvenientes que continúan poniendo como la prohibición de las quemadas, los recortes del agua o el aumento de costes. Tras vender el “éxito de Puig y Mollà” ahora la Comisión Europea rechaza el tratamiento indispensable para la importación de cítricos. Deberían salir a dar explicaciones ante este nuevo fracaso”, sentenciaba, dando por perdida la aprobación del *cold treatment*.

A 21 DE MAYO

Exportados 500.384.660 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2021/2022, a 21 de mayo, se han enviado a países terceros, en exportación (499.719.220) y reexportación (665.440), un total de 500.384.660 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2020/2021, a 22 de mayo de 2021, lo exportado eran 416.570.230. En la misma semana, la cifra de exportación, **sin Gran Bretaña**, en la campaña 2021/2022 es de 226.919.116 kilos, mientras que en la campaña 2020/2021 el volumen era de 240.764.681.

Países de destino (Kg):	Campaña 21/22		Campaña 20/21	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	550.428	989	424.645	1.294
Angola	91.855			
Arabia Saudita	20.226.971		22.324.097	
Argentina	1.356.987		2.745.913	
Armenia	15.971		18.183	
Australia	166.460		258.153	
Bahrain	233.165		347.500	
Bielorusia	926.273	4.950	4.438.468	
Bosnia-Herzegovina	686.643		63.699	
Botsuana			22.880	
Brasil	12.368.674		19.051.997	
Bulgaria	14.990		210	
Burkina Faso	5.753		34.673	
Cabo Verde	306.169	27.667	92.903	
Canadá	48.163.659		53.288.220	22.950
China	4.165.901		1.397.014	
Colombia	958.413		605.824	
Congo (República)			22.434	
Corea del Sur	1.003.493		404.334	
Costa de Marfil	110.601	24.870	129.302	4.787
Costa Rica	1.535.337		1.565.170	
Curaçao	462.065		453.106	
Ecuador	44.880			
El Salvador	358.626		217.101	
Emiratos Árabes Unid	13.623.019		12.720.497	300
Estados Unidos	607.441		310.071	
Gabón	81.450		388.576	
Georgia			42.042	
Ghana	163.450		135.740	
Gibraltar	308.906	13.938	316.075	12.059
Gran Bretaña	273.228.046	237.498	175.801.919	3.630
Guatemala	422.167		202.043	
Guinea	7.524	4.003	42.675	3.540
Guinea Ecuatorial	248.897	55.595	359.617	37.358
Guinea-Bissau	13.982			
Honduras	359.329		180.205	
Hong-Kong	916.642		89.010	
India			1.388	
Irlanda	148.403			
Islandia	868.364		540.440	
Jordania			118.738	
Kazajistán	21.294		79.630	
Kenia			41.600	
Kuwait	513.871		744.154	
Liberia	30.079			
Macedonia			131.053	
Malasia	3.110.815		1.357.981	
Maldivas	22.230		10	
Mali	29.614	6.795	150.791	14.361
Marruecos	780		389	84
Mauritania	9.489	12.674	54.364	1.469
Moldavia	914.407	46.295	1.097.795	19.613
Nigeria	240.705		74.370	
Noruega	40.157.833	640	40.216.709	
Omán	1.921.773		1.714.821	
Panamá	1.636.217		1.838.699	
Perú			22.080	
Qatar	3.902.635		3.968.399	
Rep. Centroafricana	48.199	118.455	118.688	76.683
Senegal	29.425	60	22.275	
Serbia	3.028.870		2.619.738	160
Seychelles	51	10		
Sierra Leona	12.497		10.777	
Singapur	376.773		374.767	
Sri Lanka	47.884			
Sudáfrica	1.637.012		2.287.125	
Sudán	14.080			
Suiza	53.466.016	104.472	55.987.983	158.049
Ucrania	3.701.580	6.529	3.801.897	
Uruguay	94.161		342.938	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	355.733	800	3.564.639	
Satsuma	13.813.564	8.658	2.442.281	9
Clementina	86.973.358	11.027	62.257.683	20.147
Clementina hoja	9.977.179	769	8.241.845	
Clemenvilla	5.519.388		4.675.429	
Hernandina	1.094.367		1.217.421	
Kara	40			
Wilking			943	
Fortuna	133.692		168.416	
Mineola	35.746		535	
Ortanique	9.283.808		9.620.356	
Ellendale	70		468	
Otras mandarinas	51.220.144	10.756	34.140.300	10.658
Uso industrial	289.952		118.154	
Nadorcott	28.872.756	174.321	26.728.561	35.213
■ TOTAL MANDARINAS	207.569.796	206.330	153.177.031	66.027
Navelina	63.600.702	31.596	60.199.610	19.566
Navel	17.779.646	2.897	14.645.081	
Navel Late	2.961.231	4.090	3.104.493	257
Lane Late	69.969.062	4.807	66.274.850	
Salustiana	14.490.192	9.368	15.033.917	
Cadenera	35.309		483.992	
Sanguina	426.378		89.437	
Sanguinelli	1.007.735		1.029.955	
Valencia Late	4.423.671	169.230	4.459.730	109.709
Verna	1.331.963	7.144	69.177	23
Otras	10.527.294	61.823	10.612.672	43.421
Uso industrial	195.439		435.041	
Navel Powel	16.882.074		9.822.915	
Barberina	824.880		2.671.799	47
■ TOTAL NARANJAS	204.466.077	289.954	188.932.711	173.022
■ TOTAL LIMONES	82.988.665	157.603	68.746.249	107.590
■ TOTAL POMELOS	4.647.327	11.493	4.891.289	9.614



El valor de las hortalizas se ha incrementado un 10% y el de las frutas se ha estabilizado. / ARCHIVO

El valor de la exportación crece un 5% en el primer trimestre

El volumen comercializado ha descendido un 2 por ciento

► VF. REDACCIÓN. Las ventas al exterior de frutas y hortalizas frescas en el primer trimestre del año se situaron en 3,7 millones de toneladas y 4.888 millones de euros, lo que ha supuesto un descenso en volumen del 2% respecto al mismo periodo del año anterior y un crecimiento del valor del 5%, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, procesados por Fepex y hechos públicos la semana pasada.

El descenso interanual en volumen de las exportaciones españolas en el primer trimestre de 2022 se ha producido tanto en hortalizas, con un 3% menos y 1,9 millones de toneladas, como en frutas, con una caída del 1% y 1,7 millones de toneladas. En cambio, el valor se ha incrementado

en el caso de las hortalizas, con un crecimiento del 10% situándose en 2.692 millones de euros, mientras que se ha estabilizado en frutas, con 2.195 millones de euros (-0,2%).

Las hortalizas más vendidas al exterior en el periodo analizado han sido pimiento, con 545 millones de euros; tomate con 467; pepino con 368; lechuga con 335; coles con 285 y calabacín con 174 millones. En frutas, tras los cítricos, destacó la fresa con 369 millones de euros; la frambuesa con 142 y el aguacate con 131 millones.

En cuanto al precio medio en el periodo analizado, el de hortalizas se ha situado en 1,36 euros/kilo y el de frutas ha alcanzado un valor de 1,26 euros/kilos.

Según las estadísticas del Departamento de Aduanas e Im-

puestos Especiales, procesadas por Fepex, las principales comunidades exportadoras fueron Andalucía, con 1,3 millones de toneladas, un 2% menos que en el primer trimestre de 2021; Comunitat Valenciana, con 1,2 millones de toneladas (-4%) y Murcia, con 694.268 toneladas (-13%). El valor ascendió a 2.316 millones de euros en el caso de Andalucía (+11%), a 1.306 millones de euros en la Comunitat Valenciana (-5%) y 827 millones de euros en el caso de Murcia (+16%).

Considerando solo el mes de marzo, la exportación hortofrutícola se situó en 1,2 millones de toneladas, un 5% menos que en el mismo mes de 2021 por un valor de 1.705 millones de euros, la misma cifra obtenida en el mismo periodo del año anterior.

El sector citrícola se beneficiará de 24,1 millones en ayudas para paliar los efectos de la invasión rusa

Favorecerá a 30.000 agricultores y a una superficie de 110.400 ha

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. Desde la Generalitat Valenciana, la titular de Agricultura, Mireia Mollà, ha confirmado la aprobación de ayudas de 24,18 millones de euros para la producción de cítricos, que beneficiarán a 29.400 citricultores y citricultoras del conjunto de la Comunitat Valenciana.

La Conferencia Sectorial de Agricultura aprobaba el pasado 18 de mayo la distribución territorial de las ayudas, para compensar las dificultades del sector primario derivadas del conflicto bélico en Ucrania, que ascienden en total a 128,9 millones de euros.

La negociación y mediación de la Conselleria de Agricultura ha permitido a la Comunitat Valenciana obtener la mayor dotación para las explotaciones de cítricos, que cubrirán una superficie de 110.400 hectáreas, el 80,5% de las parcelas en producción.

“Las ayudas son un reconocimiento al valor y al peso de la citricultura valenciana, que añade a una campaña complicada los efectos colaterales de sobreoferta y hundimiento de precios por la invasión rusa. Los cítricos son el



La Comunitat Valenciana obtiene la mayor dotación para sus cítricos. / ARCHIVO

único sector agrario que recibe estos fondos gracias al trabajo para exponer y contrarrestar al máximo las causas que amenazan a la citricultura valenciana”, ha indicado Mollà.

La consellera ha pedido al Ministerio “seguir avanzando en defensa del sector con la solicitud para declarar los cítricos producto sensible” ante la Unión Europea y negociar una revisión de los acuerdos comerciales comunitarios que acaben con la “competencia desleal que arrui-

na nuestra citricultura”. La subvención, de concesión directa, se cobrará a través de la solicitud única de la PAC y está prevista para las explotaciones a partir de 0,5 hectáreas. El reparto constata la singularidad del sector en la Comunitat Valenciana, caracterizado por el minifundismo y la democratización de la tierra, ya que el mayor número de beneficiarios y hectáreas se concentra en el primer tramo de las ayudas: parcelas de entre 0,5 y 5 hectáreas de superficie.

PlantSeal®

PlantSeal®
Shine-Free

PlantSeal®
* Pendiente certificación *Tropicals*

Recubrimientos vegetales
con certificación ecológica

Y aptos para consumo vegano

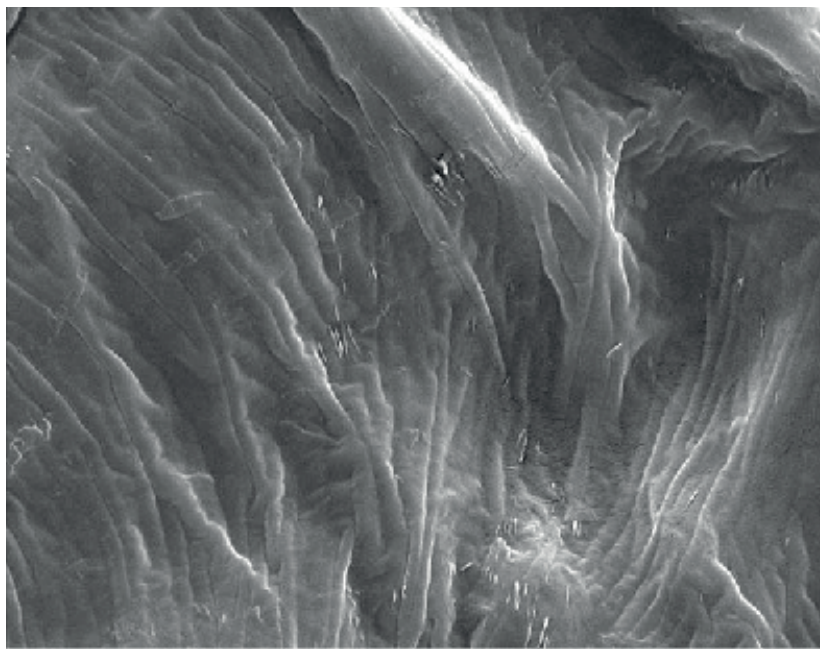


Imagen de Microscopia Electrónica de Barrido (SEM) de la micromorfología de las hojas de *Arabidopsis thaliana*, están cubiertas por una capa continua de cera epicuticular.

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.

Además, reducen los manchados por daño por frío ocasionados durante cuarentenas por frío o transportes frigoríficos prolongados.



BIOCARE 
by CITROSOL



@Citrosol_com



CITROSOL

CITROSOL 
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com
info@citrosol.com

OPINIÓN

Relato de un despropósito



Por CIRILO ARANDIS (*)

Llevo varios días frotándome los ojos para ver si puedo despertar de un mal sueño, pero lo cierto es que estoy bien despierto y que la pesadilla no es más que una realidad que nunca creí que pudiera suceder. Y es que los señores de Bruselas nos han robado la cartera a plena luz del día, con toda clase de testigos, y delante de la policía. Me siento estafado por lo sucedido y me vienen a la cabeza las palabras del dramaturgo, académico y político español Adelardo López de Ayala, quien dijo en una de sus obras que “cuando la estafa es enorme, ya toma un nombre decente”. Y es que lo acaecido el pasado viernes dentro del Comité Permanente de Plantas, Animales, Alimentos y Piensos (SCoPAFF) de la Unión Europea, simplemente no tiene nombre. O lo tiene muy feo.

Un simple hecho, cargado de significación y repercusión, ha desatado la indignación de todo el sector citrícola español, y europeo en general. Se trata de la decisión unilateral por parte de la Comisión Europea de retirar del Orden del Día de la reunión del SCoPAFF del pasado 20 de mayo, el punto de su propia propuesta de Reglamento que debería obligar a la aplicación de un tratamiento en frío a las naranjas provenientes de países donde está presente la *Thaumatotibia leucotreta*. Los motivos aducidos a esta retirada, ninguno. Las explicaciones dadas, ninguna. Y además sin preaviso, causándonos una sorpresa infinita. Como vemos, métodos muy propios de una Administración que se jacta de gobernar una sociedad de alto nivel democrático.

El hecho en sí, descontextualizado, puede que no explique la avalancha de declaraciones altisonantes habidas desde todos los ámbitos del sector citrícola español. Esta tribuna es un espacio perfecto para explicar la gravedad de la decisión adoptada —o más bien, no adoptada— en Bruselas. Y es que estamos cada vez más hartos de la llegada de nuevas plagas de cuarentena. En esta ocasión, se nos habían prometido cuestiones, por parte de personalidades relevantes en el seno de la Comisión Europea. Sin embargo, a la hora de la verdad, todo puede que haya sido una escenificación teatral. O puede que, cuando todo estaba ya a punto, alguien haya llamado a alguien para decirle que hay que retirar la propuesta. Vamos, lo mismo que aquel sketch del genial Miguel Gila por el que se enrola en Scotland Yard, y que acaba deteniendo al asesino con indirectas, pues no le gusta la violencia. Todos recordaremos aquella famosa frase de “Alguien ha matado a alguien, y no me gusta señalar”.

De igual modo, conviene dejar claros algunos conceptos que sirven para sustentar nuestro miedo y, a la vez, indignación. Lo primero es decir que en estos momentos estamos libres de la presencia de esta plaga, cosa que debe de irritar a alguno de nuestros colegas del otro hemis-



Cirilo Arandis: “España, como país, y el ministerio de Agricultura han sido poco menos que ridiculizados en el convencimiento desde Bruselas de que tienen escaso o nulo peso político”. / ARCHIVO

ferio, pues de estar presente, no haría falta ninguna medida. La segunda cuestión es contar qué efectos tiene esta polilla. Es un lepidóptero que deposita sus huevos sobre la piel del fruto, los cuales, al eclosionar, permiten la salida de una larva que penetra en este y se alimenta de su interior. En cítricos se conocen más de 50 plantas hospedantes, a las que puede ocasionar caída temprana de la fruta, y favorecer la aparición de infecciones secundarias por hongos y bacterias. Finalmente, la pregunta definitiva es si los servicios de inspección fitosanitaria de la Unión Europea han detectado algún envío contaminado con esta polilla, y la respuesta, desgraciadamente, es afirmativa, y en niveles preocupantes.

Este es el motivo por el cual la Comisión Europea solicita a la EFSA, Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria, la elaboración de un estudio de riesgo de entrada de esta plaga en Europa, así como las medidas que se deben adoptar para que esto no ocurra. La EFSA es una entidad descentralizada, para garantizar su independencia, que se entronca directamente con las instituciones comunitarias, y que tiene como misión el asesoramiento científico e independiente sobre los riesgos existentes y emergentes relacionados con la cadena alimentaria. En este análisis también se encuentran los aspectos relativos a la protección de las plantas y la fitosanidad.

La EFSA, en su estudio, fue rotunda al concluir que la única medida eficaz para evitar la entrada de *Thaumatotibia leucotreta* en la UE era el tratamiento

“Un simple hecho, cargado de significación y repercusión, ha desatado la indignación de todo el sector citrícola español, y europeo en general. Se trata de la decisión unilateral por parte de la Comisión Europea de retirar del Orden del Día de la reunión del SCoPAFF del pasado 20 de mayo, el punto de su propia propuesta de Reglamento que debería obligar a la aplicación de un tratamiento en frío a las naranjas provenientes de países donde está presente la *Thaumatotibia leucotreta*”

“Existía una promesa política de la puesta en valor de la exigencia del tratamiento en frío antes del inicio de la campaña de comercialización de los cítricos del hemisferio Sur. Con ello, la Comisión no hacía más que cumplir con su obligación, exigiendo las medidas que su órgano asesor científico le había propuesto. Con lo acaecido, estamos asumiendo un riesgo innecesario de llegada de la plaga”

en frío. A partir de aquí empieza en Bruselas una ceremonia de la confusión, alternándose decisiones en un sentido y en el contrario, afirmando una cosa y haciendo la contraria, adquiriendo compromisos que nunca llegan a ser ciertos cuando más cerca se está de poderse cumplir. El primer acto de invocación de la confusión tiene su prólogo en una primera propuesta de Reglamento de la Comisión que hacía caso de las propuestas del informe de la EFSA. El desconcierto comienza a fraguarse en el momento en que no se incluye su votación como punto del Orden del día de la reunión del SCoPAFF del mes de abril. Recordemos que es en este órgano donde los distintos socios comunitarios dan su opinión y votan. En esta ocasión, la excusa fue que no había dado tiempo a debatir la respuesta de la OMC, Organización Mundial del Comercio, a la consulta formulada desde Bruselas de compatibilidad de la propuesta de Reglamento. Se quería atar bien todos los cabos, se dijo en aquel momento.

Como somos buena gente —por eso aceptamos que la pro-

puesta de frío sea solo para naranjas y no para mandarinas—, nos lo creímos, y esperamos con cierta impaciencia la siguiente convocatoria de los días 19 y 20 del mes de mayo. En esa fecha, la propuesta de Reglamento ya habría realizado todo su recorrido político y administrativo. No quedaba otra que incluir este punto en el orden del día de la reunión del mes de mayo, con lo que, además, se cumpliría la promesa de la Sra. Stella

Kyriakides, Comisaria de Sanidad y Seguridad Alimentaria, en el sentido que el Reglamento se aprobaría antes del comienzo de la campaña de comercialización de cítricos procedentes del hemisferio sur de 2022. Entre medias, la propuesta técnica se cambia, de una primera consistente en un rango de temperaturas entre -1 y 0°C durante 16 días, a otra con temperaturas de entre 1 y 2°C durante 20 días. Como referencia, para exportar a USA, se le exige a Sudáfrica un tratamiento en frío nunca inferior a -0,55°C durante 22 días.

Llega el 19 de mayo, y la segunda propuesta de Reglamento de tratamiento en frío estaba dentro del orden del día. Así pues, ya fuera el día 19 o el día 20, pues la sesión estaba prevista que durara dos días, se tendría que votar. No hay que negar la impaciencia habida en esa fecha del día 19, pues cuántas veces se nos había dado como excusa que no había respaldo suficiente entre los socios comunitarios. En este ocasión además que la razón nos asistía, la gestión política del Ministerio de Agricultura, y también del Gobierno valencia-

no, estaban siendo satisfactorias. El día 19 no se votó y trasladamos todas nuestras esperanzas al día 20, sabiendo que, de no haber un posicionamiento claramente contrario de los Estados miembros, la Comisión llevaría adelante su propia propuesta de Reglamento.

La sorpresa fue mayúscula cuando el día 20 no es que no se votó, sino que se retiró la propuesta del Orden del Día, sin previo aviso ni explicación alguna. Ante este despropósito, propio de repúblicas bananeras, hay que ser contundentes y exigir que, a la mayor brevedad, la Comisión Europea de explicaciones, veraces y creíbles, por las cuales cercenó un proceso sobre al que a partir de ahora se proyectan muchas sombras. Más allá del proceso, se pone en tela de juicio la credibilidad de la Comisión, así como toda la política comunitaria, pues la actitud mostrada es contraria a las estrategias “De la Granja a la Mesa” y de “Biodiversidad”. Muy altaneros a la hora de exigir al productor, pero poco coherentes a la hora de ser consecuentes y dar ejemplo.

Existía una promesa política de la puesta en valor de la exigencia del tratamiento en frío antes del inicio de la campaña de comercialización de los cítricos del hemisferio sur. Con ello, la Comisión no hacía más que cumplir con su obligación, exigiendo las medidas que su órgano asesor científico le había propuesto. Con lo acaecido, estamos asumiendo un riesgo innecesario de llegada de la plaga. Si llega, es seguro que la Sra. Comisaria se pondrá a silbar mirando al cielo. Y cuando llegue la *Thaumatotibia*, ¿con qué trataremos, si cada vez nos retiran más materias activas? ¿Quién se hará responsable de las pérdidas económicas que sufran los productores? En todo caso, habrá que ir al origen de la plaga, pues aquí no hay, a buscar depredadores alternativos al uso de tratamiento químico. Y entonces, ¿alguien puede garantizar que no se producirán en algún momento desequilibrios ecológicos?

Estoy seguro de que con el tiempo se acabará sabiendo lo qué ha ocurrido, y qué intereses ocultos existen para que un país tercero como Sudáfrica tenga tanto poder dentro de la Comisión Europea, que sea capaz de poner en riesgo la producción de uno de sus principales sectores agrarios. Pero entonces será tarde. De momento, España como país, y el Ministerio de Agricultura, han sido poco menos que ridiculizados, en el convencimiento desde Bruselas de que tienen escaso o nulo peso político. El día 24 de mayo está convocado un Consejo de Ministros de Agricultura en Bruselas, donde hay que poner encima de la mesa, todo lo que hay que poner, y quien lo tenga que poner. Nos hayamos poco menos que ante una cuestión de Estado y de prestigio como país.

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

MARÍA JOSÉ SÁNCHEZ / Directora de Fruit Attraction

“El mérito de la buena trayectoria de Fruit Attraction es de las empresas”

La nueva directora de Fruit Attraction, María José Sánchez, es una profesional del mundo ferial que está confirmando desde su recién estrenado puesto el posicionamiento y potencial del sector hortofrutícola español como “clave para nuestra economía”. Aunque la edición 2022 será eminentemente presencial, algunos cambios de la etapa de la pandemia han venido para quedarse y “ya no se entendería una propuesta ferial solo presencial”. Con la mirada puesta en que “los participantes vean cumplidas sus expectativas empresariales”, Sánchez asume “con ilusión” el reto de consolidar la feria “entre los eventos de negocio imprescindibles en su ámbito a nivel mundial”.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. Para usted que es una gran conocedora del mundo ferial y de Ifema, ¿qué es lo que más le ha llamado la atención al llegar a la primera línea de Fruit Attraction?

María José Sánchez. Destaco muy especialmente la profesionalidad de los participantes y su implicación con la feria. Sin duda el mérito de la buena trayectoria de Fruit Attraction es de las empresas. La feria tiene una dimensión internacional muy importante y una gran capacidad para promover exportaciones. Esta capacidad exportadora del sector hortofrutícola español, en muchos casos desconocida para la sociedad, también me deslumbra y hay que reconocer el enorme mérito de la industria.

VF. ¿Cómo está viviendo su acercamiento al sector hortofrutícola?

MJS. Desde luego he confirmado su posicionamiento y potencial como sector clave para nuestra economía. Admiración por todas las empresas y su capacidad de superación para afrontar las dificultades. Estoy conociendo las principales zonas productoras de España y está siendo muy enriquecedor para mí. Muy especialmente porque me está permitiendo apreciar la trascendencia de esta industria para el desarrollo y crecimiento económico de nuestro país. Es un orgullo ver de primera mano su trabajo, el control, la calidad, la investigación e innovación, la logística... El sector hortofrutícola es esencial. Es estratégico y de vital importancia mantener la posición del sector en el mercado comunitario que tiene que afrontar una fuerte competencia de países terceros.

VF. ¿La frase “ha venido para quedarse” puede aplicarse a cambios provocados por la pandemia que van a influir en el desarrollo de las ferias futuras?

MJS. Efectivamente ha habido muchos aprendizajes en este tiempo. Y los ha habido en todos los ámbitos. Seguramente muchas cosas serán diferentes, y no solo en el ámbito ferial o del sector hortofrutícola, sino en todos. Desde luego la digitalización, la tecnología, los cambios en los hábitos de compra y consumo de los clientes, generarán nuevos escenarios de oportunidades. La pandemia ha acelerado transformaciones en nuestro día a día que, efectivamente, han venido para quedarse (trabajo, consumo, ventas, formación, etc.).

También nosotros, desde Ifema Madrid, comenzamos un proceso de transformación y di-



María José Sánchez, directora de Fruit Attraction. / FRUIT ATTRACTION

gitalización que nos está permitiendo explorar nuevas posibilidades y extraer nuevas ventajas. Todo un esfuerzo por acelerar la digitalización de las ferias y eventos, y por seguir siendo un dinamizador económico capaz de activar oportunidades de negocio y conocimiento. De ahí el trabajo por diseñar las funcionalidades de una plataforma que permitiera reunir la oferta y la demanda de numerosos sectores, como ha sido el caso de éxito Fruit Attraction LIVEConnect.

VF. ¿Qué novedades plantean desde la organización para Fruit Attraction 2022?

MJS. En esta ocasión, a las ya reconocidas áreas Fresh Produce e Industria Auxiliar, se suma

como novedad una nueva área monográfica, startup's hub, dedicada a empresas de nueva creación, tanto del segmento Fresh Produce, como Industria Auxiliar. También este año, Fruit Attraction potencia Fresh Food Logistics, la plataforma sectorial al servicio de la logística, el transporte y la gestión de la cadena de frío para alimentos frescos. Una convocatoria única en la Unión Europea, profesional e hiperespecializada, que reúne bajo un mismo techo a todos los actores de la cadena alimentaria de frío dirigido. Asimismo, vuelve a apostar por las soluciones de transformación a través de la innovación, de la sostenibilidad y de la digitalización con el Área

“Esta capacidad exportadora del sector hortofrutícola español me deslumbra y hay que reconocer el enorme mérito de la industria”

“Nuestro reto es ofrecer una herramienta comercial rentable, ampliar el espectro internacional y ser un espacio de tendencias”

Smart Agro—productos innovadores que apliquen tecnologías de la información al sector hortofrutícola—, y Biotech Attraction—investigación y desarrollo tecnológico en agrobiología/biotecnología vegetal—.

Por otro lado, la fresa será en esta ocasión uno de los productos estrella de la próxima edición con el área Fresh&Star con el objetivo de promover la apertura de mercados e impulsar y dar visibilidad a las empresas productoras nacionales. Volvemos también a organizar un completo programa de jornadas técnicas y actividades, que harán de la Feria el centro de conocimiento para el sector, con unas sesiones caracterizadas por la gran diversidad de contenidos, así como por el alto nivel de los participantes y ponentes. A todo ello se sumará igualmente el Área Innovation Hub y Foro Innova y, como ya es habitual, Factoria Chef volverá con atractivas demostraciones y showcookings. Por supuesto, ponemos en marcha el Programa de Compradores Internacionales al que vuelve a sumarse la

iniciativa Países importadores invitados, con Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita y Canadá como protagonistas. Una acción que favorecerá las relaciones comerciales entre los países de la Unión Europea y estos mercados extracomunitarios, arropado por un programa completo de mesas redondas, visitas guiadas a la feria, sesiones de B2B.

VF. ¿Va a continuar la combinación de formatos digital-presencial o todo el peso va a caer en la presencialidad?

MJS. Nosotros apostamos por la digitalización como complemento al evento presencial. Fruit Attraction acoge a toda la comunidad bajo la plataforma Fruit Attraction LIVEConnect, que brinda a todos sus miembros la oportunidad de mantenerse conectados 365 días al año. Es una potente herramienta de comunicación que genera visibilidad y notoriedad de marca, además de la posibilidad de realizar networking, catálogo de productos y servicios y acceso a contenido especializado de gran calidad. Ya no se entendería una propuesta ferial solo presencial. No significa que sean dos ferias simultáneas online y offline, sino la complementación de ambos canales. Una única experiencia ampliada gracias a la tecnología.

VF. ¿Qué objetivos pretenden alcanzar en esta edición?

MJS. El objetivo fundamental es que los participantes vean cumplidas sus expectativas empresariales. Nuestro reto es seguir siendo capaces de ofrecer una herramienta comercial rentable, continuar ampliando el espectro internacional de su convocatoria, y que Fruit Attraction sea el espacio para el futuro, las tendencias... Y para ello, debemos seguir dando respuesta a las necesidades del sector.

VF. ¿Qué objetivo personal se marca para esta etapa como directora de Fruit Attraction?

MJS. Asumo la dirección de Fruit Attraction con enorme responsabilidad y respeto a este sector tan consolidado en nuestro país. Y, desde luego, también lo asumo con la ilusión de aportar todo lo que esté en mi mano para seguir consolidando y posicionando la feria con el único objetivo de que las empresas vean cumplidas sus expectativas empresariales.

Recojo el relevo de un proyecto muy consolidado al que daré continuidad, por supuesto, con la colaboración de nuestro socio estratégico para este sector, Fepex. Creo fundamental potenciar todo lo positivo que ha dado excelentes resultados estos años e incorporar al proyecto otros elementos novedosos que garanticen máximo retorno de inversión para el sector. Con el asesoramiento del comité organizador, además de compromiso, ilusión, confianza, trabajo y creatividad e inversión, podremos seguir consolidando Fruit Attraction entre los eventos de negocio imprescindibles en su ámbito a nivel mundial.



La fresa será uno de los productos estrella de la próxima edición con el área Fresh&Star. / FRUIT ATTRACTION

Agrocultivos

El campo levantino protesta en defensa del trasvase Tajo-Segura

Más de 4.000 personas reivindicaron en Alicante agua de calidad, precios justos y futuro para el campo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Más de 4.000 regantes y agricultores, fundamentalmente procedentes del sur de la Comunitat Valenciana y la Región de Murcia y Almería, acudieron la semana pasada a la protesta por el futuro del trasvase Tajo-Segura durante una concentración con tractorada en el centro de la ciudad de Alicante. La convocatoria “ha sido un éxito en participación” y “un primer paso de un calendario de movilizaciones en defensa del sector primario”, declaró el presidente de Asaja Alicante, José Vicente Andreu, al terminar el acto.

Con el lema “Defendamos Tod@s la Huerta de Europa”, convocados por el Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura (Scrats) y Asaja Alicante, la concentración se desarrolló frente a la Subdelegación del Gobierno e incluyó el reparto de ocho toneladas de naranjas ecológicas traídas desde el sur de la provincia y que no tenían sitio en el mercado a causa de la fruta que ha llegado a la UE de Egipto, tras cerrarse para este país el mercado ruso por la invasión de Ucrania.

Numerosos representantes políticos acudieron a la concentración en reivindicación de agua, precios justos y futuro para el campo. Entre ellos, Fernando López Miras, presidente de la Región de Murcia; Mireia Mollà, consellera de Agricultura de la Generalitat Valenciana, Carlos Mazón, presidente de la Diputación de Alicante; Ana Barceló, síndica del PSOE en las Cortes Valencianas; Luis Barcala, alcalde de Alicante o Carlos González, primer edil de Elche. Numerosos representantes municipales de la provincia hicieron acto de presencia en la protesta así como cargos de todos los partidos con representación parlamentaria.

Los convocantes reunieron una treintena de tractores para flanquear la concentración y volcaron un remolque con 7.000 kilos de naranjas en protesta por el recorte del trasvase Tajo-Segura, la venta a pérdidas a la que están abocados los productores y los acuerdos con países que incumplen los requisitos comunitarios de producción que impiden la viabilidad comercial de los productos regionales.

Durante la concentración, José Vicente Andreu, Lucas Jiménez, presidente del SCRATS; Javier Berenguer, presidente de Riegos de Levante Margen Izquierda; José Andújar, presidente de Riegos de Levante Margen Derecha y Ángel Urbina, presidente de la Junta Central de Regantes del Vinalopó,



El presidente de Asaja-Alicante, José Vicente Andreu, señaló que esta convocatoria era un primer paso de un calendario de movilizaciones en defensa del sector primario. / ASAJA-ALICANTE



Remolque con 7.000 kilos de naranjas que se volcaron como protesta. / ASAJA

entregaron dos escritos a la subdelegada, Araceli Poblador. En una breve reunión, Andreu explicó la carta dirigida a Luis Planas, ministro de Agricultura, mientras que Jiménez hizo lo propio con el texto remitido a la ministra de Transición Ecológica, Teresa Rivera.

Tras la entrega de cartas, los portavoces de las entidades agrarias pronunciaron breves discursos para anunciar nuevas movilizaciones y agradecer el importante respaldo de la ciudadanía. “Hoy será un gran día si damos por superadas las rencillas políticas a cuenta del agua. No queremos ni agua para todos ni agua para siempre, queremos simplemente agua. El agua es transparente, no tiene color. Ni es roja ni azul, nadie puede hacer política con ella”, declaraba Andreu. “No obstante, hay que señalar expresamente que quienes están derogando el trasvase Tajo-Segura para el regadío e imponiendo una política de la mitad de agua al doble de precio tienen nombre y apellidos y que están en el MITECO del Gobierno de España”, afirmó.

También intervino Javier Berenguer, quien reclamó al Gobierno que recuerde que los agricultores “producen alimentos, no joyas”, en alusión al carácter esencial del sector. Ángel Urbina realizó un llamamiento para garantizar el riego del trasvase Júcar-Vinalopó mientras que Pepe Andújar apeló a los 47 diputados alicantinos “a dar la cara en Madrid” por la viabilidad del sector primario de la provincia.

Cerró las intervenciones Lucas Jiménez, quien aseguró que “esto no es una decisión de cambio climático”, sino un “recorte político”. “Va a haber drama social para satisfacer a García Page porque grita más. Pedimos agua para nuestro futuro”, concluyó el presidente del SCRATS.

Tras el éxito del pasado 17 de mayo, las entidades convocantes ya trabajan en nuevas movilizaciones y acciones para garantizar que el Levante continúe recibiendo agua para seguir aportando más de 3.000 millones al PIB nacional cada año y alimentar a decenas de miles de familias.

Tras el éxito del 17 de mayo, ya se trabaja en nuevas movilizaciones y acciones para garantizar que el Levante continúe recibiendo agua

■ REACCIONES POLÍTICAS

La presidenta del PSPV-PSOE y síndica socialista en Les Corts Valencianes, Ana Barceló, reivindicó “un frente común” para defender el trasvase Tajo-Segura y señaló que “es una infraestructura irrenunciable para los y las socialistas valencianos” y apuntó que “llevaremos esta reivindicación a Les Corts para apoyar de forma unánime a la provincia de Alicante y a sus regantes”.

Asimismo, insistió en que “es necesario un apoyo unánime y una apuesta firme por el diálogo para hacer frente a esta cuestión” y quiso trasladar este apoyo del PSPV-PSOE a todos los agricultores y regantes alicantinos: “Tenemos que sumar fuerzas”, concluyó.

En esta misma línea, el presidente de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, defendió que su gabinete está “por las soluciones” mientras que “otros están por buscar en el agua una bandera de enfrentamiento y para sacar rédito electoral” mediante confrontaciones que ha calificado de “estériles”.

“Y ya se ha visto en el pasado lo que ha significado eso: las guerras del pasado que inició el PP fueron al final un desastre para los regantes porque no se avanzó en nada”, señaló Puig antes de insistir en que busca

un “espacio de acuerdo” al mismo tiempo que la Generalitat ha presentado alegaciones al Plan de Cuenca del Tajo sustentadas en criterios técnicos.

Como portavoz de su ejecutivo en Alicante, la consellera de Agricultura y Emergencia Climática y Transición Ecológica, Mireia Mollà, afirmó que “queda margen para negociar” con el Gobierno y pidió al Gobierno central que “escuche” las reivindicaciones de los agricultores alicantinos, murcianos y almerienses.

Por su parte, el presidente de la Región de Murcia, Fernando López Miras, lamentó que no estuviera en este acto reivindicativo de Alicante su homólogo de la Comunitat Valenciana, Ximo Puig, al que exigió “valentía” para que ambas autonomías establezcan una “hoja de ruta común” frente al Gobierno central en defensa del trasvase Tajo-Segura.

El murciano recalcó que, al igual que ocurre con Almería, el trasvase es igual de importante para su comunidad que para la valenciana y aseguró que su ejecutivo estará “siempre” con los agricultores contra esta posición que cree “inaceptable” del Gobierno de Pedro Sánchez por “querer cerrar el Tajo-Segura”.

Según López Miras, de esta transferencia de recursos hídricos desde el Tajo viven 15.000 familias murcianas, alicantinas y almerienses y depende la producción del 70% de las frutas y hortalizas que se exportan, y acusó al Ejecutivo de Sánchez de tratar de poner fin al trasvase “simplemente por cuestiones políticas y sin ningún criterio técnico”.

Otro de los políticos que participó de forma activa en la concentración fue el presidente de la Diputación de Alicante y del PPCV, Carlos Mazón, quien en la misma línea de López Miras instó al presidente Puig para que “pierda el miedo” y defienda el agua “que merece su tierra”.

Por Vox, su portavoz en la cámara autonómica, Ana Vega, señaló que la formación “no va a dejar sola a los agricultores” y reivindicó la interconexión entre cuencas, una situación que ratificaba el presidente de Vox Murcia, José Ángel Antelo, quien expuso que PP y PSOE “solo buscan rédito localista diciendo una cosa en un sitio y otra en otro”.

Además, la síndica de Cs en Les Corts, Ruth Merino, insistió en que el PSOE “se pone de perfil ante un problema como este” y aseveró que el problema “es por el bipartidismo”.

La producción de almendra cae un 29%

El sector de los frutos secos sitúa la previsión de cosecha en 62.000 t

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La Mesa Nacional de Frutos Secos prevé una cosecha de 61.684 toneladas de almendra grano para la campaña 2022. Se estima, por segundo año consecutivo, una merma de la producción del 29,27% como consecuencia, por un lado, de las fuerte heladas que afectaron principalmente a la mitad norte de España, y por otro, del impacto de la sequía y la proliferación de enfermedades fúngicas por fuertes lluvias en Andalucía, Murcia o Comunitat Valenciana que dañaron tanto a la producción convencional pero especialmente a la producción ecológica. Esta reducción no se ha visto compensada por la entrada en producción de nuevas superficies productivas.

La Mesa Nacional de Frutos Secos ha determinado una superficie productiva de 522.142 hectáreas, lo que supone un incremento del 7,99% respecto al pasado año, debido a la entrada en producción de casi unas 39.000 hectáreas. La superficie de producción ecológica supera las 100.000 ha lo que supone casi el 20% del área total.

La Mesa Nacional de Frutos Secos confirma una superficie de 522.142 hectáreas

La merma se debe al intenso episodio de heladas, el impacto de la sequía y a las fuertes lluvias

Dando continuidad al cambio metodológico adoptado el pasado año, para la elaboración de la previsión de producción de almendra se ha tenido en consideración los datos de superficie declarada en 2021 en la Solicitud Única de la PAC y la registrada en REGIPA, facilitados por el Ministerio de Agricultura, por tanto datos reales y no estadísticos, teniendo en cuenta de una forma objetiva el potencial productivo en función del año de plantación, el sistema de producción: secano/regadío, grupo varietal y demarcación territorial, para obtener así un rendimiento productivo mucho más fiel y transparente.

La labor realizada por las distintas mesas territoriales ha sido, como es habitual, trascendental para el correcto desarrollo y determinación de las previsiones en cada zona de producción



Cerezos en un campo experimental del CITA, el Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón. / JAVIER ORTEGA

El CITA investiga en nuevas variedades de cerezo

El objetivo del centro de investigación aragonés es cubrir un amplio periodo de cosecha, desde una maduración muy temprana a muy tardía

► **JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.** El Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA) trabaja en un inventario de variedades de cerezos adaptados a las nuevas condiciones climáticas y resilientes a los próximos cambios que se proyectan en el clima global.

Participan en el proyecto socios de Alemania, Marruecos, Túnez y España y buscan variedades que cubran un amplio periodo de cosecha, desde maduración muy temprana a muy tardía.

Con una producción anual media de 38.000 toneladas en una superficie de 9.100 hectáreas, lo que representa aproximadamente un tercio de la producción nacional, Aragón es la principal comunidad autónoma productora de cerezas.

Javier Rodrigo, investigador del departamento de Ciencia Vegetal del CITA, ha señalado que “el aumento de la temperatura influye en todo el ciclo de las plantas”.

Y, en el caso de los frutales, “las altas temperaturas durante el crecimiento del fruto pueden afectar negativamente a la calidad y si, además, hay escasez de agua, los frutos pueden no completar su desarrollo”.

Igualmente, “la disminución del frío invernal también puede tener graves consecuencias, ya que los árboles necesitan acumular una determinada cantidad de frío para salir del reposo y florecer, y en los inviernos suaves las variedades más exigentes pueden no cubrir sus necesidades de frío y no florecer con normalidad, comprometiendo la cosecha”.

Por eso, los investigadores buscan no solo que “las variedades de cerezo tengan calidad de fruto respecto al tamaño, sabor, firmeza y color adecuados, sino que, además, cubran un amplio periodo de cosecha, con variedades de maduración muy temprana a muy tardía”. Así lo ha indicado la investigadora del CITA Ana Wunsch.

También trabajan en la obtención de “variedades de bajas



Aragón es el principal productor de cerezas con una producción anual media de 38.000 toneladas. / JAVIER ORTEGA

CITA trabaja en un inventario de variedades de cerezos adaptados a las nuevas condiciones climáticas

Buscan variedades con buena calidad en postcosecha y resistencia al agrietado causado por la lluvia

Se trabaja en la obtención de variedades de bajas necesidades de frío para cultivar en zonas más cálidas

necesidades de frío para poder cultivar en zonas más cálidas y para su adaptación al cambio climático”. Asimismo, buscan variedades con buena calidad en postcosecha y resistencia al agrietado causado por la lluvia durante la maduración.

Es decir, interesan “variedades con buena producción, uniforme, autofértiles y de floración tardía, por ejemplo, para evitar las heladas tardías”.

Ahora las variedades que se cultivan mayoritariamente “proviene de unas pocas mejoradas y, por tanto, tienen una base genética reducida, lo que las hace más vulnerables a amenazas como plagas o el cambio climático: habría menos capa-

cidad de adaptación”, según Wunsch. Por esta razón, explica que “disponer de biodiversidad adicional es positivo para poder ampliar la base genética de las variedades cultivadas”.

En este sentido, las variedades españolas de diferentes regiones, seleccionadas localmente a lo largo de los años son “diferentes genéticamente al resto de material cultivado, más bio diversas”.

Además, estas variedades locales “tienen características interesantes para la mejora, como bajas necesidades de frío o maduración temprana o tardía, y calidad organoléptica que puede ayudar a mejorar las variedades actuales”.

El trabajo de los investigadores está centrado en la “utilización de esta diversidad local para la mejora del cultivo. Para ello, estudiamos estas características de interés utilizando herramientas genéticas y genómicas que nos permiten conocer los genes o regiones del genoma que las regulan”.

Esta información les permite diseñar herramientas para seleccionar estos caracteres de forma precoz en programas de mejora; permitirían modificarlos, mediante edición genética, y así poder introducir estos caracteres de interés de forma más eficiente.

De esta forma pueden “generar nuevos cultivares de interés, y aumentar la base genética del cultivo, haciéndolo así más resiliente a las amenazas ambientales como el cambio climático o nuevas plagas y enfermedades”, señala la investigadora del CITA Ana Wunsch.

A estas estrategias ‘de laboratorio’ se suman otras que ponen en valor frutales locales, como las cinco variedades aragonesas de cerezo, de la Comarca de Gúdar-Javalambre, que se han prospectado y recuperado en las parcelas de experimentación de Singra en Teruel, en altitudes de más de 1.000 metros.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 9 al 15 de mayo de 2022, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	1,58
Fuerte.....	2,25
Albaricoque Otras Variedades	1,01
Galta Roja.....	3,00
Almendra	6,00
Avellana	6,00
Cereza Burlat	6,19
Ciruela Red Beauty.....	2,50
Coco en Seco	0,95
Otras Variedades	0,90
Dátil Deglet Nour	3,50
Medjoul	8,00
Fresón Ventana	2,90
Higo Seco.....	1,80
Kiwi Pulpa Verde	2,00
Kiwigold.....	6,00
Lima Otras Variedades.....	0,70
Persian	2,30
Limón Fino o Primafiori	0,50
Verna	0,85
Mandarina Clemenule	1,16
Otras Variedades	0,85
Manzana Fuji	1,20
Golden	1,00
Starking o Similares.....	1,00
Melón Piel de Sapo.....	1,60
Naranja Lane Late	0,40
Navel Late.....	0,46
Valencia Late.....	0,29
Salustiana	0,27
Níspero Algerie o Argelino.....	1,50
Nuez	3,00
Papaya o Papayón.....	3,00
Pera Conferencia	1,39
Ercolini / Morettini.....	2,01
Otras Variedades	0,99
Piña Golden Sweet.....	1,40
Plátano Macho.....	1,25
Americano o Banana	1,00
Canarias 1º	1,70
Canarias Extra.....	1,85
Pomelo Rojo.....	1,15
Amarillo	0,67
Sandía Sin Semilla.....	1,38
Uva Red Globe.....	2,69
Sin Semilla Blanca	3,50
Sin Semilla Negra.....	2,80
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas	0,60
Hojas Rizadas Lyon	0,60
Ajo Blanco.....	2,70
Morado	2,44
Tierno o Ajete.....	1,80
Alcachofa Blanca de Tudela.....	0,92
Apio Verde	0,60
Berenjena Morada	0,95
Boniato o Batata	0,74
Brocoli o Brócoli o Brecol	1,00
Calabacín Verde	0,80
Calabaza de Invierno	0,40
De Verano	0,40
Otras Variedades	0,40
Cardo	0,80
Cebolla Tierna o Cebolleta	2,40
Blanca Dulce Fuentes de Ebro.....	0,69
Morada	0,74
Otras Variedades	0,58
Chirivía	1,00
Col de Hojas Lisas	0,40
Lombarda o Repollo Rojo	0,50
Repollo de Hojas Rizadas.....	1,00
Otras Variedades	0,60
Coliflor	1,00
Escarola Rizada o Frisée	1,00
Espinaca.....	0,80
Guisante	2,65
Haba Verde o Habichuela.....	0,95
Jengibre	2,00
Judía Verde Fina	5,45
Otras Variedades	3,99

Lechuga Cogollo	2,10
Hoja de Roble	1,00
Iceberg	1,50
Otras Variedades	1,00
Romana	0,50
Lollo Rosso.....	1,50
Maíz o Millo	1,00
Nabo	0,90
Perejil	0,60
Pepino Corto o Tipo Español	0,63
Otras Variedades	0,60
Pimiento Rojo Lamuyo	1,35
Verde Italiano.....	1,23
Otras Variedades	1,04
Verde Cristal	0,98
Rojo California	1,19
Puerro	1,00
Rábano y Rabanilla	1,20
Remolacha Común o Roja	0,60
Resto de Hortalizas	0,60
Seta Champiñón	1,80
Tomate Liso Rojo / Daniela /	
Long Life / Royesta	0,58
Liso Rojo Pera	1,00
Verde Mazarrón	0,98
Muchamiel	1,39
Otras Variedades	1,30
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,25
Zanahoria Nantesa	0,50
PATATAS	Euros/kg
Blanca Liseta (Granel)	0,48
Blanca Otras Variedades (Granel).....	0,55
Blanca Spunta (Granel)	1,00
Roja Otras Variedades (Confecc.).....	1,80

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 17 al 20 de mayo de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,00-1,70
Cerezas	5,50
Fresones	2,10-1,60
Limonos	1,20
Manzana Golden	0,80
Melón Piel de Sapo	1,00
Naranja Navel	1,00
Pomelo Rojo.....	2,25-2,30
Nísperos	2,25-2,30
Pera Blanquilla	1,20
Sandías	1,00-1,10
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,20
Cebolla.....	0,62-0,64
Espárragos	1,20
Lechugas	0,50
Judías Verdes.....	3,25
Patatas Calidad	0,32
Primor	0,72-0,68
Pimientos Verdes	1,20-1,25
Tomate Maduro	1,00-1,10
Verde	1,60-1,55

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 19 de mayo de 2022, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	1,20
Aguacate	0,00
Almendra	7,00
Pomelo	1,20
Avellana.....	6,50
Kaki.....	3,20
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	3,50
Cerezas	8,00
Cocos	1,00
Membrillo.....	1,20
Dátiles.....	4,00
Feijoas.....	8,00
Higo	1,75
Higos Chumbos.....	2,00
Frambuesa	1,30
Grosellas	10,00
Kiwis	2,50

Lichis	7,00
Lima	2,00
Limón.....	0,85
Fresa	2,50
Fresón	3,00
Granada.....	2,50
Mandarina Clementina	1,65
Satsuma.....	1,60
Otras	1,20
Mangos.....	3,00
Maracuyá	8,00
Melón Galia	1,80
Amarillo	1,30
Piel de Sapo	1,90
Otros	1,00
Moras.....	16,50
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca.....	2,60
Amarilla	1,70
Níspero	1,60
Nueces	3,90
Olivas	3,80
Papayas.....	2,10
Pera Blanquilla	1,20
Verano	2,50
Invierno	1,30
Temprana.....	0,90
Piña.....	1,20
Pitahaya	8,45
Plátanos Canario.....	2,50
Importación.....	1,00
Manzana Bicolor	1,30
Amarilla	0,75
Verde	0,90
Roja	1,20
Otras	1,20
Melocotón Amarillo.....	2,60
Rojo Pulpa Blanca	2,00
Rojo Pulpa Amarilla.....	2,50
Ciruela	1,60
Uva Blanca.....	3,00
Negra.....	2,60
Rambután	12,50
Sandía con semilla	1,10
Sin semilla.....	1,50
Naranja	0,70
Chirimoya.....	2,20
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	0,75
Redonda	1,10
Ajo Seco	2,90
Tierno	0,60
Apio	0,75
Acelgas	0,50
Batata	0,80
Borrajá	1,00
Brócoli	0,55
Brécol	0,70
Calçots	0,09
Calabaza	0,50
Calabacín	0,85
Cardo	0,65
Alcachofa	0,65
Cebolla Seca	0,65
Figueras	0,65
Tierna.....	0,75
Pepino	0,85
Col Repollo	0,60
Bruselas	0,90
Lombarda	0,45
China	0,70
Coliflor	0,80
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg	0,40
Larga	0,75
Otras	0,70
Endivia.....	1,10
Escarola.....	0,70
Espárragos Blancos	5,00
Verdes	3,00
Espinaca.....	0,60
Haba	1,00
Hinojo	1,30
Perejil	0,40
Judía Bobi	3,90
Perona.....	4,50
Fina	2,00

Otras	2,40
Nabo	0,80
Zanahoria.....	0,45
Patata Blanca	0,52
Temprana.....	0,62
Roja	0,65
Pimiento Lamuyo	1,80
Verde	0,90
Rojo	2,00
Guisante	2,90
Puerro	1,15
Rábano	0,40
Remolacha	0,55
Tomate Maduro	1,00
Verde	1,20
Chirivía	1,40
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	3,50
Rovellón-Niscalo	10,00
Champiñón	1,60
Otras Setas.....	10,00
Maíz	1,80
Caña de Azúcar	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 9 al 15 de mayo de 2022. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,24
Albaricoque.....	2,76
Almendras.....	8,25
Cereza Picota	7,64
Chirimoya.....	2,54
Ciruela	2,31
Coco	2,50
Dátil	4,64
Fresa / Fresón	1,99
Granada	2,65
Kiwi / Zespri	2,99
Lima	2,61
Limón.....	1,03
Mandarina Clementina /	
Fortuna / Nardocott	1,42
Hortanique	0,90
Mango	2,23
Manzanas O.V. / Pink Lady.....	1,97
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,23
Royal Gala / Cardinale	1,38
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,45
Granny Smith	1,73
Starking / R. Chief /	
Gloster / Galaxia	1,47
Reineta / Canadá Gris.....	1,95
Melocotón Baby Gool	3,03
Melón / Galia / Coca	1,75
Mora	17,60
Naranja Navel	1,08
Salustiana	0,60
Navel Late / Nanelate / Lanelate.....	0,70
Valencia Late / Miaknight	1,10
Nectarina	2,13
Níspero / Nípola	2,15
Nuez	7,33
Papaya	2,25
Pera Blanquilla o Agua	1,54
Conferencia / Decana.....	1,48
Ercolini / Etrusca.....	2,59
Piña.....	2,13
Plátano.....	2,13
Banana	1,00
Pomelo / Rubi Start	1,20
Sandía.....	1,08
Uva	3,24
Otros Frutos Secos.....	11,69
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	0,82
Ajo Seco.....	2,74
Tierno o Ajete.....	11,00
Alcachofa	0,89
Apio	1,03
Boniato / Batata	1,23
Berenjena	0,89
Brócoli / Brecol.....	1,35

Calabacín	0,81
Calabaza / Marrueco.....	0,77
Cebolla / Chalota	0,73
Cebolleta.....	0,95
Champiñón	1,85
Col Repollo	0,65
Lombarda	0,80
Coliflor / Romanescu.....	0,73
Endivia	2,20
Escarola.....	1,15
Espárrago Verde	3,04
Espinaca.....	1,42
Guisante	2,50
Haba Verde	1,13
Judía Verde Fina (Brasileña).....	2,52
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,62
Lechuga O.V.	0,64
Cogollo	1,90
Iceberg	0,82
Maíz	1,90
Nabo	0,82
Pepino	0,87
Perejil	1,53
Pimiento Verde.....	0,97
Rojo (Asar)	1,13
Puerro	0,98
Rábano / Rabanilla.....	2,07
Remolacha	1,43
Seta.....	3,35
Tomate O.V.....	1,12
Cherry	2,14
Daniela.....	1,02
Zanahoria.....	0,69
Hierbabuena	1,50
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,62
Añeja	0,44

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 16 al 20 de mayo de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	5,98
Fuerte.....	5,95
Albaricoque Otras Variedades	4,47
Moniqui	3,98
Almendra	1,50
Cereza Picota	27,95
Ciruela Otras Familia Black.....	3,15
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nour	2,35
Fresón Otras Variedades.....	11,95
Granada Otras Variedades	2,75
Guayaba Otras Variedades	3,45
Higo Chumbo.....	2,95
Seco	3,45
Breva Colar	5,20
Kiwi Kiwigold	5,95
Pulpa Verde.....	3,85
Limón Fino o Primafiori	0,91
Otras Variedades	0,92
Verna	0,93
Litchi o Lichi	4,45
Mandarina Clemenlate	1,25
Ortanique	1,02
Manga Kent	7,95
Mango Tommy Atkins	1,95
Manzanas Fuji.....	1,70
Golden	1,76
Royal Gala.....	1,65
Granny Smith	1,65
Otras Variedades	1,65
Starking o Similares.....	1,65
Melocotón Meryll y Elegant Lady.....	2,87
Baby Gold	2,70
Melón Galia	2,45
Piel de Sapo	2,09
Amarillo	2,35
Naranja Valencia Late.....	0,95
Otras Variedades	0,95
Lane Late	0,90
Navelina.....	0,95
Nectarina Carne Blanca	2,95
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,50
Papayón (2-3 kg/ud)	1,95
Pera Conferencia	1,45

MERCADOS NACIONALES

Ercolini / Morettini.....	2,85
Piña Golden Sweet.....	4,85
Plátanos Canarias Primera	1,56
Canarias Segunda.....	1,36
Canarias Extra.....	1,66
Pomelo Rojo.....	0,95
Amarillo.....	0,95
Sandía Con Semilla.....	1,54
Sin semilla.....	1,56
Uva Blanca, Otras Variedades.....	3,20
Red Globe, Roja	2,82
Negra Otras Variedades	2,95
Italia o Ideal	1,95
Zapote.....	2,45
Resto de Frutas	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
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	0,59
Berros.....	1,62
Boniato o Batata.....	1,68
Bróculi, Brecol o Brócoli	1,91
Calabacín Blanco	0,98
Verde	0,55
Calabaza de Verano	1,01
De Invierno	0,87
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,72
Morada	1,30
Recas o Similares	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna.....	0,95
Col China o Pekinensis.....	0,95
Lombarda o Repollo Rojo	0,45
Repollo Hojas Rizadas.....	0,40
Coliflor	1,35
Endivia	1,30
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Blanco.....	3,45
Escarola Rizada o Frisée.....	0,94
Espinacas	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Roja	2,50
Guisante	3,45
Haba Verde o Habichuela.....	4,00
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby.....	2,64
Verde Otras Variedades.....	3,02
Elda	4,95
Lechuga Otras Variedades.....	0,35
Romana	0,25
Maíz o Millo.....	0,59
Nabo.....	0,95
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o Tipo Holandés	0,89
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	1,30
Rojo Lamuyo.....	1,58
Verde Italiano.....	2,55
Verde Padrón.....	3,42
Otras Variedades.....	1,58
Puerro	0,65
Rábano y Rabanilla	0,65
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	1,36
Liso Rojo Canario.....	1,00
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	1,77
Jengibre	2,25
Ñame o Yame	3,55
Yuca o Mandioca o Tapioca	0,95
Hortalizas V Gama	7,50
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel)	Euros/kg
Blanca, Otras Variedades.....	0,69
Blanca Spunta.....	0,80
Otras Variedades.....	0,75
Roja Otras Variedades.....	0,66

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 17 al 20 de mayo de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	3,25
Cerezas	7,50
Fresones.....	1,65
Limonas	0,85
Manzana Golden	1,50
Melón Piel de Sapo.....	2,00
Naranja Navel	0,55
Nísperos.....	3,00

Pera Blanquilla	1,60
Sandías	0,70
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,25
Cebolla.....	1,00
Espárragos	2,60
Judías Verdes.....	2,10
Lechugas.....	0,95
Patatas Calidad	0,42
Primor	0,65
Pimientos Verdes.....	1,95
Tomate Verde	1,60

Mercamurcia

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 16 de mayo de 2021. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte.....	2,50
Hass	2,25
Otras Variedades.....	2,00
Albaricoque Otras Variedades	1,50
Bulida.....	1,25
Almendra Seca.....	6,00
Cereza Otras Variedades	5,00
Chirimoya Fina de Jete	2,20
Ciruelas Golden Japan y Songold.....	2,20
Otras Familias Black	2,00
Coco en Seco (caja 10-14 p).....	0,95
En Verde.....	0,85
Dátil Deglet Nour.....	3,80
Medjoul	8,00
Otras Variedades.....	3,00
Fresón Otras Variedades.....	1,25
Granada Otras Variedades	1,80
Guayaba Otras Variedades	2,50
Higo Chumbo.....	6,00
Kiwi Pulpa Verde	2,50
Otras Variedades.....	1,75
Otras Variedades Nacional	2,00
Lima Mejicana (Ácida).....	3,00
Limón Verna.....	0,65
Mandarina Otras Variedades.....	1,50
Mango Haden	2,15
Tommy Atkins	2,00
Otras Variedades.....	1,50
Manzanas Golden.....	1,30
Starking o similares.....	1,30
Granny Smith	1,55
Royal Gala.....	1,30
Otras Variedades.....	1,50
Reineta.....	1,55
Fuji.....	1,25
Pink Lady	1,95
Melocotón Otras Variedades	2,00
Melón Piel de Sapo (y similares).....	1,50
Galia	1,00
Naranja Navel	0,50
Navel Late.....	0,55
Lane Late	0,65
Nectarina Otras Variedades.....	2,25
Níspero Algerie o Argelino.....	2,00
Nuez	2,00
Papaya Otras Variedades.....	2,50
Solo o Sunrise	2,30
Papayón	3,50
Paraguay Otras Variedades.....	1,50
Pera Conferencia.....	1,30
Ercolini / Morettini.....	2,50
Agua o Blanquilla	1,80
Piña Golden Sweet.....	1,50
Otras Variedades.....	1,15
Plátanos Canarias Extra	2,20
Canarias 1ª.....	1,80
Canarias 2ª	1,50
Americano o Banana	0,95
Macho	1,20
Pomelo Rojo.....	1,00
Amarillo.....	0,60
Sandía con Semilla.....	0,80
Sin Semilla	1,20
Uva Sin Semilla Blanca.....	3,50
Red Globe.....	3,25
Sin Semilla Negra.....	3,00
Tamarindo.....	2,40
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas, Verde.....	0,65
Ajo Blanco.....	2,80
Morado.....	2,40
Otras Variedades.....	2,40
Tiero o Ajete.....	3,00
Alcachofa Otras Variedades.....	1,20
Blanca de Tudela.....	1,40
Apio Verde	0,60
Berenjena Morada	1,60
Otras Variedades.....	0,90
Boniato o Batata.....	0,90
Bróculi/Brecol	0,85
Calabacín Verde	0,60
Calabaza De Invierno.....	1,50

Otras Variedades.....	0,80
Cardo.....	0,95
Cebolla Grano de Oro o Valenciana	0,50
Babosa.....	0,40
Morada.....	0,95
Blanca Dulce de Ebro.....	0,95
Francesa o Echalote	1,00
Cebolleta o Cebolla Tierna	0,80
Chirivia.....	1,00
Col Repollo Hojas Rizadas.....	1,00
Lombarda o Repollo Rojo	0,50
De Bruselas.....	0,65
Coliflor	0,90
Endivia	2,20
Escarola Rizada o Frisée.....	1,00
Lisa	1,00
Espárrago Verde o Triguero.....	2,80
Otras Variedades.....	2,50
Espinaca.....	1,10
Guindilla Verde.....	1,00
Roja	1,00
Guisante	2,70
Haba Verde o Habichuela.....	1,00
Judía Verde Fina	6,00
Boby.....	4,00
Perona.....	3,50
Lechuga Romana	0,45
Iceberg.....	0,55
Cogollo	0,75
Hoja de Roble	1,45
Lollo Rosso.....	1,45
Otras Variedades.....	0,35
Nabo	1,00
Pepino Corto o Español.....	0,70
Perejil	0,95
Pimiento Verde Italiano	1,50
Rojo Lamuyo	1,40
Amarillo	1,10
Verde Padrón	2,75
Puerro	0,75
Rábano y Rabanilla	1,40
Remolacha Común o Roja	0,55
Seta Champiñón	1,85
Girgola o Chopo	3,50
Tomate	
Liso Rojo Daniela/Royesta.....	0,95
Liso Rojo Rama	1,10
Rojo Pera.....	1,10
Cherry	1,50
Verde Rambo	1,20
Liso Rojo Canario.....	1,00
Verde Mazarrón	1,10
Kumato	1,15
Otras Variedades	1,30
Asurcado Verde Raf.....	4,00
Zanahoria o Carlota en Rama	0,65
Carlota Nantesa.....	0,50
Jengibre	2,40
Ñame o Yame	1,25
Ocra o Quimbombó	1,80
Tamarillo Otras Variedades.....	4,50
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,25
Hortalizas IV Gama	2,75
PATATAS	Euros/kg
Nuevas.....	0,70
Blanca Agria.....	0,50
Rojas Otras Variedades.....	0,50
Granel: <i>Saco industrial Úbeda o malla Rachel (s/cliente) de 15, 20 ó 25 kg. Envase retornable. Confeccionada: Lavada y embolsada en distintos formatos.</i>	

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 17 al 20 de mayo de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	3,05-2,10
Cerezas.....	7,40-4,80
Fresones.....	1,90-2,00
Limonas.....	0,75-0,64
Manzana Golden	1,40-1,45
Melón Piel de Sapo.....	1,60-1,55
Naranja Navel	0,50-0,45
Nísperos.....	2,20-2,50
Pera	
Blanquilla.....	1,15-1,45
Sandías	0,90-0,60
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	0,90-0,94
Cebolla.....	0,60-0,55
Espárragos	9,00-3,90
Judías Verdes.....	1,80
Lechugas.....	0,69-0,85
Patatas Calidad	0,55-0,60
Primor	0,65
Pimiento Verde.....	1,25-0,90
Tomate Verde	1,25-1,10
Maduro.....	1,20-1,35

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 9 al 15 de mayo de 2022. Precios origen. Semana 19/2022.

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 Verna (Alicante): 0,50-0,65 €/Kg
Limón Verna Todo Limón (Murcia): 0,55-0,65 €/Kg
La campaña de Verna sigue en marcha a pleno ritmo y sin sobresaltos. Las cotizaciones en origen de referencia se mantienen estables para fruta comercial, calibres adecuados y para lotes de mejor calidad. Se va haciendo campaña día a día. En el hemisferio sur sigue el arranque y desarrollo de Argentina y África del Sur con los primeros contenedores llegando ya a Europa .

POMELO
Ya ha comenzado aunque lentamente la transición entre hemisferios con los primeros volúmenes de pomelos sudafricanos aunque todavía la mayor parte de la oferta viene de los orígenes mediterráneos, sobre todo de Israel y Turquía . La demanda sigue tranquila, y las ventas son lentas en los mercados minoristas y mayoristas. Por lo tanto, los precios no varían en Israel y Turquía , mientras que las primeras cotizaciones de los frutos de uva sudafricanos están un poco por debajo de las expectativas.

Mercavalència

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 17 al 20 de mayo de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,00-1,80
Cerezas	6,00
Fresones	2,25
Limonas	1,10-1,15
Manzana Golden	0,60-0,75
Melón Piel de Sapo.....	2,00-1,50
Naranja Navel	0,80-0,70
Nísperos.....	3,00-2,50
Pera Blanquilla.....	1,25-1,50
Sandías	1,25
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	0,30-0,40
Cebolla.....	0,45
Espárragos	4,00
Judías Verdes.....	3,00-2,80
Lechugas.....	0,45
Patatas Calidad	0,36
Primor	0,60
Pimiento Verde.....	0,90-1,00
Tomate Verde.....	1,20
Maduro.....	0,40

Lonja de Binefar

Información de precios orientativos de los cereales, acordados como más representativos, referidos al 18 de mayo de 2022. Sobre camión con destino fábrica, posición Binefar.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz.....	385,00
Cebada 64 k/hl	384,00
Trigo Pienso.....	403,00
Panificable	414,00
ALFALFA	Euros/Tm
Rama 1ª - A.....	S/C
Rama 2ª	S/C
Rama 3ª	S/C
Precio medio s/camión, salida fábrica de zona.	

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 19 de mayo de 2022, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.).....	1,10
Kiwi.....	1,90
Limón.....	0,95
Manzana Royal Gala	0,85
Golden.....	0,80
Melón Galia.....	0,90
Membrillo	1,45
Pera	0,90
Conferencia	0,75
VERDURAS Y HORTALIZAS	Euros/kg
Boniato Rojo.....	0,95
Boniato	0,75
Calabacín.....	1,05
Calabaza.....	0,59
Guindilla	1,95
Jengibre	2,10
Judía	0,60
Espárrago.....	1,00
Patata	0,45

Nueva	0,65
Pimiento Verde Italiano.....	1,05
Padrón	3,90
Remolacha.....	0,55
Tomate Daniela.....	0,80
Pera.....	1,30
MM Raf	1,45
OTROS	Euros/kg
Almendra.....	14,00
Dátil Seco.....	4,00
Nuez California	1,40

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 19 de mayo de 2022. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª	240,00
Rama campo 2ª	210,00
AVENA	
Avena	
Blanca	317,00
Rubia	324,00
Forraje Avena	120,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso –62 kg/hl.....	330,00
Pienso +62 kg/hl	335,00
CENTENO	
Centeno	321,00
GIRASOL	
Pipa Alto Oléico.....	S/C
Pipa de Girasol.....	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	341,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	S/C
Duro Proté=12%	S/C
Extensible Chamorro.....	362,00
Forrajero.....	344,00
Gran Fuerza w 300	392,00
Media Fuerza w –300.....	381,00
Panificable	349,00
Triticales	335,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	363,00
Yero Grano	320,00

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 17 de mayo 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	S/C
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64).....	390,00
CENTENO	
Centeno	390,00
COLZA	
Importación 34/36%	475,00
GARROFA	
Harina	235,00
Troceada	245,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	359,00
GIRASOL	

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 19, del 10 al 16 de mayo de 2022, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol)</i>		
<i>(Cotización más frecuente)</i>		
NARANJAS		
Navel Powel	0,12-0,20	Alicante
Navel Powel	0,13-0,21	L. Valencia
NARANJAS BLANCAS		
Valencia Late	0,12	Alicante
Valencia Late	0,14-0,17	Castellón
Valencia Late	0,11-0,17	Valencia
Valencia Late	0,11-0,19	L. Valencia
LIMÓN		
Verna	0,50-0,65	Alicante
FRUTAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Níspero Algar	1,19	Alicante
Melocotón Extratemprano	0,85-0,90	Valencia
Nectarina Blanca	0,65-1,10	Valencia
Amarilla	0,75-1,08	Valencia
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,39-0,55	Alicante
	0,60	Castellón
Alcachofa		

Importación 34%.....	415,00
Semillas de Girasol.....	S/C
Torta de Girasol.....	S/C
Importación 28/3	325,00
MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación.....	418,00
Importación.....	379,00
Importación CE	389,00
MIJO	
Importación.....	490,00
SOJA	
Harina Soja Import. 47%	525,00
Harina Soja Nacional 47%.....	525,00
Aceite Crudo de Soja	1.860,00
Salvados de Soja	320,00
SORGO	
Importación.....	398,00
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	295,00
Forrajero.....	410,00
Panificable, mín. 11	420,00
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	60.000,00
Cataluña	59.500,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
GUISANTE	
Forrajero.....	S/C
Forrajero	
Importación.....	S/C
ACEITE	
Palmiste	
Importación.....	S/C
Crudo de Palma	1.735,00

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 partid. Acta de la sesión del 17 de mayo 2022. Precios orientativos agricultor en destino.

CÍTRICOS	Euros/Kg
Naranja Lane Late Calidad 1ª	0,08-0,11
Naranja Lane Late Calidad 2ª	S/O
Naranja Navel Powell,	
Barfiels y Chisslet	0,12-0,15
Naranja Valencia Midnight	
y Delta 1ª	0,13-0,15
Naranja Valencia Midnight	
y Delta 2ª	0,11-0,12
Naranja Industria Grupo Navel	0,10-0,11
Naranja Industria Grupo Blanca	0,10-0,11

Nota: Los precios son orientativos, en arbol, origen cordoba. Sin IVA incluido para la naranja de industria los precios son sobre camion segunda sesion de la campaña. Mercado ralentizado con dificultades para cerrar operaciones. Aún queda bastante fruta en el cmapo para la fecha en la que nos encontramos. Bajada general de todas las cotizacione de naranja en fresco. Repetición de las cotizaciones de las variedades de naranja para industria. La parte superior de la horquilla de calidad 1ª de fresco se corresponde con calibre altos y extras. La

Consumo Fresco	0,50-0,84	Alicante
Consumo Fresco	0,30-0,75	Castellón
Industria Corazones	0,44-0,78	Alicante
Industria Troceado	0,27-0,31	Alicante
Industria Troceado	0,25-0,55	Castellón
Industria Peroles	0,12-0,22	Alicante
Apio Verde	0,20-0,50	Alicante
Ajo Tierno	0,20-0,25	Alicante
Berenjena Rallada	1,80-2,30	Alicante
Boniato Rojo	0,36-0,39	Alicante
Brócoli	0,30-0,50	Alicante
Industria	0,12-0,19	Alicante
Calabacín Blanco	1,28	Castellón
Calabaza Tipo Cacahuete	0,17-0,34	Alicante
Cebolla tierna		
(manejo)	0,63-0,64	Alicante
(manejo)	0,60-0,80	Castellón
Spring	0,26-0,50	Castellón
Spring	0,35-0,39	Valencia
Col Lombarda	0,25-0,30	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,17-0,31	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,25	Castellón
Repollo Hoja Rizada	0,17-0,28	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,25-0,32	Castellón

parte superior de la horquilla de las variedades de industria corresponde a contratos de volúmenes altos. Próxima sesión el 24 de mayo de 2021.

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 28 de abril de 2022. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	/S/C
Grupo 2.....	/S/C
Grupo 3.....	/S/C
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 2 de junio 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 partid. Acta de la sesión del 13 de mayo 2022. Precios orientativos agricultor en destino.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Belona.....	5,40
Soleta.....	3,78
Floración Tardía Monovarietal	3,78
Guara	/S/O
Antoñeta.....	/S/O
Constantí	/S/C
Comuna Tradicional (máx. 0,2).....	3,65
Ecológica.....	/S/O
Nota: Escasas operaciones.	
Próxima sesión el 26 de mayo de 2022.	

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 18 de mayo de 2022, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso.....	372,00
Cebada	355,00
Triticale.....	360,00
Centeno	333,00
Avena.....	354,00
Maíz	360,00
ALUBIAS	Euros/Kg
Canela.....	/S/C
Negra	/S/C
Palmeña Redonda.....	/S/C
Planchada	/S/C
Plancheta	/S/C
Pinta.....	/S/C
Riñón de León	/S/C
Redonda	/S/C
PATATAS	Euros/Kg
Agria.....	/S/C
Jaerla.....	/S/C
Kennevec.....	/S/C
Red Pontiac.....	/S/C

Red Scarlett.....	/S/C
Hermes.....	/S/C
Yona.....	/S/C
FORRAJES	Euros/Kg
Alfafa Paquete Rama	228,00
Paquete Deshidratado.....	320,00
Paja 1ª (Cebada)	40,00
Veza Forraje de 1ª	168,00
Forraje.....	144,00

Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del 19 de mayo de 2022. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidor, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona	7,34
Largueta.....	5,33
Comuna	3,61
Ferragnes	4,11
Garrigues	4,63
Guara	3,70
Ramillete	4,63
Comuna Ecológica	8,05

Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 16 de mayo de 2022, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS GRANO	
Guara.....	3,45
Comuna Ecológica	7,30
Pelona	2,55
Común	3,35
Largueta.....	5,00
Mallorca.....	3,25
Marcona	6,95
Mollar	3,25
AVELLANAS	
San Giovanni,	
libra.....	1,75
Tonda, libra	1,80
Corriente, libra.....	1,80
Negreta, libra	2,00
PIÑÓN	
Andalucía.....	60,00
Castilla	60,00

Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 16 de mayo de 2022, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando.....	370,00
Cebada P.E. (+64).....	360,00
Avena.....	351,00
Centeno	354,00
Triticale.....	363,00
Maíz (14º).....	368,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Garbanzo Pedrosillano	775,00
Lenteja Armuña (IGP).....	1.200,00
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44)	/S/C
Girasol Alto Oléico.....	/S/C
FORRAJES	Euros/Tm
Avena Forraje.....	145,00
Paja Paquete Grande.....	53,00
Alfafa Empacada.....	240,00
Veza	175,00

Coliflor		
Blanca	0,22-0,40	Alicante
Blanca	0,25-0,57	Castellón
Espinaca	1,11-1,25	Alicante
Haba		
Muchamiel	0,93-1,10	Castellón
Valenciana	0,50-0,90	Castellón
Lechuga		
Maravilla	0,27-0,57	Castellón
Romana	0,43-0,55	Alicante
Romana	0,25-0,46	Castellón
Trocadero	0,35-1,10	Castellón
Little Gem	0,24-0,39	Alicante
Patata		
Blanca	0,45-0,60	Alicante
Blanca	0,50	Castellón
Blanca	0,25-0,44	Valencia
Roja	0,50	Castellón
Pepino Blanco	0,63-0,64	Alicante
Blanco	0,50-0,85	Castellón
Pimiento California Amarillo	0,75-1,30	Alicante
Roj	1,00-1,50	Alicante
Verde	0,35-1,40	Alicante
Lamuyo Verde	0,70-1,76	Alicante

Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 19 de mayo de 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa	
Empacada.....	172,00
Avena	351,00
Cebada	
Nacional de 62 Kg/Hl	353,00
Centeno	341,00
Girasol.....	/S/C
Girasol 9-2-44	/S/C
Paja Empacada	50,00
Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl	363,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 17 de mayo de 2021. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y búscula.

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/O
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	/S/C
Grupo 2.....	/S/C
Grupo 3.....	/S/C
Grupo 4.....	/S/C
Triticale Nacional.....	/S/C
Importación.....	/S/C
Avena Importación.....	/S/C
Nacional.....	/S/O
Cebada, Igual y más de 64	/S/O
Menos de 64.....	/S/O
Importación Origen Puerto.....	380,00
Maíz Importación origen Puerto.....	/S/O
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: Próxima sesión el 31 de mayo.	

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 19 de mayo de 2022. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2021-2022).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero	378,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl	364,00
Pienso –62 kg/Hl	358,00
AVENA	
Rubia	352,00
Pienso	352,00
TRIGO	
Duro Pr>12.....	/S/C
Pienso +72 Kg/Hl.....	384,00
Fuerza +300w +14 pr	/S/C

Fuerza -300 +12,5 pr	/S/C
Panificable Pr>11, W<200	389,00
Chamorro.....	/S/C
Triticale.....	376,00
Centeno	/S/C
Yeros	325,00
Garbanzo sin limpiar	/S/C
Veza	368,00
Guisante	/S/C

NOTA: Trigo al alza por un mercado internacional temeroso por posible falta de oferta ante las estimaciones del informe USDA, la guerra de Ucrania y el cierre de India. En la cebada y el trigo nacionales hay discrepancias sobre la incidencia de la ola de calor. El precio del trigo arrastra al maíz, si bien América dispondrá de una producción normal.

Próxima reunión el 2 de junio 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 16 de mayo de 2022. Campaña 2021-2022.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	Sin existencias
Navel.....	Sin existencias
Navel Lane Late	0,09-0,14
Navel Powell, Barnfield y Chislett.....	0,11-0,23
GRUPO SANGRE	
Sanguellini	Sin existencias
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	Sin existencias
Barberina y Mid-night	0,14-0,23
Valencia Late.....	0,11-0,18
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.....	Sin existencias
Hernandina	Sin existencias
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	Sin existencias
Tango	Sin existencias
Nardocott.....	Sin existencias
Ortanique.....	0,09-0,14
Orri.....	0,50-0,85
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 19 mayo de abril de 2022.	
ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva, disponible Valencia	470,00
J. Sendra, disp. Valencia	470,00
Monsianell, disp. Valencia	470,00
Fonsa, disp. Valencia	470,00
Guadamar, disp. Valencia	S/C
Furia, disp. Valencia	S/C

MERCADOS NACIONALES

Gladío y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/C
Sirio,	
disp. Valencia	S/C
Puntal	S/C
Bomba,	
disp. Valencia	Sin Operaciones
<i>Precios según rendimientos, a granel</i>	
BLANCO	
Vaporizado,	
disponible Valencia	800,00-820,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disponible Valencia	820,00-830,00
Guadiamar 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	245,00-255,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia	460,00-470,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia	490,00-500,00
CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Maíz Importación,	
disp. Puerto Valencia	383,00
Maíz Nacional,	
destino Valencia	Sin Operaciones
Cebada	
Nacional, dest. Val.....	Sin Operaciones
Avena Rubia,	
dest. Valencia	Sin Operaciones
Blanca, destino Valencia. Sin Operaciones	
Guisantes Nacional,	
dest. Valencia	Sin Operaciones
Veza Nacional	
Sin Operaciones	
Semilla Algodón,	
destino Valencia..	Sin Operaciones
Trigo Pienso Nacional,	
Tipo 1.....	517,00
Tipo 2.....	S/C
Tipo 3.....	S/C
Tipo 4.....	398,00
Tipo 5.....	395,00
Trigo importación	S/C
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
TURTOS Y HARINAS Euros/Tm	
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona.....	517,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona.....	527,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona	322,00
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.....	325,00-326,00
disponible Andalucía.....	340,00-345,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona.....	415,00-416,00
Palmiste,	
disp. Valencia	Sin Operaciones
Harina de Colza, dest. Valencia	
475,00	
Gluten Feed,	
disp. Valencia	348,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia	395,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona...	360,00-361,00
Import. disp. Andalucía....	375,00-376,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	315,00
Hojas, destino Valencia.....	
S/C	
Tercerillas, destino Valencia	
S/C	
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm	
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia.....	S/C
Zona Alicante	S/C
Zona Castellón	S/C
Zona Tarragona	S/C
Zona Murcia.....	S/C
Zona Ibiza	S/C
Zona Mallorca.....	S/C
<i>Precios tonelada a granel s/rendimientos</i>	
Troceada Integral,	
disp. orig.	190,00-200,00
Troceada sin Harina	
disponible origen	215,00-225,00
Troceado Fino,	
disp. origen	175,00-180,00
Garrofin,	
disponible origen	Sin Operaciones
LEGUMBRES Euros/Tm	

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 9 al 15 de mayo de 2022.

CEREALES

■ **De invierno:** Los **cereales de invierno** presentan ya un estado muy avanzado en la mayoría de los casos, con el estado fenológico predominante BBCH 71-77 (Grano lechoso) y como más adelantado el BBCH 83-87 (Grano pastoso). El cultivo ha experimentado una aceleración en su fenología con las elevadas temperaturas, en **Sevilla**, principal provincia productora de **cereales de invierno**, se acerca el final de su ciclo y se encuentra muy adelantado en general con la mayoría de las parcelas en grano pastoso amarilleando y endureciendo el grano en las más adelantadas. La subida de temperaturas de esta semana y la importante subida que se espera para la próxima, pueden afectar a la correcta maduración del grano, sobre todo si viene acompañada de vientos que provoquen el temido asurado. Dado el momento en que nos encontramos, por lo general entre la madurez lechosa hasta el final de la madurez pastosa, el asurado hace que se detenga la acumulación de sustancias de reserva en el grano y éste se arruga, provocando una importante pérdida de peso. ■ **De primavera:** En el cultivo del **arroz**, se aprecia movimiento de maquinaria y preparación del terreno para la siembra en una fracción de las parcelas destinadas a la siembra. En **Sevilla**, alguna parcela que riega de pozo ha inundado ya y comenzado la siembra, pero el grueso de superficie de la margen derecha comenzará a inundar las tablas a principios de junio, algo antes en la margen izquierda. Las parcelas de **maíz** se encuentran en sus primeras fases de desarrollo. Las temperaturas bajas y las lluvias de semanas pasadas habían retrasado hasta ahora su desarrollo, pues al ser plantas de verano requiere de temperaturas más cálidas para su correcta evolución. El terreno había tenido por lo general humedad suficiente con las lluvias caídas para la nascencia y primeras etapas de desarrollo, aunque la planta irá necesitando según zonas riegos ante el aumento de las temperaturas de la última semana.

CULTIVOS INDUSTRIALES

Cádiz: El estado que predomina en los girasoles es el BBCH 30-39 (Crecimiento del tallo). En la comarca de la **Campaña de Cádiz**, municipios de **Jerez de la Frontera, Arcos y Villamartín**, los girasoles están comenzando la floración. Es visible la inflorescencia que está creciendo. En zonas como **Tarifa**, los girasoles están más tardíos, encontrándose en crecimiento del tallo y alargamiento de los entrenudos. En la comarca de **La Janda**, hay plantas con buen tamaño, superando el metro de altura. El estado del **algodón** predominante es el BBCH 1-9 (Nascencia) y el más avanzado el BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas). En la comarca de **La Loma**, zona de **lbro**s y **Begijar**, el **algodón** está nacido, completo de matas, con 3-4 hojas verdaderas. En la comarca de **Sierra Morena**, **zona de Marmolejo, Andújar y Villanueva de la Reina**, el **algodón** se encuentra con dos hojitas verdaderas, bien nacido y sin problemas de hierbas hasta el momento. **Córdoba:** El **girasol** se encuentra en fase D (Desarrollo de hojas), tuvo una nascencia muy homogénea, pero al no producirse lluvias durante el otoño-invierno las siembras se demoraron por lo que su desarrollo está atrasado con respecto a un año normal. Se realizan labores de regabina en algunas parcelas, pero de forma muy puntual. El **algodón** se encuentra entre los estados fenológicos BBCH 1-9 (Nacencia) y BBCH 10-19 (Desarrollo de las primeras hojas) con una altura de 6-8 cm, 2-4 hojitas muy favorecido durante esta semana gracias al incremento de las temperaturas. **Jaén:** El estado fenológico más tardío en el **girasol** es el BBCH 1-9 (Nacencia), el predominante es el estado fenológico BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas) y el más avanzado en el estado fenológico BBCH 30-39 (Crecimiento del tallo). En las comarcas de **Sierra Morena** y **Campaña Norte**, el **girasol** presenta una fenología cada vez más avanzada. Se observan parcelas de **girasoles** con un buen crecimiento, comenzando a verse las inflorescencias entre las brácteas. Los entrenudos crecen a buen ritmo y se elonga por encima de la última hoja verdadera el tallo. **Málaga:** En la comarca **Norte**, las parcelas de **anis**, oscilan en su desarrollo fenológico entre crecimiento del tallo con los entrenudos alargándose y las más avanzadas que se observan con las flores fuera, viéndose los estigmas y estambres visibles. Gracias a las lluvias las plantas presentan un buen crecimiento teniendo más altura que otras campañas. **Sevilla:** Buen desarrollo en la mayoría de las parcelas sembradas este año de **girasol** que van aprovechando la humedad que han dejado en el terreno las lluvias de primavera y vienen formando la cabezuela floral en la mayoría de los casos. El incremento de las temperaturas acelera notablemente el desarrollo aéreo del **algodón** que ya viene estirándose y desplegando sus primeras hojas. Se realizan labores de regabinas y aporcados. Las parcelas sembradas de remolacha azucarera presentan un buen desarrollo, aunque con una fenología algo dispar y retrasada respecto de campañas anteriores por las siembras tardías. Fenológicamente se encuentra entre el 30 y el 60% del tamaño estimado de la raíz en la mayoría de las parcelas, entre el 60 y el 90% en las más adelantadas y con el 100% del suelo cubierto en las más atrasadas.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos: Almería:** En los invernaderos del **Poniente**, los **tomates** de ciclo largo están terminando y continúan las recolecciones de las plantaciones de primavera. Se está recolectando el tipo **Daniela, Liso, Pera, Asurcados, Corazón de Buey, Kumatos y Rosa de Barbastro**. La mayoría de las plantaciones de **pimientos** están finalizadas, han arrancado y están solarizando. Solo hay algunos invernaderos terminando el cultivo que han alargado para no poner cultivo de primavera de **melón** o **sandia**. Continúa la recolección de las nuevas plantaciones de **berenjenas** y se arrancan las plantaciones agotadas. Las plantaciones de primavera de **pepino** corto y largo continúan en producción. Se están recogiendo **pepino francés, español y holandés** de la campaña de primavera. La mayoría de las plantaciones de **calabacín** están en plena recolección, también hay plantaciones nuevas. Siguen las recolecciones de **sandías** de las variedades más tempranas, las variedades más tardías están madurando. Comienzan a cambiar de color más frutos con las subidas de temperaturas. El **melón Categoría y Galia** está terminando de cortarse. Se encuentran retrasados en estado fenológico de engorde de fruto. En los semilleros, se están preparando las siembras con partidas de **pimientos California**, principalmente. En los invernaderos de **Nijar**, continúa la recolección de los **tomates**, aunque en tomates de ciclo largo ya está casi acabada. Continúa la recolección de las **berenjenas**, los frutos continúan mejorando su calidad. Continúan en recolección los **pimientos**. Los **calabacines** se encuentran en recolección, con frutos de buena calidad y sin grandes incidencias de plagas y enfermedades. Continúa la recolección de las **sandías**, poco a poco se van cogiendo las **sandías** ya posteriores a la calima por lo tanto de mejor calidad. Los **melones** se encuentran en recolección. Todavía hay frutos deformados por mal cuaje, y en algunos invernaderos, debajo de las canaletas de recogida de pluviales se han rajado **melones** pues llegaron a desbordar por las últimas lluvias. **Cádiz:** La campaña del **calabacín** de invierno está finalizando ya. Las cotizaciones no están acompañando esta última parte de campaña. Los rendimientos han aumentado en esta fase final del cultivo. Este año la campaña del **melón Galia** presenta cierto retraso con poca fruta hasta el momento. La climatología ha retrasado algunas semanas la entrada en producción, se observa mucha fruta en fase de engorde. En la comarca **Costa Noroeste** los invernaderos de **tomates de pera** se encuentran en fase de crecimiento de plantas, entutorado de brotes y en las más avanzadas el fruto está en fase de engorde con buen tamaño y cambiando de color. **Granada:** En la comarca de **La Costa**, se observan plantaciones de **calabacines** aún en recolección, así como de **pepino holandés, español y francés**. Se siguen sacando **tomates tipo Daniela, Pera y Cherrys**. Se observan invernaderos de **pimientos italianos** en fase de crecimiento de tallos y entutorado con primeros pisos en floración. Se siguen sacando **judías verdes** tanto planas como redondas de los invernaderos de **Motril**, aunque están finalizando la campaña de primavera. La producción de **sandías** crece poco a poco, el cultivo lleva un retraso de varias semanas debido a la climatología. **Huelva:** La campaña de la **fresa** está finalizando para el mercado en fresco. Ha comenzado a cogerse fruta para industria en muchas parcelas, en otras se arranca la plantación y se desmontan riegos e invernaderos. En la campaña está faltando mano de obra para efectuar trabajos en fincas y sobre todo recolección. ■ **Al aire libre: Almería:** En la zona de **los Vélez**, en la zona norte, ya han comenzado las nuevas plantaciones, tanto de **lechuga** como de **brócoli**. En el **Bajo Almanzora** los **brócolis** se encuentran finalizando la campaña. La producción está siendo de 40.000 piezas/ha con un peso de 450 gramos/planta. En zonas como **Pulpí y Cuevas de Almanzora**, las **sandías** plantadas a mediados de febrero se encuentran cuajando y en floración otras parcelas. Se podrán recolectar a primeros de junio. Este año hay un retraso generalizado debido a la primavera lluviosa con bajas temperaturas. **Cádiz:** El estado fenológico que predomina en las parcelas de **nabo morado** es el BBCH 41-49 (Desarrollo de las partes vegetales cosechables). Los rendimientos del **nabo morado** están siendo buenos y se recolectan

parcelas en zonas de **Sanlúcar-Chipiona** y **Conil**. La recolección es manual, con cuadrillas que sacan a la superficie el tubérculo y los colocan en cajas con hojas que luego se le corta. **Granada:** En la comarca de **Alhama** se observan parcelas de **alcachofas** recién plantadas, otras con las plantas en crecimiento de brotes y las más avanzadas con los frutos engordando y con el tamaño de cosecha recolectando. En la comarca de **La Vega** las **alcachofas** se encuentran en producción y con parcelas en crecimiento. Se están recogiendo **coliflores** en la comarca de **Alhama y La Vega**, con parcelas en fase de engorde de las pellas. Quedan pocas parcelas de espárragos en producción en la comarca de **La Vega**, habiendo otras en las que la **esparraguera** ha comenzado su desarrollo. La campaña del **ajo blanco** ha comenzado en la comarca de **La Vega**, amontonando **ajos** y comenzando a cortar las primeras parcelas. En la comarca de **La Costa** se han levantado las parcelas de **espinacas, cilantro y perejil**, mientras se prepara el terreno para cultivos de verano. En la zona de **Motril** se recogen fincas de **Kale**. Las parcelas de boniatos siguen en fase de crecimiento vegetativo. **Jaén:** El estado fenológico que predomina para los **ajos blancos** es el BBCH 44-47 (Desarrollo de las partes vegetales cosechables) y para los **morados** el BBCH 16-19 (Desarrollo de hojas). En la comarca de la **Campaña Norte**, las parcelas de **ajos blancos** están próximas a recolectarse, los dientes ya tienen el tamaño adecuado. En la comarca de **La Loma**, zona de **Úbeda**, el cultivo está terminando la fase de engorde del bulbo. Los **ajos morados** siguen su fase de crecimiento y engorde. **Málaga:** El estado fenológico predominante para los **ajos chinos** es el BBCH 44-47 (Desarrollo de las partes vegetales cosechables) y para los **morados** el BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas). En la comarca **Norte** ha comenzado la campaña de los **ajos chinos**. Se han sacado y acordonado algunas fincas, comenzando el corte en otras que ya han pasado una semana sobre el terreno. Los rendimientos son buenos y no se han visto muy afectados por la mala climatología salvo ataques puntuales de mildiu debido al exceso de humedad. Los **ajos morados** siguen en fase de comienzo de engorde del bulbo con riegos por aspersión. La campaña de los **espárragos** está finalizando en la comarca **Norte** malagueña, con muchas parcelas con las esparragueras subidas y comenzando una fase de crecimiento de la planta. Quedan fincas por sacar tuiones, pero la producción ha bajado ostensiblemente. **Sevilla:** Está finalizando la campaña de recolección para granel de la **zanahoria**. Floración en las parcelas más tempranas sembradas de maíz dulce. Primeros estadios de desarrollo del **tomate de industria** que ya empieza a cerrar los lomos y a mostrar sus primeras flores en las parcelas más adelantadas. En las plantaciones de **sandías** tempranas de la comarca sevillana se retiran las coberturas de manta térmica con floración y fructificación.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos: Almería:** En los almendros de **los Vélez**, tras el largo periodo de lluvias, tan raro en la comarca, los sucesivos días de sol han dado lugar a la reanudación de las labores de cuidado de este cultivo. Se realizan laboreos para eliminación de vegetación espontánea. La salud de los **almendros** parece que se recupera en cierta medida del ataque fúngico, sobre todo en plantaciones jóvenes, en las cuales el ataque fue menos agresivo. En el **Alto Andarax-Nacimiento**, se observan en los **almendros**, problemas de cuajado de fruto y pérdida de producción en algunas zonas de la comarca debido a diversos fenómenos meteorológicos, como el polvo de la calima y el ataque de hongos por exceso de humedad. **Granada:** El estado fenológico predominante en los **almendros** es el J (Fruto desarrollado). En las comarcas de **Guadix y Baza**, se observan daños por heladas afectando al número de frutos por árbol. En el **Valle de Lecrín y Alpujarras** el cultivo ha tenido un cuaje medio, con daños en algunas parcelas de zonas más altas. En las zonas más bajas de las comarcas de **Alhama y Montefrío**, el fruto está muy avanzado terminando su fase de engorde. Las parcelas con más altitud se encuentran en estado fenológico de fruto al 50% de su crecimiento. **Málaga:** En la comarca **Norte y Centro**, los nogales se encuentran en estado fenológico de fruto cuajado y comenzando la fase de engorde. La floración y polinización ha sido buena y se observan una buena cantidad de frutos. En la comarca de **Ronda**, encontramos nogales en estado fenológico de cuaje. El estado fitosanitario de la planta es bueno y las lluvias le han venido bien a este cultivo sobre todo en zonas de secano, la mayoría en la provincia. ■ **Frutales de hueso y pepita: Granada:** El estado fenológico más tardío en los **cerezos** es el G (Caída de pétalos) y el más avanzado H (Fruto cuajado). En la comarca de **Alhama, De la Vega y Montefrío**, las **cerezas** más adelantadas se encuentran en fase de desarrollo del fruto, comenzando el crecimiento con un calibre de 10-15 mm. Los pájaros serán un problema en las próximas semanas. Hay algunas parcelas con frutos que se han abortado y quedado deforme siendo afectados por los fríos en la polinización. En las comarcas de **Iznalloz, Huéscar y Las Alpujarras**, los **cerezos** se encuentran en fase de floración cuaje con algunos frutos recién cuajados. **Sevilla:** En los **ci-ruelos** se produce el engrosamiento de frutos. En las variedades de **melocotones y nectarinas** tempranas de **la Vega y la Marisma**, se observa una maduración acelerada por las elevadas temperaturas y recolección apresurada de los frutos.

CÍTRICOS

Almería: En el **Bajo Andarax**, continúa la recolección. El tamaño de frutos recién cuajados está, según variedades, un poco más pequeño que guisante en **mandarinas** y un poco más grande en **naranjas**. En el **Bajo Almanzora**, se siguen sacando variedades de **naranjas** como **Valencia late, Delta y Midnight**. En el **Alto Almanzora**, se están cosechando **límones Verna**. **Córdoba:** El estado fenológico predominante es G (Caída de pétalos-cuaje). La ralentización de la campaña hace que a estas fechas todavía se estén recogiendo **naranjas Salustianas**, que la mayoría están sobremaduradas y su único destino posible es para industria. Se encuentran en plena recolección las **variedades Lane Late** y de **Powel** con rendimientos entre 30-35 Tn/ha, mientras que se ha iniciado la **Valencia Late**. Se realizan labores de poda, que este año están siendo muy severas para que la arboleda pueda resistir la escasa dotación de agua que se preveía que iba a autorizar la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir y que se ha confirmado en 1.750 m3/ha, cantidad corta para las necesidades de este cultivo. **Sevilla:** Se generaliza el cuajado del fruto y el cierre del cáliz en **la Vega**. Continúa la cosecha de la **naranja Valencia Late, Navelates y Lane Lates** con solape de variedades y baja cotización. Se realizan podas y abonados en la misma provincia sevillana.

OLIVAR

■ **De almazara: Córdoba:** La mayor parte del **olivar** se encuentra en floración con más del 25% de trama abierta y en las parcelas más adelantadas, en **La Campiña y Las Colonias**, ya se pueden observar un alto porcentaje de **aceitunas** cuajadas. **Granada:** El estado fenológico más tardío es el C (Formación de las inflorescencias), el predominante el D1 (Corola mayor que el cáliz) y el más avanzado el F2 (Plena floración). En la comarca de **Alhama**, el estado fenológico oscila entre la formación de la trama con un tamaño más corto del normal y corola visible de color verde-amarillento. Las bajas temperaturas han podido afectar a las parcelas de zonas altas. En la comarca de **La Costa**, el **olivar** se encuentra con parcelas en floración. En las comarcas de **la Vega y Montefrío**, se observan fincas con abundante trama y floración. En las comarcas de **Alpujarras, Guadix, Baza y Huéscar**, el cultivo presenta un estado de inicio de la inflorescencia con la corola y el cáliz de tamaño similares. Se aplican labores para eliminar las malas hierbas **Jaén:** El estado fenológico más tardío es el C (Formación de inflorescencias), el predominante el D3 (Corola blanca) y el más avanzado el F (Primeras flores abiertas). En las comarcas de **El Condado y Sierra Morena**, la trama está fuera e iniciando floración. En la comarca de la **Campaña Norte**, municipios de **Lopera, Porcuna y Arjona** también hay parcelas con las flores fuera. El **olivo** puede llevar un retraso de una semana debido a los fríos y lluvias de estos meses atrás, pero lo está recuperando con la subida exponencial de las temperaturas en estas dos últimas semanas. Se trataron con oxiclóruo al 70% y aminoácidos en los meses de marzo y abril y en junio se le dará otro con cobre para prevención del repilo y para la 2ª generación de prays. Hay parcelas donde se aplicaron herbicidas en marzo y en otras eliminan la hierba con medios mecánicos. En las comarcas de **La Loma, Sierra de Cazorla, Mágina y Segura** las inflorescencias crecen, con pocas flores abiertas. El retraso en estas zonas es de 10-15 días. Se le está aplicando ahora un tratamiento foliar con cobre y 20-10-30 más aminoácidos. **Sevilla:** Avanza la fenología del **olivar** empujada por el incremento de las temperaturas. Se generaliza la floración y caída de pétalos con unas temperaturas un poco elevadas quizás para un óptimo cuaje. En las sierras se encuentran la mayoría de las parcelas en despliegue de corola y en las comarcas más precoces como el **Aljarafe** se ven parcelas con el fruto cuajado.

Disponible origen

ALUBIAS	
Redonda Manteca	S/C
Pintas Granberry	1.850,00
Michigan	1.600,00
Canellini	
Argentina 170/100	1.550,00
Blackeyes	1.700,00
Negras	1.500,00
Garrofón	2.500,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46	1.600,00
Nuevos 34/36	1.550,00
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
Precios por tonelada, mercancía envasada.	
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11,	
disponible origen	2.400,00
Chino 11/13,	
disponible origen	2.300,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Origen Argentina 38/42	
disponible Valencia	1.800,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia	8.900,00
Largueta 13/14 mm,	
Valencia	7.600,00
Precios tonelada, mercancía envasada.	
(Pocas operaciones)	
Marcona	
prop, Valencia	Sin Operaciones
Largueta	
prop, Valencia	Sin Operaciones
Comuna	
prop, Valencia	Sin Operaciones
Comuna ecológica,	
Valencia	Sin Operaciones
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm,	

disponible Valencia

7.000,00

PATATAS

Euros/Tm

Agria Nueva,

disponible Valencia

480,00

Lavada,

origen España, disp. Val.

360,00

Francesa Nueva de Salamanca,

disponible Valencia

460,00

Nuevas de Cartagena

550,00

Elido o Similares,

origen Francia, disp. Valencia

360,00

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

CEBOLLAS

Euros/Tm

Variedad Grano, disponible origen

pocas operaciones

calibres 1 al 6, en campo

300,00

Sprin

250,00

Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas se entienden sin nuestra garantía ni responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja.

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 9 al 15 de mayo de 2022, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES

Euros/Kg

Trigo

Media Fuerza

36,06

Pienso

35,46

Cebada Malta

34,86

Pienso

34,26

Maíz

S/C

Tricale

35,16

Ante la absoluta falta de operaciones comerciales significativas en nuestra comunidad, los precios de los cereales quedan encallados en su último valor representativo, lo que no quiere decir que haya cesado la tendencia alcista en las lonjas nacionales y los mercados de futuros internacionales. Todo lo contrario, esta semana se han sumado a la habitual coyuntura alcista de estos últimos meses, la prohibición de exportaciones

de la India, el segundo productor mundial de trigo, el avance de la sequía en Francia, en donde la reducción de su cosecha parece cada semana más segura, y el informe norteamericano sobre el volumen de existencias, de resultado alcista en el trigo. Una situación que empieza a generar incertidumbre ante la llegada del grano de nueva cosecha. En campo, el estado de los cereales sigue considerándose como muy bueno, con los trigos espigados en la mitad oriental de nuestra comunidad y comenzando en Rioja Alta. En esta comarca, el retraso en la evolución del cultivo puede paliar en parte el riesgo de asurados, que se eleva ante la previsión de llegada de elevadas temperaturas.

FORRAJERAS

Euros/Kg

Heno de alfalfa

16,00

La meteorología se ha empeñado en retrasar el comienzo de la campaña de recogida de heno de alfalfa, que llega este año con unos precios que rompen la monotonía de muchas campañas de estabilidad. La subida de los cereales ha arrastrado al alza las cotizaciones de deshidratados y granulados, unas subidas que se han transmitido sin discusiones a los primeros precios de campaña del heno.

CHAMPIÑONES Y SETAS

Euros/Kg

Champiñón,

Granel (Pie Cortado)

2,20

Bandeja (Pie Cortado)

2,40

Industria 1ª Raíz

0,90

Industria 2ª Pie Cortado

0,80

Seta

Ostra Granel

2,65

Ostra Bandeja

3,25

Seta

Shii-Take Granel

4,50

Los cultivadores de champiñón para industria se aproximan al final de campaña. La producción comienza a descender a partir de estas fechas, como es habitual en esta época del año. Respecto a las cotizaciones de los hongos, los precios se mantienen sin variaciones en un mercado caracterizado

por la estabilidad entre la oferta y demanda.

HORTALIZAS

Euros/Kg

Acelga

Amarilla (invernadero)

0,60

Verde (invernadero)

0,50

Borrajá

0,60

Lechuga

Rizada

3,70

Cogollos

2,50

Coliflor

5,60

Brócoli

0,50

Alcachofa

1,35

Industria

0,55

Fresco

0,70

Espárrago

Fresco IGP Navarra

2,50

Guisante Verde Fresco

3,50

Haba Grano

0,55

Pepino Corto

0,60

Esta semana se caracteriza por una bajada de precios en la mayor parte de las hortalizas a medida que su producción se ha incrementado. La elevada humedad y temperatura de estos días han provocado el rápido crecimiento de las coliflores viéndose los agricultores obligados a recogerlas antes de lo esperado. En el caso de la lechuga, el incremento de oferta en el mercado es la que ha propiciado la reducción de su valor. Mientras las habas van finalizando la temporada, al igual que las alcachofas, cuyo destino principal esta semana ha sido la transformación en la industria conservera, se comienzan a recoger las primeras unidades de brócoli con variedades de primavera, de cogollos y de pepino.

FRUTAS

Euros/Kg

PERA

Conferencia

DOP Palot

0,62-0,65

Conferencia

Palot

0,58-0,60

Williams

0,09

GRUPO MANZANA

Golden 70+

0,35

Fuji 70+

0,62

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

El mercado va trasladando su atención hacia las frutas de temporada, constatándose problemas en las variedades de hueso por las heladas producidas a principios de abril, que han afectado a su calidad y producción. Respecto a la fruta de pepita, las centrales hortofrutícolas van reduciendo sus existencias en un mercado caracterizado por un escaso consumo.

FRUTOS SECOS

Euros/Kg

ALMENDRAS

Común

0,62

Largueta

1,16

Marcona

1,53

Floración tardía

1,28

Ecológica

1,71

Las últimas informaciones sobre la cosecha de almendra en California indican que en los campos que cuentan con un suministro hídrico suficiente, el cultivo se desarrolla de manera prometedora, sin que haya noticias de daños importantes por las heladas. En nuestro país, los precios se mantienen estables, debido más a la falta de una actividad comercial apreciable que a cualquier temor o amenaza asociada a la próxima cosecha.

Lonja de Zamora

Información de los precios agrarios de la Mesa de Cereales del 17 de mayo de 2022 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES

Euros/Tm

Trigo

Blando

354,00

Cebada

344,00

Avena

S/C

Maíz

347,00

Alfafa

°Empacada

S/C

Paja Empacada

S/C

Girasol

S/C

Trigo Forrajero

S/C

Centeno

S/C

LEGISLACIÓN

Agricultura autoriza las quemas agrícolas individuales para evitar plagas e incendios

La conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica de la Generalidad Valenciana autoriza las quemas agrícolas individuales para evitar el riesgo de plagas y de incendios forestales, de acuerdo a lo establecido en la Ley estatal de residuos y suelos contaminados para una Economía Circular que reserva este permiso por razones fitosanitarias o con el objeto de prevenir el fuego y tras la confusión a cerca de la norma con la que han convidido los agricultores.

La resolución del departamento autonómico ordena la concesión excepcional de esta autorización, que corresponderá a las direcciones territoriales de la Conselleria, en base a los informes técnicos que reconocen la efectividad de la quema agrícola controlada “in situ” como medida de protección y contención frente a algunas plagas o enfermedades presentes en el campo de la Comunitat.

La autorización individual convive con el desarrollo de medidas alternativas al uso del fuego como las ayudas de 300.000 euros destinadas a los municipios para la promoción de sistemas alternativos a la quema agrícola o el agrocompostaje de proximidad de restos agrícolas y silvícolas, a través de un convenio con la Univer-



El departamento autonómico avanza medidas alternativas al fuego y promoción del agrocompostaje. / LA UNIÓN

sidad Miguel Hernández que avanza en la formación e información de esta técnica pionera.

La consellera ha asegurado que tanto la resolución como la nota aclaratoria sobre la disposición cuarta de la ley, que permite mantener el uso fuego en municipios con planes y ordenanzas locales de quemas, “responden a las posibles cuestiones desde la perspectiva de transición ecológica acompañada que favorezca la adaptación a la nueva legislación.

El anexo de la resolución señala los cultivos a los que se les puede aplicar el permiso excepcional, con el límite máximo de un año. Los residuos agrícolas de frutales de hueso y pepita, kaki, cítricos, hortalizas, olivar, almendro, cereales, chufa y vid son los susceptibles de verse afectados por diversos organismos nocivos. En la solicitud de autorización, la persona titular, propietaria o gerente de la explotación deberá cumplimentar una declaración responsable

que especifique el cultivo y el organismo nocivo, o que afirme que el entorno silvícola se encuentra en una zona de difícil acceso que impide su retirada y posterior gestión.

La resolución recuerda que el uso del fuego en parcelas situadas a menos de 500 metros de terrenos forestales deberá adecuarse a los condicionantes de seguridad establecidos y a la norma que, con carácter general, prohíbe la quema entre el 1 de junio y el 15 de octubre.

BOE

—Extracto de la Orden de 12 de mayo de 2022 por la que se convocan las subvenciones establecidas en el artículo 6 del Real Decreto-ley 4/2022, de 15 de marzo, por el que se adoptan medidas urgentes de apoyo al sector agrario ante la pérdida de rentabilidad y por causa de los problemas de sequía.

—Real Decreto 376/2022, de 17 de mayo, por el que se regulan los criterios de sostenibilidad y de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero de los biocarburantes, biolíquidos y combustibles de biomasa, así como el sistema de garantías de origen de los gases renovables.

—Resolución de la Dirección General de Políticas para la Soberanía Alimentaria de la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears, por la que se da publicidad a la solicitud para la tramitación de la inscripción en el registro comunitario de la Denominación de Origen Protegida «Mel d’Eivissa»/ «Miel de Ibiza».

EFEAGRO

Patatas Meléndez arranca la campaña de patata nueva en Andalucía y Murcia

La compañía prevé superar un volumen de 35.000 toneladas de compra de producto en estas regiones

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Patatas Meléndez, empresa valisoletana que acapara un 20% de cuota de mercado en España en el sector de la patata fresca, ha dado comienzo a la campaña de arranque de este tubérculo en las provincias de Andalucía y Murcia.

Frente a un mercado, no solo nacional sino también internacional, con gran demanda de patata nueva, la compañía castellano y leonesa mantiene buenas perspectivas para esta cosecha. Así, según las previsiones de Patatas Meléndez, estiman una compra que superará un volumen de 35.000 toneladas en las regiones de Andalucía y Murcia.

De esta manera, y gracias a su plan agrario y los acuerdos con los agricultores locales, la compañía consigue asegurar la rentabilidad de los productores. En este sentido, han trabajado una planificación semanal que ayudará a equilibrar la producción por semana para los diferentes canales de distribución.

Asimismo, y según señalan desde la compañía, este arranque de campaña supone un impacto directo e indirecto en la creación de empleo en las regiones de recogida. Zonas de producción en las que además cuentan con el apoyo del equipo técnico de Patatas Meléndez, que se encuentra realizando muestreos y exámenes pertinentes para garantizar la calidad del producto.

En palabras de Juan Manuel Coello, director de Operaciones de Patatas Meléndez: “Tenemos muy buenas sensaciones con esta campaña. La reducción en superficie de patata plantada, así como la meteorología, suponían un reto. Pero hemos trabajado con gran esfuerzo de la mano de nuestros agricultores para llegar en tiempo a los lineales y ofrecer al consumidor la mejor materia prima”.

Un año más, desde Patatas Meléndez han planificado las



Patatas Meléndez ha dado comienzo a la campaña de arranque de este tubérculo en las provincias de Andalucía y Murcia. / PM

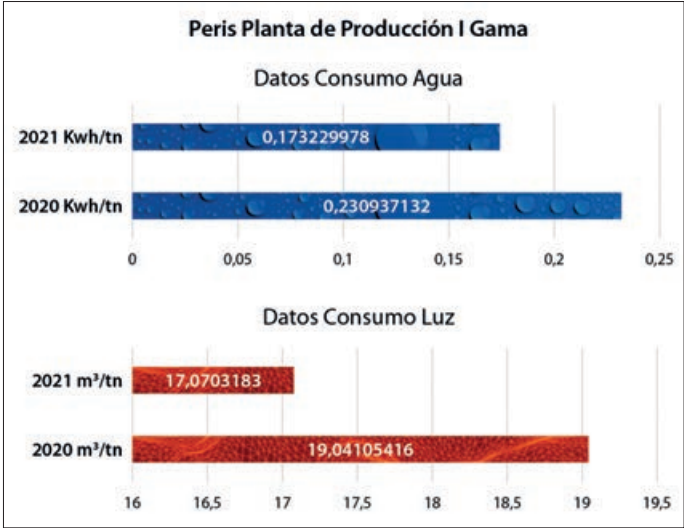
semanas y las variedades para trabajar de manera ordenada, aportando seguridad a todos los productores que colaboran con la compañía y garantizar el mejor producto para el consumidor. Los próximos pasos de Patatas Meléndez, al finalizar con la campaña de Andalucía y Murcia, son avanzar con la recogida en Castilla-La Mancha, y finalizar en Castilla y León para poner un broche en la temporada.

■ **PROYECTOS**

Patatas Meléndez comercializa cerca más de 180 millones de kilos de patata cada campaña y cerró el año 2021 con más de 90 millones de euros de facturación. A día de hoy, cuenta con un equipo superior a 370 profesionales y con

más de 500 agricultores suscritos a su plan agrario.

Durante 2022 y bajo su potente estrategia de digitalización, la compañía finalizará la construcción de su nueva fábrica automatizada y digitalizada de 21.600 metros cuadrados, una planta que se posicionará como referente en el sector a nivel europeo a través de la tecnología más puntera y basándose en la máxima eficiencia. Este proyecto, en el que Meléndez ha invertido más de 32 millones de euros, implica la digitalización del cultivo, el uso de energía verde y la reducción del uso de plásticos en los envases y embalajes, así como un uso eficiente del agua de cara a la reducción de su huella hídrica.



Gráfica de la eficiencia lograda en el último año en Vicente Peris. / PERIS

Peris reduce su consumo energético con políticas de eficiencia

El objetivo es producir más reduciendo la huella ambiental

► **VF. REDACCIÓN.**

Seguir aumentando el volumen de producción y ventas, a la par que reduce su huella ambiental, es objetivo prioritario de Vicente Peris. Tras incorporar mejoras de eficiencia en su planta de producción de I gama, en 2021 redujeron notablemente su consumo energético y de agua. A la vez, aumentó el volumen de producción de su producto estrella, el melón Piel de Sapo, cuyas ventas se incrementaron en un 27%.

Producir más sin que esto conlleve una mayor huella de carbono es un objetivo que Peris lleva trabajando desde hace varios años. En ese camino ha ido incorporando mejoras que han ofrecido resultados ejercicio tras ejercicio. En 2021 los cambios fueron más notables y la eficiencia obtenida también lo ha sido.

El pasado año, la empresa Vicente Peris logró reducir su consumo de luz en su planta de I gama en un 10% por tonelada. Esto se logró con dos acciones principales, formando a los equipos sobre el uso eficiente de las cámaras frigoríficas y sustituyendo las luminarias halógenas y fluorescentes por iluminación led.

Además, en el mismo periodo y en la misma planta, Peris también ha reducido el consumo de agua por tonelada en un 24%, gracias a diversas modificaciones y mejoras en los túne-

les de lavado de melón, sandía, calabaza y apio.

Las cifras de ahorro energético y agua obtenidas son aún más relevantes si atendemos a los datos de producción y ventas de la división de I gama de Peris, que en 2021 se incrementaron. Concretamente, el producto del que más volumen mueven, el melón Piel de Sapo, aumentó sus ventas en un 27%. El resto de productos de I gama, sandía y calabaza, mantuvieron un nivel de ventas estable.

■ **PREVISIONES PARA 2022**

Durante este año, Peris ya está trabajando en nuevas acciones de eficiencia en su planta de I gama, siempre bajo los objetivos y seguimientos de la norma ISO 14001. Entre los objetivos marcados está la reducción de consumo de papel y la optimización de la separación de residuos para un reciclaje más efectivo. La empresa también llevará a cabo durante este ejercicio diversas formaciones a sus equipos para ayudarles a ser más conscientes del consumo de agua, lo que debería repercutir en reducir el volumen consumido.

Peris también suma al consumidor a la labor de la sostenibilidad, y lo hace incluyendo en el etiquetado de sus productos símbolos que contribuyen a la didáctica de la segregación de residuos.

La Federación de Cooperativas Agroalimentarias de Aragón cumple 35 años

Con 160 asociadas, representa a más de 51.000 personas y factura 850 millones euros directos

► **JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.**

La Federación de Cooperativas Agroalimentarias de Aragón ha cumplido 35 años. Actualmente, son 160 las cooperativas asociadas: 32 en la provincia de Huesca, otras 32 en la provincia de Teruel y 96 en la de Zaragoza. Del total, 91 están radicadas en municipios de menos de 2.000 ha-

bitantes, zonas con mayor riesgo de despoblación.

Entre socios y trabajadores, están representadas en la federación más de 51.000 personas, con una facturación directa de 850 millones de euros, que se elevan a los 1.300 millones si se tiene en cuenta la actividad de las 40 empresas participadas.

La Federación considera que el papel de las cooperativas es fundamental en la economía agraria y en el mundo rural aragonés y, además, defiende su vinculación al territorio y los valores que le son propios.

Su presidente, José Víctor Nogués, ha destacado “el trabajo en equipo, la toma de decisiones

democrática y el vínculo con la tierra y el medio, como enfatizamos en nuestra campaña Naturalmente unidos por Aragón”.

Ha añadido que “estos valores, unidos a otros como la calidad y confiabilidad de nuestros productos y el hecho de ser fijadores de población, hacen que visibilizar este modelo productivo, que está tan presente en la economía rural aragonesa, cada vez sea más necesario”.

Nogués ha precisado que desean “transmitirlo a los consumidores, con el fin de facilitar la sostenibilidad del sistema cooperativo agroalimentario de nuestra región y de generar riqueza aquí, en Aragón”.

El sector agroalimentario es uno de los mayores músculos productivos de Aragón. Con poco más de 1,3 millones de habitan-

tes, esta Comunidad Autónoma produce recursos para alimentar a más de 12 millones de personas.

La Federación fue fundada en 1987 para dar respuesta a la necesidad de contar con un organismo de representación que defendiera los intereses de las cooperativas agroalimentarias de la región.

Cooperativas Agroalimentarias Aragón, que durante muchos años se denominó Federación Aragonesa de Cooperativas Agrarias (FACA), forma parte de Cooperativas Agroalimentarias España, órgano confederado que representa a las cooperativas españolas ante la administración nacional y la Unión Europea.

El pasado mes de diciembre inauguró su nueva sede en el centro de Zaragoza en un local de 400 metros cuadrado.



DESINFECCIÓN

LA MEJOR FORMA DE PREVENIR

GAMA DESINFECCIÓN

Una gama completa y versátil que nos permite adaptar el uso en función de las necesidades de desinfección. Soluciones eficaces, sencillas y cómodas.

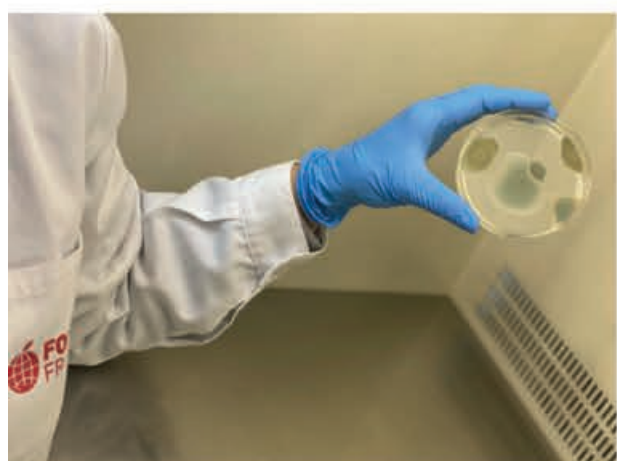


DESINFECTANTES LÍQUIDOS

- OXA-BIOCID ECO
- STERIBOX-AC
- STERIBOX-GAC
- GREENCARE-PH
- OXYPURE-BIO

DESINFECTANTES AEROSOL DESCARGA TOTAL

- STERIBOX-FOG



DESINFECTANTES FUMÍGENOS

- FRUITFOG-AC
- FUMICROB



FOMESA FRUITECH

Your postharvest partner since 1955



Camí del Racó, 10 - Pol. Ind. Norte
46469 Beniparrell - Valencia [España]

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

info@fomesafruitech.net
www.fomesafruitech.net

mercamadrid



valencia fruits
dossier





Mercamadrid está realizando, desde 2020, un importante esfuerzo por garantizar un espacio de trabajo seguro y, a su vez, seguir ampliando servicios y mejorar las infraestructuras para los clientes. / MM

EQUIPO DIRECTIVO DE MERCAMADRID

“Mercamadrid apuesta por hacer de la unidad alimentaria un referente para la exportación”

Mercamadrid es un mercado del siglo XXI. Un referente internacional que sigue trabajando en retos y objetivos que le permitan avanzar en la modernización y mejora de la competitividad, en el marco de un sector dinámico y muy exigente. Con una ocupación del 99,5% de la superficie de la unidad alimentaria, Mercamadrid mantiene el número de empresas y empleos, y con ejemplos interesantes de empresas que siguen innovando y abriendo camino con nuevas actividades. Si bien el ejercicio 2022 está siendo complejo y es difícil hacer una proyección de cómo acabará el año, desde el equipo ejecutivo de Mercamadrid aseguran que “las empresas de Mercamadrid estarán al servicio de sus clientes”.

► NR. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. En este 2022 ha supuesto la vuelta a la normalidad (parcialmente) después de dos años marcados por la pandemia. ¿Cómo ha sido este nuevo periodo para la gran familia de Mercamadrid? ¿Se mantiene la ocupación, el número de empresas, trabajadores...?

Mercamadrid. Durante la pandemia, Mercamadrid no ha cesado su actividad ni un solo día, como servicio esencial en el abastecimiento de alimentos. Hemos trabajado aplicando en cada momento las medidas necesarias para garantizar un espacio de trabajo seguro.

Actualmente, la ocupación de la superficie de la unidad alimentaria es del 99,5%. Se mantiene, por tanto, el número de empresas y empleos, y con ejemplos interesantes de empresas que siguen innovando y abriendo camino con nuevas actividades que aportan valor al conjunto e incluso ejercen un efecto tractor en el sector.

VF. En el ecuador del ejercicio 2022, ¿qué podemos decir de la marcha del mercado mayorista madrileño, en especial en sus pabellones de frutas y hortalizas?

MM. El año 2022 está siendo un año complejo. Acumulamos diferentes crisis como la de materias primas o la energética; la incertidumbre en el escenario geopolítico, con hitos clave como la guerra de Ucrania, por ejemplo. Todos ellos, con incidencia en la cadena agroalimentaria y el consumo.

A su vez, asistimos al impulso imparable de sectores importantes como la restauración o la evolución constante de la tecnología, la digitalización o el Big Data, que tienen un impacto positivo en nuestro sector. Es difícil hacer una proyección de cómo terminará el año, pero sin duda, las empresas de Mercamadrid estarán al servicio de sus clientes.

VF. ¿Cuáles son los retos u objetivos que se ha marcado la dirección general de Mercamadrid para este ejercicio?

MM. Son muchos los objetivos que tenemos en marcha, reflejados en el Plan Estratégico de la empresa.

El avance en la circularidad, reduciendo el impacto de la actividad del recinto en el entorno; la apuesta por una movilidad sostenible, incrementando los equipos de recarga eléctrica puestos a disposición de los usuarios y avanzando en la reducción de emisiones de CO₂ a la atmósfera; avanzando en la sostenibilidad, con la separación y valorización de residuos, que ha alcanzado cuotas superiores al 70% en los últimos meses; seguir trabajando en la transformación digital, incorporando cada vez más servicios digitalizados, una nueva infraestructura de red troncal en todo el recinto; generando oportunidades de innovación en la cadena agroalimentaria, con nuevas alianzas como la reciente llegada del Centro Nacional de Tecnología

“Cada día son más los profesionales y empresas internacionales que nos visitan para conocer la oferta y servicios de la unidad alimentaria”

“Hemos puesto en marcha la oficina de acción exterior, con el objetivo de impulsar la internacionalización de las empresas de Mercamadrid”

Alimentaria a la unidad alimentaria; o abordando proyectos que muestran el compromiso de Mercamadrid con la sociedad, como la apuesta por la formación en el sector; con más de 2.000 alumnos/as formados en 2021 o la apertura de la Escuela de la Fruta, que ha sido seleccionada como uno de los proyectos más innovadores del sector de la distribución en España en 2021, por el Observatorio de la Innovación del Instituto Cerdà.

VF. ¿Cómo están afectando en el día a día el aumento de los costes energéticos, los problemas logísticos y de transporte...?

MM. Mercamadrid está realizando, desde 2020, un importante esfuerzo por garantizar un espacio de trabajo seguro y, a su vez, seguir ampliando servicios y mejorar las infraestructuras para los clientes, con una inversión cercana a los 4 millones de euros en 2021. Abordando entre otros, proyectos que nos permitan ser más eficientes en un contexto

como el actual, como la sustitución de luminarias del recinto por equipos LED, que doblan la capacidad lumínica y reducen a la mitad el consumo eléctrico; o, apostando por la innovación como en el sistema de enfriamiento del mercado central de pescados, que logra reducir hasta 15 grados la temperatura de las zonas comunes sin emplear para ello gases ni compresores.

Mercamadrid se ve afectada, como todas las empresas, por incrementos de costes y gastos diversos. La escalada del precio de la energía, por ejemplo, supone que, en el mes de mayo, habremos consumido todo el presupuesto energético de 2021. O, por nuevas necesidades que hemos debido asumir, como la desinfección, limpieza y seguridad, en atención a los trabajos que se vienen realizando para garantizar un espacio de trabajo seguro frente a la pandemia, que han supuesto importantes incrementos del gasto.

Todo ello ha hecho que se haya contenido el beneficio neto de la empresa en el último año.

VF. Mercamadrid es un referente cuando hablamos de pesca, pero si hablamos de frutas y hortalizas, ¿cuál es su posicionamiento como centro de distribución y comercialización de productos hortofrutícolas?

MM. Con una comercialización de 2.159.539 toneladas en 2021, el Mercado de Frutas y Hortalizas de Mercamadrid sigue posicionado a la cabeza de los mercados de Europa y un importante referente en el mundo. Cuenta con seis naves de frutas y hortalizas y una de maduración de plátanos. 153 empresas que generan 2.600 empleos directos. Empresas competitivas que mantienen el esfuerzo de inversión para seguir avanzando e innovando, dando la mejor respuesta y servicio a las necesidades de sus clientes.

VF. ¿Qué tipo de iniciativas realiza la dirección de Mercamadrid en el mundo hortofrutícola a la hora de promover la venta de sus empresas, fomentar su consumo...?

MM. En el marco del compromiso de Mercamadrid con la sociedad, y en coherencia con la actividad de nuestros clientes, trabajamos en la prescripción a la ciudadanía de hábitos de consumo saludables, bajo los preceptos de la Dieta Mediterránea. Son muchas las campañas de comunicación que se realizan en este sentido, como la información diaria de productos de temporada que van llegando a los mercados, la campaña Alimentos A, de productos de proximidad, o, uno de los proyectos de 2021 que recoge el compromiso de empresas, asociaciones y Mercamadrid con la salud infantil, la Escuela de la Fruta. Un espacio único para el fomento del consumo de frutas y hortalizas en la población infantil, con la colaboración de 5 al Día y Asomafrut. Recibe la visita de colegios de la Comunidad de Madrid a diario y ya tiene lista de espera para el próximo curso.

También ponemos a disposición de las empresas herramientas útiles para su actividad, como el Observatorio de tendencias, creado en 2021, que estudia y analiza tendencias de consumo que puedan resultar de interés,

(Pasa a la página 4)

Sumando esfuerzos...

CMR GROUP ofrece la plataforma idónea para
situar marca y productos en el mercado de:

- Productores individuales
- Grupos de productores
- Traders hortofrutícolas

CMR GROUP abastece de la gama más
amplia de productos de calidad contrastada,
procedentes de reconocidas zonas de producción
nacional, complementándola con productos de
contraestación procedentes de otros continentes,
con volúmenes y continuidad de comercialización
y servicio asegurados durante todo el año para los
**componentes de toda la cadena comercial
hortofrutícola:**

- Cadenas de distribución
- Mayoristas
- Retail
- Exportación
- Industria

...para conseguir objetivos comunes

CONFIANZA, SEGURIDAD, PROYECCIÓN INTERNACIONAL, RENTABILIDAD



FRUITS CMR S.A.U.
Polígono Estruch - c/ Sis, nº. 1
08820 El Prat de Llobregat (Barcelona)
Tel.: (+34) 93 262 66 00*
E-mail: cmr@cmrfruits.com

Mercabarna
08040 BARCELONA
Pabellón A: 1025-1028
Tel.: 93 262 66 20
Pabellón D: 4001/7 y 4032/7
Tel.: 93 262 66 30

CMR INFINITA S.A.
Mercamadrid
Calle 45 H5
Nave A: 7-23
28053 Madrid
Tel.: 91 524 50 00*
E-mail: infinita@cmrinfinita.com

CMR HOLLAND
RIDDERKERK - HOLLAND
E-mail: cmr@cmrholland.com

CMR FRANCE
PERPIGNAN - FRANCE
E-mail: cmr@cmrfrance.com

CMR MAROC
CASABLANCA - MOROCCO
E-mail: cmr@cmrmaroc.com

CMR BRASIL
NATAL - BRASIL
E-mail: cmr@cmrbras.com.br

Marcas propias comercializadas:



**Un grupo internacional
de gestión hortofrutícola
le está esperando**

Desde hace más de un siglo,
buscando nuevos objetivos
y horizontes comerciales,
traspasando fronteras y continentes.
Abriendo mercados para la mejor
comercialización de productos
hortofrutícolas provenientes de
productores y remitentes.

**La unión
hace la fuerza**

www.cmrgroup.es

**FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS • TROPICALES Y EXÓTICOS • BERRIES • CÍTRICOS • BANANAS
PRODUCTOS DE IV Y V GAMA • HIERBAS AROMÁTICAS • PRODUCCIÓN INTEGRADA • MINI-HORTALIZAS**

“Mercamadrid...”

(Viene de la página 2)

como el estudio “Indicadores de compra y consumo de productos frescos”, que analizaba los cambios de hábitos de consumo antes, durante y tras el confinamiento por la pandemia; o, “Percepción de los consumidores sobre productos de proximidad”, presentado recientemente.

Además, impulsamos la participación de las empresas en ferias profesionales del sector; para la promoción de producto y servicios; o, realizamos encuentros empresariales en Mercamadrid, con ponentes referentes de su segmento, para abordar temáticas de interés, en tiempos y formatos útiles para las empresas.

VF. ¿Qué podemos decir del poder de atracción de Mercamadrid para compradores internacionales?

MM. Mercamadrid apuesta por hacer de la unidad alimentaria un referente para la exportación. Cada día son más los profesionales y empresas internacionales que nos visitan para conocer la oferta y servicios de la unidad alimentaria. Se ha puesto en marcha la oficina de acción exterior, con el objetivo de impulsar la internacionalización de las empresas, realizando labores de asesoramiento, impulsando actividades formativas, participando en misiones comerciales, así como, acompañando a aquellos compradores internacionales que lo han requerido en su incursión en la unidad alimentaria. Se trata de un nuevo servicio que aporta valor a los clientes y que busca colaborar con las empresas para incrementar su actividad exportadora.

VF. ¿Cuáles es su área de influencia fuera del territorio nacional? ¿Qué peso tiene la exportación en una plataforma como Mercamadrid, ubicada en el centro del país y con las mejores conexiones?

MM. Todavía es difícil de cuantificar el peso que tiene la exportación dentro de Mercamadrid. Hay empresas con proyección y posicionamiento exterior.

Creemos que es una oportunidad de crecimiento para el sector. De ahí la puesta en marcha de la oficina de acción exterior, que permita impulsar esta actividad.

VF. Sostenibilidad, medio ambiente o digitalización son aspectos claves en las estrategias empresariales actuales. En este sentido, ¿cuáles son las iniciativas, propuestas, proyectos o acciones que la dirección de Mercamadrid ha puesto en marcha para garantizar que es un mercado sostenible, respetuoso con el medio ambiente y digital?

MM. Como avanzábamos, trabajamos en numerosos proyectos, que emanan de la estrategia, que avanzan en este sentido. Asimismo, en julio de 2021 presentábamos Mercamadrid circular. Un proyecto alineado con la estrategia anterior, que convertirá a Mercamadrid en el primer mercado completamente circular de Europa. Sienta las bases de la unidad alimentaria del futuro: con la circularidad como eje de transformación y motor de cambio. Una transformación coherente con las necesidades que el medio ambiente y la ciudadanía demandan, con impacto en toda la cadena alimentaria, así como en la ciudad de Madrid.

VF. ¿Cómo se presenta el futuro de Mercamadrid como plataforma comercial alimentaria? ¿Cuáles son las asignaturas pendientes? ¿Podríamos afirmar que Mercamadrid es un mercado del siglo XXI?

MM. Mercamadrid es un mercado del siglo XXI. Un referente internacional que sigue trabajando en retos y objetivos que le permitan avanzar en la modernización y mejora de la competitividad, en el marco de un sector dinámico y muy exigente.

Evoluciona y cambia con a las empresas, para dar respuesta a las necesidades de sus clientes. Y, lo hace, alineada con una cultura de desarrollo sostenible, acorde con la Agenda 2030, observando importantes avances de las empresas por mejorar la eficiencia energética, la sostenibilidad y la aplicación de la innovación al servicio del sector y la sociedad.

La gestión de la pandemia y la ampliación de servicios marcan el ejercicio 2021

Las empresas lograron cerrar un ejercicio estable en la comercialización de alimentación fresca

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

En el ejercicio 2021 de Mercamadrid han convivido la acción preventiva frente a la COVID-19 con la agenda de transformación prevista en la Estrategia 2020-2022. El Consejo de Administración de la empresa mixta —cuyos accionistas mayoritarios son el Ayuntamiento de Madrid (51,13%) y la empresa pública Mercasa (48,63%)—, analizaron la gestión empresarial del año pasado a mediados de febrero.

Según el balance presentado, el esfuerzo realizado para la ampliación de servicios y mejora de infraestructuras para sus clientes —con una inversión cercana a los 4 millones de euros—, así como la garantía de un espacio de trabajo seguro, contuvieron el beneficio neto de la sociedad en 2021. Por su parte, las empresas lograron cerrar un ejercicio estable en la comercialización de alimentación fresca.

El año 2021 comenzó con la crisis provocada por el temporal Filomena, que obligó al cierre excepcional de Mercamadrid el sábado 9 de enero, por prevención y seguridad de las personas, ante la imposibilidad de circulación. En apenas 48 horas Mercamadrid fue uno de los primeros servicios en recuperar su actividad. Para lograrlo resultó clave la colaboración de todas las administraciones; la labor de los servicios de limpieza, mantenimiento y seguridad; la extraordinaria labor de la Unidad Militar de Emergencias en la retirada de nieve; así como, la colaboración de las empresas y trabajadores/as, que posibilitó recuperar la actividad en un tiempo récord.

■ TRANSFORMACIÓN

Conviviendo con la gestión de la pandemia, Mercamadrid impulsó su agenda de transformación, desplegando una completa red troncal de fibra y tecnología 5G en todo el recinto, que permite la integración de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, la robótica y los sistemas inteligentes de transporte. Un desarrollo que representa una clara ventaja



Mercamadrid cerró un ejercicio estable desde el punto de vista económico, con un beneficio neto de 5,3 millones de euros, lo que representa una reducción del 12% respecto a 2020

competitiva para las empresas instaladas, una oportunidad real para el despliegue de sus propias estrategias digitales.

A esta estrategia de digitalización de servicios, se suma la incorporación del Big Data y la automatización al sistema de gestión del control de accesos, y el desarrollo de la sede electrónica y plataforma de gestión interna.

La sostenibilidad se mantuvo en 2021 como eje clave de actuación, con la sustitución de luminarias por LED en una superficie de 390.000 m², duplicando la capacidad lumínica y reduciendo a la mitad el consumo energético. Se avanzó también en la reducción de emisiones de CO2 a la atmósfera, incrementando el número de cargadores de vehículos eléctricos disponibles en el recinto.

En el marco de la generación de nuevos servicios que aporten valor añadido a sus clientes, Mercamadrid puso en marcha en 2021 la acción de la nueva Oficina de Acción Exterior con el objetivo de impulsar

la internacionalización de las empresas. Para ello, realizó labores de asesoramiento, requerido por las empresas; impulsó actividades formativas para promover la exportación; participó en la coordinación de misiones comerciales, con la implicación de 120 empresas de Mercamadrid; así como, acompañamiento para todos aquellos compradores internacionales que lo requirieron en su incursión en la unidad alimentaria.

La ampliación de servicios y mejora de infraestructuras para las empresas representaron una inversión cercana a los 4 millones de euros (3,72 millones de euros) a pesar de convivir con la gestión de la pandemia.

Con el foco puesto en la sociedad y en el marco de su política de Responsabilidad Social Corporativa, Mercamadrid impulsó su compromiso con la salud infantil con la puesta en marcha, en el mes de octubre, de la Escuela de la Fruta. Un espacio único en España en el que aprender jugando sobre la cadena de valor y la Dieta Mediterránea. Por otra parte, el Centro de Formación de Mercamadrid recuperó la formación presencial, manteniendo las modalidades online instauradas al inicio de la pandemia.

El balance concluye confirmando que Mercamadrid cerró un ejercicio estable desde el punto de vista económico, con un beneficio neto de 5,3 millones de euros, lo que representa una reducción del 12% respecto a 2020.

Las empresas de la unidad alimentaria, por su parte, lograron mantener las cifras de comercialización, con 3,1 millones de toneladas comercializadas (un 1,5% más que en 2020). Un resultado con diferencias por subsectores, siendo el sector cárnico (+11%) y de “varios” o “seco” los que mejores resultados obtuvieron (+35%). La inestabilidad en los patrones de consumo domésticos y extracomunitarios se reflejaron en la comercialización del sector de pescados (-4% respecto a 2020) y hortofrutícola (-3% respecto a 2020).



Mercamadrid evoluciona y cambia junto con sus empresas. / MERCAMADRID



FRUTAS

Candil, S.L.



MERCABARNA • 08040 Barcelona. Pabellón A - Puestos 1057-1058
Tel.: 93 335 13 44 • Fax: 93 335 41 98

MERCAMADRID • 28053 Madrid. Nave C - Puestos 33-35-37-39-41
Tel.: 91 785 54 16 • Fax: 91 785 63 96

Ocho de cada diez madrileños incluyen alimentos de proximidad en su compra

Mercamadrid realiza un estudio para conocer en profundidad cuál es la percepción que tienen los consumidores

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Observatorio de tendencias de Mercamadrid ha realizado un completo estudio sobre alimentos de proximidad, con el objetivo de conocer en profundidad la percepción que tienen los madrileños y madrileñas sobre estos productos. Conocer cuáles son los motivos que impulsan su compra, cómo se identifican estos productos, cuáles son los establecimientos de compra preferidos, las diferencias que pueda haber en cada categoría (carnes, frutas y hortalizas, ...) o cuál es el margen de crecimiento de consumo y los retos a abordar para lograrlo, son algunos de los apartados que han sido analizados y estudiados en este informe.

El estudio arroja que el 85% de madrileños y madrileñas incluyen en su cesta de la compra algún producto de proximidad de manera habitual. El 58%, incluye productos de todas las categorías. Porcentajes que confirman el interés creciente por estos productos, observado en Mercamadrid en los últimos años.

La señalización e identificación de los alimentos de proximidad es clave

A la hora de analizar los motivos que hay detrás de la decisión de compra de un alimento de proximidad en la Comunidad de Madrid, el 85% de los encuestados valora que ayudan a promover la economía local; el 79%, considera que son más frescos; y, el 70% pone en valor que son más sostenibles, pues la huella de carbono es menor. Estamos, por tanto, ante un consumidor/a informado y comprometido.

La información, señalización e identificación de los alimentos de proximidad resulta clave. Entre los frenos a la adquisición de estos productos, el estudio destaca la dificultad para tener la certeza de si se trata de un producto de proximidad, siendo el etiquetado, cartelería y pegatinas los elementos empleados para confirmarlo por el 65%. De hecho, de los no compradores de estos productos, el 49% no compra porque no sabe reconocer si un producto es de proximidad o no.

El 88% de los no compradores actuales estaría dispuesto a comprar. Estamos, por tanto, ante una oportunidad clara para impulsar los alimentos de proximidad, incidiendo en su identificación y señalización, poniendo el foco en su trazabilidad.

Estas son algunas de las conclusiones alcanzadas por el estudio realizado por el Observatorio de Tendencias de Mercamadrid, que ha contado con la coordinación técnica de AECOC Shopper-view y la colaboración de 40dB.

Entender la percepción que el consumidor/a de Madrid tiene de los productos frescos de

proximidad resulta clave para poder avanzar en el compromiso de Mercamadrid con la economía circular y puesta en valor de la

labor de agricultores y empresas mayoristas en la comercialización sostenible y eficiente de productos de proximidad.



Entender la percepción que el consumidor tiene de los productos de proximidad resulta clave para poder avanzar en el compromiso de Mercamadrid. / ARCHIVO

Fontestad

Un paso más
en nuestro compromiso
de siempre.



Entra en nuestra web y descubre como tangibilizamos
nuestro **compromiso con el planeta.**

www.fontestad.com





Durante 2020 la nueva sede en la plataforma H5 de Mercamadrid alcanzó la total operatividad. Esto se ha traducido, en palabras de Jesús López, “en una mejora notable de nuestra capacidad para aumentar y potenciar la oferta de productos para nuestros clientes y de servicios de gestión con relación a nuestros remitentes de producto, generando en conjunto una mayor eficacia en la gestión, agilizando tiempos de expedición, concentrando capacidad de almacenamiento y eliminando logística interna”. El gerente de la firma añade que “la nueva sede representa un importante salto cuantitativo y cualitativo”. / ARCHIVO

JESUS LÓPEZ / Director gerente de CMR Infinita

“El trabajo de cada una de las empresas en los mercados centrales es necesario”

Jesús López, gerente de CMR Infinita, resalta la importancia de la existencia y actividad de los mercados centrales de frutas y hortalizas. En la entrevista también habla sobre la importancia de las diferentes certificaciones obtenidas por la compañía, el horario de este mercado mayorista y las tendencias del consumidor. Para López, “existe una clara tendencia por parte del consumidor hacia una mayor concienciación por un consumo de comida de calidad y ahí, las frutas y hortalizas son imbatibles, lo que garantiza una estabilidad futura del sector”.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. Acaban de obtener la certificación IFS FOOD...

Jesús López. Sí, así es. En CMR Infinita acabamos de obtener la certificación IFS FOOD, reconocida por la Global Food Safety Initiative (GFSI), que abarca la seguridad y calidad alimentaria de los productos procesados, asegurando su comparabilidad y transparencia a través de toda la cadena de suministro.

VF. No es la única certificación con la que cuenta CMR Infinita.

JL. De la misma manera que invertimos en nuestras instalaciones, como nuestra sede corporativa de 12.500 metros cuadrados en la plataforma H5 de Mercamadrid, en tecnología de refrigeración, en generación de energía sostenible a través de la instalación de placas solares; también apostamos por nuevas marcas de calidad Premium, como Aurum para aguacates y mangos madurados; o en digitalización, con un sistema informático centralizado y conectado en tiempo real con el de nuestra sede central en Barcelona; también estamos certificados Fairtrade e IGP Plátano de Canarias, con el objetivo global de garantizar la calidad de nuestros productos y que los mismos cumplen con los estándares de Comercio Justo (Bananas).



Jesús López señala que el objetivo de CMR Infinita es crecer paulatinamente para seguir la evolución del mercado. / ARCHIVO

Todo ello nos ha ayudado a ser más eficientes y a afrontar todas las situaciones con mayor fortaleza y seguridad para nuestros clientes como, por ejemplo, todo el periodo de la pandemia de la COVID-19.

VF. En inversión y mejora constante, ¿cuáles son los objetivos de CMR Infinita?

JL. El objetivo es claro: Consolidar y crecer paulatinamente para seguir la evolución y ten-

dencia del mercado donde la nueva plataforma juega un papel fundamental. En esta línea de trabajo, nuestra plataforma nos proporciona, por un lado, mayor capacidad en todos los ámbitos de la empresa que se ha traducido en un incremento de volúmenes de gestión para satisfacción de remitentes actuales y nuevos y, por otro, disponer de una oferta de producto más amplia, variada y continuada.

VF. En clave pasillo del mercado central, ¿parece que el horario diurno no arranca?

JL. Somos partidarios de un horario de diurno porque el actual queda un poco anclado en el pasado, donde existían otras necesidades, y no nos deja demasiado recorrido para el futuro. Entramos a unas horas donde nadie más está trabajando y nos vamos cuando hay muchas horas de día por delante para

poder seguir vendiendo. Creemos que el cambio de horario para Mercamadrid es básico y esencial a semejanza del mercado central de Mercabarna, otra gran unidad alimentaria, que ya hace más de veinte años que opera con horario diurno.

Luego, el horario diurno facilita la conciliación familiar y la entrada de nuevos profesionales y, en algunos casos, también el relevo generacional; además de mejorar la productividad.

VF. Antes nombraba la pandemia. Según su opinión, ¿cuál ha sido la reacción del mercado central?

JL. Las empresas del mercado central de Mercamadrid hemos funcionado durante todos estos meses. En ningún momento ha habido desabastecimiento de fruta y hortaliza para la sociedad.

El trabajo de cada uno de los profesionales y de cada una de las empresas en los mercados centrales es necesario.

El mercado central no ha fallado nunca aún con situaciones negativas e inciertas como la mencionada pandemia y más recientemente la huelga de transporte, sin mencionar el encarecimiento de los costes energéticos y logísticos.

VF. La pandemia, ¿también ha traído mayor concienciación del consumidor por la comida saludable?

JL. Parece que sí. Es una tendencia lo “saludable” y “sostenible”. Existe una clara tendencia por parte del consumidor hacia una mayor concienciación por un consumo de comida de calidad y ahí, las frutas y hortalizas son imbatibles, lo que garantiza una estabilidad futura del sector.

Y también sostenible. Hay un porcentaje de consumidor, en especial el perfil joven, que quieren saber qué pautas de cultivos han seguido las plantaciones, si son respetuosas con el medio ambiente...

En definitiva, el consumidor cada vez es más exigente y, en nuestro caso particular, observamos como en los maduradores de plátanos cada vez más aumenta la demanda de la certificación Fairtrade, sello de comercio justo, que como he comentado anteriormente, de la que CMR Infinita dispone, así como también IGP Plátano de Canarias.

ESTEVE SUBIRÀ / Director de mercados de Nufri

“Debemos adaptarnos y satisfacer a nuestro cliente directo”

Esteve Subirà, que cuenta con diversas paradas en el Mercado Central Frutas y Hortalizas y un almacén en la unidad alimentaria de Mercamadrid, repasa su apuesta por los mercados centrales y su situación actual.



Esteve Subirà, director de mercados de Nufri. / ÓSCAR ORTEGA

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. Ustedes presentan una gran oferta de fruta y hortaliza en sus paradas del Mercado Central de Mercamadrid. ¿Qué perfiles de cliente acuden a sus paradas?

Esteve Subirà. El perfil de cliente que acude a las paradas del Mercado Central es principalmente comprador de tiendas de detallistas. Tiendas tradicionales en constante cambio que abren paso a los locales de conveniencia, muy adaptados a las necesidades del consumidor actual, quienes demanda cualquier producto a cualquier hora.

Nosotros, en respuesta a esta demanda debemos adaptarnos y satisfacer a nuestro cliente directo, los detallistas, que, al mismo tiempo, satisfacer al cliente final, el consumidor, con más oferta de productos y orígenes en nuestras paradas.

Además, sin olvidarnos de que todos los productos que distribuimos deben ser buenos de comer.

“Todos los productos que distribuimos desde Nufri deben ser buenos de comer”

“Los mercados centrales son el nexo entre los productores y distribución”

VF. Siguiendo con el Mercado Central, ¿qué aporta a Grupo Nufri disponer de paradas en este mercado mayorista?

ES. Para nosotros son básicas e imprescindibles porque son el nexo entre los productores y la distribución, y nuestra manera de adaptarnos a las nuevas características de distribución.

También nos sirven como indicadores de tendencias y nos avisan de los cambios con antelación para adelantarnos a lo que posteriormente nos pedirá la distribución.

VF. En clave comercial, ¿una visión de los primeros meses del año según la óptica de Nufri?

ES. La situación actual y del último semestre es preocupantemente cambiante debido al aumento desmesurado de los costes. La sensación es de estar constantemente entre turbulencias, y no es precisamente agradable. Esta situación no favorece a ninguna posición de la cadena alimentaria, desde el consumidor hasta el producto, y debemos encontrar el equilibrio porque no podemos esperar a ver que nos queda.



FRUTAS ASTURIAS

25 Años ofreciéndole la mejor fruta






MERCAMADRID

- Nave D - Puestos 19-21
- Parcela J-2 Módulo 7 y 8

28053 MADRID (España)



Tel.: (+34) 91 785 18 96
 Fax: (+34) 91 507 29 55
infoasturias@frutasasturias.com
www.frutasasturias.com

VICENTE CANDIL MATEOS / Director comercial de Frutas Candil

“Apostamos por un trabajo desde el campo hasta la comercialización en el mercado”

Frutas Candil reúne unos cuantos ingredientes que convierten a esta firma en una empresa de éxito. Vicente Candil Mateos, su director comercial, nos relata unas cuantas claves sobre el desarrollo de su actividad en la producción y venta mayorista de frutas y hortalizas.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. Para empezar, objetivos para 2022.

Vicente Candil. En la línea de los últimos años definimos como nuestro principal objetivo seguir manteniendo a nuestros clientes y ayudarles a que sean más fuertes y competitivos. Para ello, seguimos apostando por la seriedad, la constancia y el servicio prestado a nuestros clientes quienes nos lo devuelven día a día con su presencia en nuestros puestos del Mercado Central.

VF. *Presentes en Mercamadrid y Mercabarna, los dos grandes mercados centrales del territorio español. ¿Por qué?*

VC. Frutas Candil apostamos por los mercados centrales porque son grandes centros de frutas y hortalizas sinónimos de calidad donde el trato personal que se produce es muy importante.

Prueba de ello son nuestras paradas y almacenes en las unidades alimentarias de Mer-



Vicente Candil Mateos, director comercial de Frutas Candil. / Ó. ORTEGA

camadrid y Mercabarna; estos últimos juegan un papel fundamental como pulmón y plataforma logística.

De hecho, aprovecho la ocasión para remarcar la gran labor de las empresas mayoristas que forman los mercados centrales durante todo el período pandémico, abasteciendo de fruta y hortaliza a toda la población.

VF. *Su amplia y completa oferta comprende productos con marca propia...*

VC. Sí, así es. Apostamos por un trabajo desde el campo, contamos con plantaciones propias en Almería, hasta la comercialización en el mercado. Crear y mantener una marca no es un trabajo fácil; de hecho, es complejo y difícil.

Aún así cuidamos nuestras marcas para tener un papel importante en el mercado con nuestros productos que, de hecho, son nuestro mejor legado para nuestros clientes. La mar-

“Remarcar la gran labor de las empresas mayoristas durante todo el período pandémico”

ca propia nos aporta un producto diferenciado con valor que favorece la captación y fidelización de clientes.

Entre otros, hablamos de sandía Fashion y también Carmenita en campaña de verano y diversas hortalizas como lechuga, Iceberg y brócoli en campaña de invierno bajo las marcas Carmencita y El maestro.

Como productores cuidamos la calidad de nuestro producto desde el origen hasta su llegada al Mercado Central, pasando por diferentes auditorías y controles de calidad.

De esta manera aseguramos continuidad de producto que es un criterio muy valorado por el cliente.

Completamos nuestra oferta con fruta y hortaliza de producción nacional y mundial.

VF. *Los inicios de la empresa son familiares y continúan siendo empresa familiar...*

VC. Somos un negocio familiar, ya con la tercera generación incorporada, con raíces de la venta tradicional y personal.

Estamos encantados que cualquier miembro de la familia quiera enrolarse en la empresa aunque siempre sin imposición porque estamos en un sector especial muy variable día tras día en cada época del año.

JOSÉ MIGUEL LÓPEZ / Gerente de Frutinter Mercamadrid

“Estar en Mercamadrid es estar presente en todo el territorio nacional”

La primera empresa del mundo en tener clementinas cultivadas bajo la Huella de Nitrato Cero, el análisis de la campaña de cítricos, melón y sandía, y la aportación de Mercamadrid son diferentes capítulos de esta entrevista a José Miguel López, gerente de Frutinter Mercamadrid.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. Como productores y comercializadores de cítricos, ¿una valoración de la campaña de naranja y mandarina de producción nacional?

José Miguel López. Hemos notado un descenso del consumo y del precio, sobre todo en naranjas desde el inicio de la comercialización de las diferentes variedades. En cambio, la clementina y mandarina se han comportado de forma normal, siendo las variedades tardías las que más están dejándose ver.

VF. *Continuando con cítricos. Han sido la primera empresa del mundo en tener clementinas certificadas con Huella de Nitrato Cero. ¿Por qué?*

JML. Es una extensión de la apuesta por la Agricultura Smart desarrollada a través de la Cátedra Frutinter junto a la Universidad Politécnica de Valencia (UPV). Se vio la posibilidad de realizar un estudio del subsuelo tras realizar las prácticas desarrolladas con la Agricultura Smart, intentando averiguar si



José Miguel López en la pasada edición de Fruit Attraction. / Ó. ORTEGA

el subsuelo presentaba menos signos de contaminación por nitratos al haber reducido en un 60% el aporte de estos en las plantas, fruto de los estudios de la Cátedra.

De esa forma, y tras los estudios, observamos que realmente el aporte de nitrato estaba dentro

del mínimo establecido por las autoridades sanitarias, y bajo la supervisión de la certificadora Rina se pudo obtener este primer certificado mundial que nos reconoce como la primera empresa del mundo en tener clementinas cultivadas bajo la Huella de Nitrato Cero.

VF. *Siguiendo con la Cátedra Frutinter de la UPV. Una nueva edición...*

JML. Sí, así es. Con la novedad que extendemos los estudios a otras parcelas y variedades y a potenciar la Agricultura Smart para el resto de agricultores interesados en producir bajo estos estándares, y, a la vez, siendo mucho más sostenibles, ya que el planeta necesita de toda la ayuda posible para subsistir.

VF. *Y de melón y sandía, también con marcas propias, ¿qué esperanzas tienen depositadas en esta campaña?*

JML. Las últimas lluvias han hecho mella en la producción de los primeros melones y sandías de origen nacional. Ahora el producto escasea y tiene precios altos. Esperamos tener en breve mucha más producción disponible y una estabilización de precios que acelere el mercado y cubra la siempre importante demanda que hay de estos productos en épocas primavera y verano. Respecto a la importación, hemos realizado una bue-

na campaña con la producción propia de Brasil que ha cubierto la demanda de contraestación de nuestros clientes.

VF. *Desde la óptica de Frutinter de Mercamadrid, una valoración de las ventas en este mercado mayorista...*

JML. Las ventas dependen mucho de la tipología de cliente que acude al mercado. Nosotros abarcamos desde grandes cadenas de distribución hasta clientes del canal Horeca y tiendas de barrio. Todos tienen su cabida y su abanico de productos.

Se nota que cada vez más las grandes superficies compran en origen, lo que resta volumen al negocio de los puntos de venta, aunque tenemos que ser optimistas y saber que tras las grandes superficies hay muchos otros clientes que necesitan nuestros productos y, situados en el punto más central de la península, podemos llegar a ellos; sin dejar de lado a nuestros vecinos de Portugal que también realizan un elevado número de compras en nuestro país. Hay que trabajar duro para poder seguir creciendo.

VF. *Al conjunto de Frutinter, ¿qué aporta la presencia en Mercamadrid?*

JML. Estar en Mercamadrid es estar presente en todo el territorio nacional. Es el mayor mercado de España y tiene una gran repercusión estar en él. Para nosotros significa tener una plataforma de venta y distribución que puede aportar volumen y cuota de mercado a la empresa. Operamos con el producto estrella de la casa, cítricos y melón y sandía, más un gran portfolio de productos de temporada que ayudan en la estrategia de diversificación.

MANOLO LUCAS / Responsable en Mercamadrid de Hnos. Fernández López

“Garantizamos líneas de trabajo con más regularidad y frescura del producto”

Barcos propios del Grupo Orsero, las marcas como un valor distintivo, y la figura del frutero como prescriptor, son algunos temas que comenta Manolo Lucas, responsable en Mercamadrid de la firma Hnos. Fernández López.

► **ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.**
Valencia Fruits. En clave Mercamadrid, ¿qué objetivos y novedades se plantean para este ejercicio 2022?

Manolo Lucas. Entre nuestros objetivos destacamos el seguir nuestra pauta de diversificar la gama de productos que ofrecemos y abarcar un amplio abanico de clientela.

En especial, destacar en nuestra marca Orsero con bananas, piñas y toda la gama de exóticos. En este sentido, hemos mejorado nuestro *transit time* con el fin de conseguir más frescura y mejor logística gracias a nuestros barcos propios del Grupo Orsero. Hoy por hoy somos un operador del sector que garantiza líneas de trabajo con más regularidad y frescura del producto; dos características que en estos tiempos actuales son de especial valor.

VF. Ustedes están presentes en este mercado central desde 2001. ¿Cómo definiría su evolución hasta la actualidad?

ML. El mercado central ha ido mermando paulatinamente en detrimento de la gran distribución aunque desde Fernández seguimos apostando por el mercado tradicional porque creemos que los fruteros tienen mucho que aportar a la hora de transmitir las bondades de las frutas y hortalizas a sus clientes y ejercen de prescriptores de las marcas.

Los consumidores necesitarán compensar esta sociedad digital con un mayor contacto directo

personal, y el sector detallista, y en especial con el producto fresco, tiene la oportunidad de ofrecer un trato más personalizado y cercano. Detrás de una manzana o un plátano el frutero puede contar una historia sobre su origen, propiedades... Y no hay que perder de vista el canal *online* que sigue creciendo a pasos de gigante. Veremos cuál es su impacto en las ventas de frutas y hortalizas en los próximos años.

VF. Sobre demanda y hábitos de sus clientes, ¿han notado cambios sustanciales con la pandemia de la COVID-19?

ML. Durante la pandemia sí que tuvo un impacto muy grande pero ahora estamos en una cierta normalidad y este año por fin tendremos esa recuperación plena de turismo por lo que las pautas de consumo va a ser lo más parecido a antes de la pandemia.



Manolo Lucas, responsable en Mercamadrid de Hnos. Fernández López. / ARCHIVO

Perfil multigama

La compañía Hnos. Fernández López tiene un claro perfil multigama y como indica Manolo Lucas, su responsable en Mercamadrid, “en eso queremos seguir destacando. Nos esforzamos cada día por dar un servicio cada vez más completo y más competitivo. Observamos con atención el comportamiento del mercado y analizamos las tendencias de consumo para enfocar nuestros nuevos proyectos”. Desde el punto de vista comercial

y operativa, también comenta que “nuestra visión es convertimos en una perfecta red de distribución y difusión para los productos que nuestros proveedores nos consignan. De forma coordinada establecemos la estrategia de comercialización que mejor se adapta a la gama de producto y mantenemos una comunicación constante sobre el resultado de la gestión en pro de conseguir los mejores objetivos para la campaña”. ■

“Creemos que los fruteros tienen mucho que aportar y ejercer de prescriptores de las marcas”

VF. Desde el punto de vista de Hnos. Fernández López en Mercamadrid, ¿cómo se desarrollaron las ventas el pasado 2021?

ML. Tuvimos un invierno de venta buena y en la parte de verano—hasta la fecha—hemos visto mermada más la venta porque el consumidor tenía más ganas de salir y el gasto se ha realizado fuera de los hogares y, en especial, en el sector Horeca donde no tenemos tanta presencia y el consumo es muy diferente en la venta fresca.

VF. Al hilo de su respuesta, ¿qué espera de la campaña de verano?

ML. Está siendo una campaña atípica por las fuertes heladas de la zona de Lleida y Aragón, y se prevé que habrá menor volumen de oferta de melón y sandía. En consecuencia, habrá incrementos de precios debidos también a los encarecimientos de la cadena de suministro.

VF. Cuentan con marcas propias. De cara a su cliente, ¿qué le aportan?

ML. Confiamos en las marcas como un valor distintivo de los productos que comercializamos. Las marcas representan la exclusividad de un modelo de trabajo en el que cada proveedor identifica sus productos aportándole el valor añadido que desea transmitir: una buena calidad, frescura, origen, continuidad...

Con esa intención nosotros creamos nuestra gama de marcas propias. Diferentes marcas que acompañan una parte de nuestros productos en los que hemos querido buscar una homogeneización de calidad y gama. Con nuestras marcas conseguimos identificar un estándar de calidad que garantice a nuestros clientes un suministro continuado de un mismo producto pero de diferentes procedencias.

Detrás de cada una de estas marcas hay unos parámetros de certificación que validan la selección de cada producto y, a su vez, cada marca representa unos valores diferenciadores.

BARCELONA | MADRID | ALICANTE | SEVILLA | CANARIAS

240.000 toneladas

de valor añadido.

Freshfel prevé un aumento del consumo de frutas y verduras en 2022

Con la pandemia y la crisis sanitaria, la sociedad ha modificado sus hábitos de consumo y ahora muestra una mayor concienciación respecto a la alimentación

■ ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Freshfel Europe, la Asociación Europea de Productores de Productos Frescos, ha publicado como cada año la versión actualizada sobre su monitor sobre el consumo en Europa. El estudio arroja datos positivos respecto al consumo de frutas y verduras y prevé un aumento para 2022, pues cree que el sector tiene muchos impulsores positivos para este año.

La pandemia mundial de la COVID-19 puso en entredicho los hábitos alimentarios de la sociedad y consiguió crear una mayor concienciación sobre la necesidad de mantener una dieta equilibrada que sea beneficiosa para la salud de las personas. Todo esto se está viendo reflejado en las tendencias de consumo de frutas y verduras y desde Freshfel auguran un futuro claramente positivo en este sector.

■ CONSUMO EN 2021

A pesar de la favorable conjuntura de Freshfel, el informe de Eurostat de diciembre de 2021 concluyó que el consumo medio de frutas y verduras en la Unión Europea se situó en torno a los 350 gramos al día o unas 4 porciones de fruta y verdura al día. Una cifra que se encuentra por debajo de las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Esta recomienda el consumo de por lo menos 400 gramos cada día, o cinco porciones de 80 gramos



Solo el 12% de la población europea consumió en 2021 las 5 porciones recomendadas de frutas y verduras al día. / ARCHIVO

cada una. Sin embargo, la cantidad óptima depende de factores tales como la edad, el sexo o el nivel de actividad física.

Eurostat explica que, según sus estimaciones, el 55% de la población de la Unión Europea comió en 2021 entre 1 y 4 porciones. Incluso el 33% de la población mayor de 15 años no comió ninguna porción de fruta o verdura. De hecho, el informe evidencia que solo el 12% de la población cumplió los objetivos de las 5 porciones al día, siendo el 15% de las mujeres las que lle-

La pandemia puso en entredicho los hábitos alimentarios de la sociedad y consiguió crear una mayor concienciación sobre la necesidad de mantener una dieta equilibrada que sea beneficiosa para la salud

garon a dicho objetivo, mientras que solo el 10% de los hombres lo cumplieron.

Philippe Binard, delegado general de Freshfel Europa, declaró que, a pesar de los bajos niveles, “el sector de productos

frescos tiene muchas razones para ser optimista considerando los activos de las frutas y hortalizas frescas” y que “el sector necesita unir fuerzas para influir en un cambio de política resultante de la estrategia ‘De la gran-

El consumo de frutas y hortalizas en 2021 se situó por debajo de lo recomendado en los países de la UE

Philippe Binard opina que “el sector de productos frescos tiene muchas razones para ser optimista”

ja a la mesa’, que apunta a una dieta más basada en hortalizas y del plan de lucha contra el cáncer de la Unión Europea que pide más prevención, donde una dieta saludable basada en frutas y verduras tiene un papel importante para jugar contra el cáncer pero también contra las enfermedades no transmisibles” este sector.

■ TENDENCIAS EUROPEAS

Freshfel Consumption Monitor muestra varios puntos en común en las tendencias de consumo entre los Estados miembros de la Unión Europea. El informe de Eurostat de diciembre del 2021 destacó que, a pesar de algunas diferencias, los consumidores de toda Europa se preocupan por la frescura, el sabor, las vitaminas y los minerales, así como del valor añadido, la estacionalidad o la comodidad.

Philippe Binard recordó que “existe un claro consenso sobre los beneficios de actuar ahora”, que fue uno de los lemas del Año Internacional de las Frutas y Hortalizas 2021. Además, añadió que “el sector debe trabajar colectivamente para escuchar y atender la diversidad de expectativas de los consumidores para ofrecer productos de acuerdo a sus preferencias, hábitos de compra y alimentación, cuidando siempre la alta calidad, gran sabor y textura, frescura y conveniencia”.

Mercamadrid regresa al Gastrofestival para mostrar su mejor materia prima

Los participantes de esta experiencia podrán comprobar la oferta de alimentos frescos que llega cada día a Mercamadrid

■ JULIA LUZ. REDACCIÓN.

La ciudad de Madrid vuelve a ser escenario de la gran fiesta del arte de la gastronomía. La ciudad acoge del 16 al 29 de mayo la celebración de la 13ª edición del Gastrofestival, un encuentro organizado por el Ayuntamiento madrileño y Madrid Fusión que llena la agenda de diferentes experiencias culinarias y actividades gastronómicas únicas.

Mercamadrid regresa al festival para mostrar el momento clave de la selección de la mejor materia prima, aquella con la que se generan las creaciones gastronómicas más genuinas. Las empresas de Mercamadrid son las grandes aliadas de la alta cocina, pues gracias a su asesoramiento y a sus servicios, los chefs pueden encontrar ese

Mercamadrid participa en esta 13ª edición para mostrar el momento clave de la selección de la mejor materia prima, aquella con la que se generan las creaciones gastronómicas más genuinas

producto único y exclusivo que ya han preseleccionado en su mente, garantizando siempre la máxima calidad.

En el marco de la 13ª edición del Gastrofestival, la plataforma de distribución y comercialización de productos frescos ofrece una original experiencia sensorial. Del 20 al 27 de mayo, los participantes podrán realizar un recorrido similar al que realizan los grandes profesionales de la alta cocina madrileña por el

merca, donde podrán comprobar la extensa oferta de productos frescos que llegan diariamente a Mercamadrid.

El grupo será guiado por Juan Pozuelo, reputado cocinero, que transmitirá a los asistentes su pasión por los productos y los mercados, y que compartirá curiosidades, trucos y algunos secretos sobre esos grandes productos y, a su vez, les adentrará en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas de la comunidad. Para finalizar,



Los participantes realizarán un recorrido por Mercamadrid. / MERCAMADRID

la visita contará con un taller en el que aprender, elaborar y, finalmente, degustar algunas propuestas culinarias con alimentos vistos en el mercado.

Esta visita-taller a Mercamadrid, donde los visitantes descubrirán el lugar donde empieza la cocina, se enmarca dentro la sección Experiencias Sensoria-

les del Gastrofestival, una serie de propuestas que brindan el deleite los cinco sentidos.

Pero la 13ª edición de este festival culinario tiene un programa mucho más amplio compuesto por cinco categorías más: Gastrocultura, Gastosalud, Gastrofashion, Enocultura y Madrid Gastronómico.

FABIO GUTIÉRREZ / Gerente de Víctor Lázaro, SA

“La campaña de patata nueva española ha arrancado con retraso y muy buena calidad”

Las preferencias del consumidor han cambiado en los últimos años y Víctor Lázaro, una firma con más de 40 años de experiencia en el sector, mantiene una línea de constante evolución en su adaptación a las exigencias de los clientes. “Nos movemos buscando nuevas referencias diarias y en un amplio abanico de formatos para llegar a todos los consumidores, con la intención de seguir manteniendo un buen precio y calidad”, señala Fabio Gutiérrez. En estos momentos se encuentran centrados en la campaña de patata nueva española, que ha arrancado con cierto retraso debido a las lluvias, pero que llega con una producción de calidad y con precios elevados por el incremento de costes.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo ha arrancado la campaña de patata nueva española?

Fabio Gutiérrez. La campaña de patata nueva española ha arrancado con retraso, debido a las últimas semanas de lluvias, y con precios elevados, a consecuencia del incremento en costes de las materias primas, la luz, portes, etc. Sin embargo, en cuanto a calidad se refiere, son muy buenas y el cliente está respondiendo favorablemente.

VF. Además de la patata, el artículo estrella de la firma, ¿qué otros productos y servicios ofrece la compañía a sus clientes? ¿Han ido ampliando la gama de productos presentes en sus puestos?

FG. Además de nuestro producto estrella, ofrecemos una gran variedad de cebollas, ajos y legumbres, entre los que destacan nuestras propias marcas como “La cuchara de Laura”, “MyD” o “Soloajos”. Por otra parte, también ofrecemos frutas y verduras frescas con distribución para hostelería, gracias a nuestra propia flota de camiones.

En cuanto a la gama de productos presentes en nuestro puesto, hemos ido ampliando los formatos en caja, en distintas unidades de medida, reduciendo el peso e incrementando la calidad, tratando de adaptarnos a la demanda del consumidor.

VF. ¿A qué tipo de clientes atienden desde sus paradas en Mercamadrid?

FG. Desde Mercamadrid se atiende a una gran parte de la cadena de distribución, tanto a mayoristas y minoristas en nuestras instalaciones, como también al resto de mercados mayoristas de España. Y además se vende y se distribuye, desde el propio mercado central, a todo el canal Horeca.



La patata es el producto estrella en la actividad de la compañía con sede en Mercamadrid. / VL



La firma ofrece una amplia gama de referencias para satisfacer al cliente. / VL

“Las preferencias del consumidor se han modificado. En cuanto a formatos se refiere es cada vez más exigente, pero sigue buscando una buena relación entre calidad y precio”

VF. Víctor Lázaro mantiene su sede en Mercamadrid. ¿Cómo ven la actividad y la situación del mercado en estos tiempos tan complicados?

FG. La actividad y la situación del mercado está siendo favorable, con una gran estabilidad diaria en ventas, en un marco lleno de incertidumbre, donde acabamos de terminar con la huelga de transportes y no nos podemos olvidar de la actual guerra entre Ucrania y Rusia, que han repercutido en el incremento de los precios de los productos, tanto de España como de Francia.

VF. ¿Cómo han ido evolucionando las preferencias de compra en los últimos años?

FG. Las preferencias del consumidor se han modificado. En cuanto a formatos se refiere es cada vez más exigente, pero sigue buscando una buena relación calidad-precio. En estos dos últimos años la patata ha tenido un puesto importante en la cesta de la compra, por su buen precio, además de por su versatilidad, siendo la salvaguarda de muchos hogares.

VF. En esta línea de adaptación a las preferencias del consumidor, ¿en qué proyectos está trabajando la empresa de cara al futuro?

FG. En este sentido es donde nosotros nos movemos, buscando nuevas referencias diarias y en un amplio abanico de formatos para llegar a todos los consumidores, con la intención de seguir manteniendo un buen precio y calidad; ya que actualmente, con las subidas desorbitadas de la luz, gas, etc. que está sufriendo el consumidor; si el precio se incrementa, la cesta de la compra se verá repercutida en sus hogares.

VF. Para concluir, ¿cuáles son los pilares fundamentales que han sostenido la actividad de la empresa durante más de 40 años?

FG. Observar y escuchar a nuestros clientes, fieles y exigentes. Escuchar a nuestro “equipo humano”, con una grandísima implicación en la toma de decisiones, para que sean lo más acertadas posibles.

Y la confianza y el compromiso que mantenemos con nuestros proveedores, tanto los nuevos como los de siempre, que nos escuchan, para que finalmente, el cliente quede satisfecho.

“La temporada de patata nueva viene con precios elevados a consecuencia del incremento de costes”

“Durante estos dos últimos años la patata ha tenido un puesto importante en la cesta de la compra”

DESDE 1969
VICTOR LAZARO S.A.
PRODUCTOS FRESCOS

Ctra. Villaverde a Vallecas, km 3.8
Mercamadrid, Nave E. Puestos 23-25-31
28053 MADRID
Tif. 91 785 03 94 / Fax. 91 785 84 81
victorlazarosa@yahoo.es
administracion@patatasvictorlazarosa.com

Solo a MyD Laura

Una amplia gama de productos del campo

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 hortofrutícola 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

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

Fruta de verano II

valencia fruits
dossier



JOSÉ RODRÍGUEZ CARRASCAL / Director de SAT Síntesis y presidente del sector de fruta de hueso de Asociafruit

“El objetivo es vender un 20% más caro que el año pasado para no perder margen”

Arranca una nueva campaña de fruta de hueso en Andalucía con buenas perspectivas y con un incremento de más de un 2% de la superficie destinada a este cultivo, algo que no sucedía desde hace 15 años. El responsable sectorial de Asociafruit, José Rodríguez Carrascal, advierte no obstante de que los costes de producción se han incrementado un 20% con respecto al año pasado, lo que obligará a los productores a repercutir esta subida de precios si no quieren ver reducidos los márgenes de rentabilidad.

► CERES COMUNICACIÓN. SEVILLA. Valencia Fruits. ¿Cuáles son las previsiones para esta campaña en cuanto a niveles de producción, calidades, etcétera? ¿Podría decirse que hemos tenido un invierno favorable en lo meteorológico?

José Rodríguez Carrascal. Se espera que sea una buena cosecha en Andalucía, siempre que no existan contratiempos con el tiempo.

Hay que destacar que por primera vez, desde el año 2007, hemos vuelto a crecer en superficie de fruta de hueso a nivel regional (se han alcanzado las 7.406 hectáreas frente a las 7.339 de la anterior campaña).

El invierno ha sido muy bueno para nuestro cultivo. La horas de frío se han acumulado entre noviembre y diciembre. Después, las temperaturas de enero y febrero han provocado una buena floración y buenos cuajes.

VF. ¿Cómo se están comportando los precios en estos primeros compases?

JRC. En las tres primeras semanas de campaña los precios se están comportando bien, cubriendo nuestras expectativas.



José Rodríguez señala que Andalucía es la mejor zona para la nectarina precoz. / VF

“En las tres primeras semanas de campaña los precios se están comportando bien, cubriendo nuestras expectativas”

“La gran fortaleza de la fruta andaluza es su precocidad íntimamente unida a la gran calidad que ofrecemos”

VF. Los frutales de hueso tienen unos costes de producción elevados y un periodo de comercialización relativamente corto. ¿Cómo les está afectando la subida de los costes de los insumos agrícolas? ¿Se han estrechado los márgenes de rentabilidad?

JRC. Los costes han subido en torno a un 20% debido al incremento de precios de los insumos, energía eléctrica, combustible...

“Por primera vez desde el año 2007 hemos vuelto a crecer en superficie de fruta de hueso a nivel regional”

Tenemos que marcarnos como objetivo vender un 20% más caro que el año pasado para no perder margen. Sin embargo, en nuestro sector y con un producto muy perecedero como el nuestro no es un objetivo fácil.

VF. El conflicto bélico en Ucrania podría desencadenar una crisis mundial de alimentos. Salvedad hecha del veto ruso, ¿de qué manera está afectando esta guerra a la fruta de hueso andaluza?

JRC. Toda situación bélica como la que estamos padeciendo no ayuda en general. El estado de ánimo de los consumidores es importante.

VF. ¿Cuál es el rey de la fruta de hueso en Andalucía en cuanto a superficie cultivada y qué otros productos ocupan los otros dos escalones del podio?

JRC. La nectarina y el melocotón, por este orden, acaparan más del 77 por ciento de la superficie destinada a la fruta de hueso en Andalucía. La ciruela es la fruta con hueso que ocupa el siguiente lugar, con una superficie cultivada de 475 hectáreas.

VF. ¿Cuáles son los principales centros de producción en Andalucía?

JRC. Las plantaciones se concentran en Sevilla y Huelva.

VF. Las producciones en Andalucía son más precoces que las del resto de regiones en España, calidad que se convierte en una fortaleza para el sector, que es capaz de introducir la fruta en los mercados en fechas muy tempranas, en algunos casos durante el mes de abril, y normalmente, antes del 30 de junio. ¿Podría asegurarse que esta es la gran ventaja de la fruta de hueso andaluza?

JRC. En mi opinión la gran fortaleza de la fruta andaluza es su precocidad íntimamente unida a la gran calidad que ofrecemos y que nos distingue de otros orígenes que pueden producir al mismo tiempo.

VF. ¿Sigue el sector de la fruta de hueso andaluza presentando una situación de desequilibrio entre la oferta y la demanda o puede darse ya por corregida esa situación que llegó a ser estructural?

JRC. Llevamos dos años con desastres meteorológicos en alguna zona de producción lo cual hace difícil apreciar si verdaderamente los niveles de cosecha actuales son los correctos. Bajo mi punto de vista, creo que sí lo hemos logrado.

VF. ¿Cuál es el consumo per cápita de la fruta de hueso a nivel nacional? ¿La tendencia es creciente o decreciente?

JRC. Seguimos aún con una tendencia decreciente.

VF. La irrupción de la pandemia modificó los hábitos de consumo. ¿Por dónde caminan ahora las demandas de los clientes en la cesta de la compra?

JRC. Calidad, precio, sostenibilidad, proximidad son los criterios actuales del consumidor.

VF. ¿La realidad del sector en Andalucía difiere de la de otras zonas productoras de España?

JRC. Estoy convencido que Andalucía sigue demostrando que es la mejor zona posible para la nectarina precoz.

Albaricoque - Nectarina - Melocotón - Ciruela - Cereza - Almendra



Para más información
Telf: +33(0)4 75 90 92 89
contact@ips-plant.com

<https://www.ips-plant.com>



Proteja su fruta de verano

SmartFresh™ ProTabs

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

Scholar® 230 SC

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

FreshStart™

Desinfecte los frutos y el agua de lavado para mantener su fruta saludable. Producto postcosecha compatible con la producción ecológica UE.

FreshCloud™

Un servicio de control de calidad digital que ayuda a facilitar y estandarizar el proceso de inspección de frutas y hortalizas.

AgroFresh
We Grow Confidence™

AgroFresh.com

**RESPONSABLE COMERCIAL
ESPAÑA/NORTE:**

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

REGIÓN DE MURCIA:

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

Gregorio Melgar
Tel: 680 232 876
gmelgar@agrofresh.com

SUR/EXTREMADURA:

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

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

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

©2022 AgroFresh. Reservados todos los derechos. SmartFresh™, FreshStart™ y FreshCloud™ son marcas registradas de AgroFresh. Scholar® es una marca registrada por Syngenta.



La fruta de esta campaña presenta una media de grados brix más alta que la producción de 2021 y la consistencia es tan buena como un año normal. / SV

SANTIAGO VÁZQUEZ / Experto en fruta de hueso de Cooperativas Agroalimentarias de España y director comercial de La Vega de Cieza S.C.A.

“Pese a la merma de producción, la calidad de la fruta de hueso murciana es extraordinaria”

La campaña de fruta de hueso en la Región de Murcia se desarrolla con un marco de fondo muy poco alentador: con una merma de producción por el mal tiempo y unos precios que no están reconociendo el incremento de los costes. No obstante, Santiago Vázquez, desde Cooperativas Agroalimentarias, ensalza la extraordinaria calidad de la producción de esta campaña y la apuesta del sector frutícola murciano por la renovación varietal, que ha permitido a la Región afianzarse en los mercados europeos

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. La campaña de fruta de hueso española viene marcada por unas condiciones meteorológicas muy adversas. Heladas, lluvia y pedrisco han golpeado a los frutales de diversas partes de nuestra geografía. ¿Cómo han afectado a la fruta de hueso de la Región de Murcia?

Santiago Vázquez. La campaña de albaricoque en Murcia viene con una merma de producción importante, de casi un 50%, por problemas en el cuajado debido a la lluvia y el granizo. El melocotón, en este sentido, presenta menos problemas al ser un cultivo más tardío. La nectarina, por su parte, también ha tenido muchas menos pérdidas que el albaricoque.

VF. ¿Cómo se está desarrollando la campaña en cuanto a calidad? ¿Se ha visto comprometida por el mal tiempo?

SV. Hemos tenido unas lluvias insólitamente altas, las del mes de abril ocasionaron algunos problemas en los cultivos, pero no han afectado a la calidad de la fruta, que este año tiene una media de grados brix más alta respecto al ejercicio anterior y la consistencia es tan buena como un año normal. Los calibres, en algunos productos, son un poco menores, ya que todas las labores no se llegaron a hacer a tiempo debido a las lluvias, pero a nivel cualitativo, el producto final envasado es incluso mejor que el año pasado, con una calidad extraordinaria.

VF. La innovación varietal ha permitido a la Región afianzarse en los mercados europeos. En el caso del albaricoque, las variedades tradicionales, como la Bulida, han ido sustituyéndose por variedades nuevas con colores más intensos y mayor consistencia, orientadas exclusivamente al mercado fresco y a la exporta-



Santiago Vázquez destaca que el potencial de innovación en variedades de la Región tiene la vista puesta en las futuras demandas del mercado. / NR

“Aún no tenemos una gran competencia en fruta de hueso con producciones de terceros países, pero podría aumentar en un futuro no muy lejano si no se regula y la Unión Europea no pone medidas de reciprocidad”

ción. ¿En qué punto se encuentra la renovación varietal de fruta de hueso en Murcia?

SV. Todo el desarrollo varietal en la fruta de hueso murciana está enfocado a mejorar la consistencia, la apariencia y el sabor. A pesar de que la superficie de albaricoque en la Región poco ha variado en los últimos 10 años, lo que se está haciendo es renovar. Lo que se prueba y no vale, se quita, siempre buscan-

do la máxima competitividad y la adaptación al clima de la zona. Por este motivo, las variedades antiguas se han cambiado por variedades nuevas. Además, con el relevo generacional, muchos nuevos agricultores están entrando con fuerza cogiendo antiguas explotaciones y las están poniendo al día.

Con esto, estamos alcanzando un nivel de desarrollo muy bueno y muy alto, casi al 100%

de consolidar una producción de mucha calidad aquí en Murcia con variedades nuevas enfocadas a la exportación. Estamos terminando de rematar nuestro potencial de innovación en variedades con la vista puesta en el mercado, para seguir adaptándonos a las demandas futuras.

VF. El consumo del paraguayo sigue creciendo en toda Europa y es un producto que viaja bien y aguanta bien en los lineales. ¿Sigue siendo el cultivo más afianzado en la Región? ¿Cómo está resultando la apuesta por la renovación varietal en este frutal, como es el caso de la platerina?

SV. El paraguayo es un producto que sigue creciendo y desarrollándose porque tiene un potencial de consumo y comercial muy grande. Está enfocado en un volumen mayoritario a la exportación.

En el caso de la platerina, es un producto novedoso que se produce en cantidades mínimas porque su desarrollo varietal aún está en fases muy iniciales y es muy difícil conseguir unos rendimientos por hectárea aceptables. La mayoría de los productores la arranca porque, pese a que el precio en el mercado esté a valores elevados, muchas veces no se llegan a cubrir los costes de producción ni a conseguir unos rendimientos por hectárea mínimo para cubrir costes. No obstante, hay una fiebre por buscar cuál es la variedad buena y cuál puede funcionar que está favoreciendo su desarrollo. Es una fruta muy interesante, porque es un paraguayo con piel de nectarina. Sin embargo, en Murcia no se cultivan volúmenes grandes al ser un producto aún en fase de desarrollo.

VF. ¿Cómo está afectando la subida de los costes a la fruta de hueso murciana? Este incremento, ¿se ve reflejado en los precios?

“Los precios pagados en el campo no contemplan el incremento de los costes”

SV. El tema de los costes es más alto este año que los años anteriores. A nivel de campo, podemos tener incrementos por hectárea de entre un 20 y un 40 por ciento según la zona, a consecuencia del aumento del precio del transporte, los productos fitosanitarios, el agua de riego...

A día de hoy, los precios pagados en el campo no contemplan estos incrementos. Algunos supermercados, desde el inicio de la campaña de Murcia, están especulando con precios a la baja, dañando la renta media del sector. Esto está ocurriendo prácticamente desde principios de mayo. Nuestro trabajo es intentar cubrir al máximo todos los costes para que las explotaciones sean rentables, pero hay operadores que no nos lo están poniendo fácil.

VF. Entonces, una menor oferta no implica un aumento de los precios para los agricultores...

SV. Una menor oferta, en un mercado ideal y perfecto, debería suponer mayores precios. Pero el problema es que no estamos en un mercado perfecto. Este año, la producción de Murcia viene con retraso, mientras que otras zonas productoras de Europa, que el año pasado tenían merma como Francia o Italia, este año llegan con su cosecha completa.

Cuando hablamos de comercialización, debemos saber que nos movemos en un mercado global. Nos enfrentamos a una campaña que, en su conjunto, presenta una cosecha en general mejor que el año pasado en cuanto a volumen, y en la que solo España llega con menos oferta por sus problemas por el mal tiempo. Por tanto, es difícil predecir que podamos tener mejores precios por una reducción de la oferta, porque nuestros orígenes competidores, tienen más volumen que el año pasado.

VF. ¿Cómo afectan los vetos y los embargos políticos a las exportaciones de fruta de hueso murciana? ¿Aumenta la competencia con producciones de terceros países?

SV. Los vetos y los embargos políticos siempre afectan. El volumen que se podría vender en esos países deja de venderse y se reenfoca al mercado europeo. Los países terceros productores de fruta de hueso tienen las mismas dificultades, por lo que también están aumentando su oferta en Europa.

Aún no tenemos una gran competencia en fruta de hueso con producciones de terceros países, pero podría aumentar en un futuro no muy lejano si no se regula y la Unión Europea no pone medidas de reciprocidad, con controles en frontera y a los operadores europeos que las manejan. No es cuestión solo de poner aranceles, sino de que las producciones extracomunitarias cumplan con los mismos requisitos, condiciones, controles y las mismas garantías de calidad que la fruta europea. Si todo esto se hiciera, posiblemente la competencia de países extracomunitarios no sería tan feroz, pero estos países tienen unas reglas asimétricas con respecto a las nuestras, y eso es algo donde la Unión Europea tiene que actuar.

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



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

ECOLÓGICA Y
SIN RESIDUOS



SANI-FH L
FORMULADO PARA TRATAMIENTO
POSTCOSECHA DE FRUTA DE HUESO
EN LÍNEA

www.sanifruit.com

PEPE ESCOMS / Responsable de fruta de hueso del Grupo Anecoop

“Nos hemos ido preparando para que el descenso de volumen de la segunda parte de la campaña nos afecte lo menos posible”

Pepe Escoms, el responsable de fruta de hueso del Grupo Anecoop comenta cómo afronta el grupo cooperativo la temporada 2022 de fruta de hueso, marcada por las históricas heladas del 3 y 4 de abril. Con daños concentrados en el Valle del Ebro, que han obligado a modificar el planteamiento comercial para la segunda parte de la campaña, Pepe Escoms se muestra optimista ante los retos que se les presentan. Desde Anecoop se ha ido trabajando sin descanso desde abril para conseguir acuerdos de colaboración y suministro con nuevos colaboradores que va a aportar un plus de servicio y evitará que su calendario se debilite.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Una nueva campaña de fruta de hueso marcada por una climatología adversa. ¿Cuáles son las cifras de cosecha con las que contaba Anecoop cuando se planteó la temporada y cuál es la realidad?

Pepe Escoms. Antes de las heladas del 3 y 4 de abril, contábamos con una producción aproximada de unas 130.000 toneladas. Lamentablemente, después de las heladas, las lluvias y el granizo, la previsión se ha reducido a unas 90.000.

VF. Por zonas, ¿cuáles son las informaciones que tienen en cuanto a cosecha prevista, evolución de las producciones, calibres, inicio de la recolección...?

PE. Excepto la parte norte, el resto ya han comenzado con la recolección. En la zona de Sevilla no ha habido prácticamente incidencias meteorológicas reseñables, por lo que la cosecha está casi al completo.

En Murcia sí que hemos tenido granizo y heladas que, aunque no han sido tan fuertes como en el Valle del Ebro, han afectado en algunas zonas. El granizo perjudicó fuertemente la zona de producción de Mula, sobre todo el albaricoque, y también algunas áreas de Cieza o Jumilla. Además, las lluvias han estropeado una parte importante de la producción, en este caso por malos cuajes de la floración debido a que la polinización no se ha realizado de forma correcta, precisamente a causa de las intensas lluvias.

En cuanto a Valencia, que ya de por sí va en un fuerte retroceso en la producción de fruta de hueso, también se ha visto afectada por lluvias y algo de heladas.

Extremadura tampoco ha tenido demasiados problemas meteorológicos destacables. Algo de frío en el Valle del Jerte, donde ha afectado a la cereza, y en alguna otra zona de producción, pero poco.

En las producciones del Valle del Ebro es donde hemos sufrido más daños por las heladas. En algunas zonas, las informaciones que recibimos son dramáticas, hasta el punto de que hay fincas con una afección de más del 80%. Otras en cambio no han sufrido casi daño, pero la zona afectada ha sido muy grande y el frío muy intenso durante dos noches seguidas con temperaturas de hasta 7º bajo cero a lo largo de varias horas. Esto ha afectado a



Ante una nueva campaña marcada por las heladas, Pepe Escoms señala que Anecoop tiene muchísima confianza en su gestión, en la de las empresas del grupo y en los socios. / GRUPO ANECOOP

todos los productos porque este descenso térmico ocurrió cuando la fruta estaba en un estado fenológico muy delicado —fruta pequeña, con pétalos recién caídos y cuando el fruto era casi todo agua—.

Las declaraciones de Agroseguro son concluyentes en este sentido. Según han confirmado, durante los últimos 42 años de existencia del sistema de seguros agrarios, no había sucedido nada igual.



A medida que avanza la campaña, los calibres de melocotón y nectarina van mejorando considerablemente. / ARCHIVO

“Contamos con las herramientas suficientes para abordar el mercado con garantías”

En cuanto al calibre, lo que hemos recolectado hasta ahora es más pequeño de lo normal, tanto en melocotón como en nectarina. No obstante, a partir de ahora mejorará considerablemente.

VF. Con las cifras que maneja Anecoop y, que aún podrían variar previsiblemente a la baja, ¿cuál es el nuevo planteamiento de la temporada?

PE. No ha cambiado prácticamente nada el planteamiento para la primera parte de la campaña, que será normal. Cambiará a partir del 20 de junio, que será cuando empezará a faltar producto de la zona del Valle del Ebro.

Para intentar compensar parte de esa producción que se ha perdido, Anecoop ha alcanzado acuerdos de colaboración y suministro con nuevos colaboradores que nos van a aportar un plus de servicio y evitará que nuestro calendario se debilite.

VF. ¿Cómo afectará este descenso de cosecha de España frente a otros países competidores en exportación?

PE. En el caso de Anecoop, tal como he comentado anteriormente, desde el mes de abril, tras

“Seguimos trabajando para ofrecer la calidad que esperan nuestros consumidores”

este histórico episodio de frío, nos hemos ido preparando para intentar que el descenso de volumen previsto para la segunda parte de la campaña nos afecte lo menos posible. Para ello contamos con la incorporación de nuevos colaboradores.

Sabemos que no podremos compensar toda la pérdida de producción; sin embargo, somos optimistas.

VF. Podemos decir si ante el descenso de la oferta, ¿los precios pagados en campo serán más altos? ¿O si llegarán a cubrir los altos costes de producción y la pérdida de kilos este año?

PE. Los precios en campo probablemente sean más altos donde haya merma considerable y continuada de producción, y si Italia, Francia y Grecia nos dejan una parte del mercado cuando lleguen sus producciones. No debemos olvidar que estos tres países no han tenido prácticamente incidencias meteorológicas y llegan con una producción completa.

En cuanto a cubrir los costes, dependerá de cada agricultor y del estado de sus cosechas. Es decir, si el precio de venta es bueno o muy bueno, pero produce pocos kilos por hectáreas y además tiene mucho destrío, los euros por hectárea serán pocos y no cubrirán todos los gastos. También dependerá de si la producción está asegurada o no.

VF. Enlazar campañas así de complicadas año tras año, ¿puede llevar a los productores españoles de fruta de hueso a abandonar su cultivo y buscar otros alternativos?

PE. No podemos generalizar hablando de todos los agricultores españoles de fruta de hueso porque esto 'va por barrios' como se suele decir. En una zona puede ir mejor, en otras peor; incluso dentro de la misma zona, a algunas empresas o agricultores les puede ir mejor que a otros.

Aclarado esto, sí está pasando que en algunas zonas ya están cambiando de cultivo y plantando cítricos, kiwi, aguacate, incluso kaki.

VF. ¿Cómo están respondiendo las cadenas de distribución europeas ante la oferta española en este inicio de campaña?

PE. El inicio ha sido normal, prácticamente tal como se planteó con las cadenas en la planificación de la campaña 2022. Las ventas son fluidas y están equilibradas oferta y demanda. Nos falta un calibre para estar más cómodos con los planning comerciales, pero esto cambiará a partir de la semana 21.

VF. No podemos negar que estamos ante otra temporada complicada para España... ¿Un mensaje desde Anecoop?

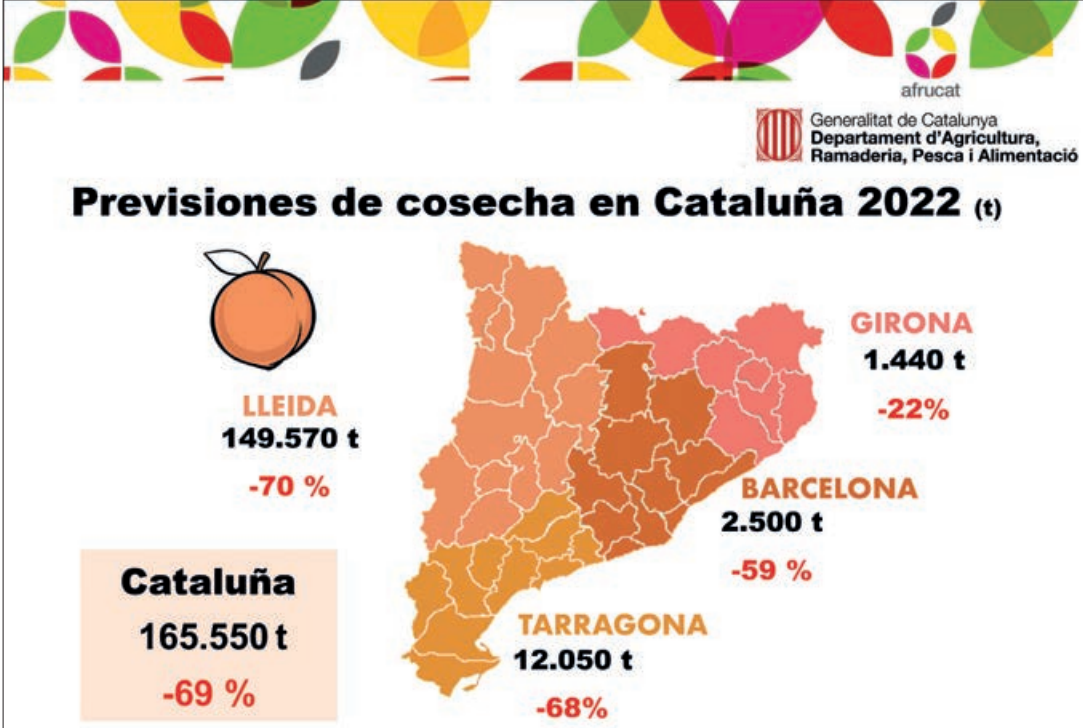
PE. Nosotros tenemos muchísima confianza en nuestra gestión, en la de las empresas del grupo y en los socios. Seguimos trabajando para ofrecer la calidad que esperan nuestros consumidores y para mejorar las rentas de los productores con fuerza y motivación. Contamos con las herramientas suficientes para abordar el mercado con garantías.

Cerca de un 70% de descenso de melocotón y nectarina en Cataluña

Según la previsión de Afrucat, esta campaña presenta una caída histórica por episodios de heladas y granizos, aunque la fruta que se comercialice será de excelente calidad

► **ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.**
El pasado jueves 19 de mayo se presentaban las previsiones de fruta de hueso de Catalunya para esta campaña de la mano de Afrucat, Asociación Empresarial de Fruta de Catalunya, por encargo del Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya. La producción total de Catalunya será de 165.550 toneladas que equivale a una disminución del potencial productivo de melocotón y nectarina de cerca del 70%, siendo este 2022 el segundo año consecutivo en que las incidencias meteorológicas afectan gravemente a la producción catalana.

■ **MAL TIEMPO**
“Tan grave como un huracán”, han sido las palabras de Manel Simon, director general de Afrucat, para definir el momento de campaña de fruta de hueso en Catalunya. En esta campaña confluyen diferentes incidencias negativas, desde episodios meteorológicos hasta incremento de gastos energéticos, pasando por la subida del sueldo mínimo interprofesional, que convierten



esta campaña en excepcionalmente negativa como recogen el sentimiento de agricultores otras palabras de Simon: “ningún agricultor en activo había visto una campaña como esta”.

Las heladas de principios de abril estropearon gran parte de la producción con las heladas más virulentas de los últimos 40 años. También en el mes de abril —los días 20 y 23—, dos tempora-

les de granizo dañaron algunas zonas productivas. La primera no causó destrozos significativos pero, en cambio, en la segunda se vieron afectadas cerca de 500 hectáreas.

Desde Fruits Sant Miquel, una de las centrales de referencia en fruta de hueso, apuntan que “de todos es sabido que las incidencias meteorológicas en las diferentes zonas productoras han afectado de forma negativa el volumen de producción de fruta de hueso. Ante esta situación, aún más queremos poner en valor el gran esfuerzo y sacrificio de los agricultores para que la fruta de calidad llegue al consumidor” y añaden que “en todas las plantaciones los productores conocen muy bien sus tierras y cultivos, siendo una figura indispensable para nosotros”.

■ **CAÍDA HISTÓRICA**
Los gastos energéticos van más allá de los propios consumos eléctricos porque abarcan ámbitos tan cruciales de cualquier central frutícola como el transporte, la logística, el envase y embalaje... todo ello tensionando los gastos fijos de las empresas. Con esta caída histórica de la producción en todo el Valle del Ebro es impensable que las pérdidas de volumen se puedan

(Pasa a la página siguiente)



Naturally Postharvest

Soluciones postcosecha DE CALIDAD

contra

- Monilinia
- Rhizopus
- Botrytis
- Geotrichum

PROTEGEMOS EL VALOR DE TU ESFUERZO



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



Naturally Postharvest

/ Tel. (+34) 961 344 011

info@deccoiberica.es
www.deccoiberica.es

Previsiones de cosecha 2022				
CATALUÑA				
-69%				
	GRUPO	PROD. 2021 (t)	PREV. 2022 (t)	Var (%) 2022/POT
CATALUÑA	Melocotón	85.401	40.520	-68%
	Paraguayo	92.796	48.530	-66%
	Pavia	24.719	8.670	-65%
	Nectarina	136.245	67.830	-72%
	TOTAL	339.162	165.550	-69%

NOTAS:
 > Estas previsiones de cosecha se han calculado a partir de las informaciones disponibles a 18 de mayo 2022.
 > Están contempladas las heladas hasta el 18 de mayo 2022.

“Cerca de un...”

(Viene de la página anterior)

compensar en precio. Con mayor o menor intensidad todas las centrales han sufrido afectación. En este sentido, un portavoz del Grup Cooperatiu Fruits de Ponent, comenta que “a raíz de las heladas del pasado mes de abril todo el sector de la fruta de hueso del Valle del Ebro nos encontramos en una de las campañas más difíciles por el descenso del volumen” y añade que “los episodios de heladas llevan siendo consecutivos en los últimos dos años, pero las heladas de este año han sido devastadoras para todos”.

■ PRIORIZAR

En clave destinos de la fruta, Montse Baró, presidenta de Afrucat comenta que “priorizamos el cliente que valore el producto”, priorización entendida como que cada central cubrirá parte de sus programaciones con sus clientes fieles y habituales. En esta campaña no habrá espacio para los especuladores. Baró también ratifica que “somos exportadores y Europa es un mercado estratégico para nosotros”. En la actual situación, de las argumentaciones de la presidenta de Afrucat se desprende que la distribución europea, británica y española “serán las prioridades” y que la exportación fuera de los países de la Unión Europea, a excepción de Reino Unido, va a caer en picado.

■ MEDIADOS DE JUNIO

En clave mercado, la carencia de fruta de hueso de Cataluña y Valle del Ebro se notará desde mediados de junio, y sobre todo en julio y agosto, cuando la falta de fruta sea generalizada”. Y es que, solo el Valle del Ebro tiene un potencial de unos 800 millones de kilos anuales, que lo convierten en el primer proveedor europeo; donde Lleida es la demarcación más importante en producción de España y Europa.

■ AYUDAS

Ramón Sarroca, presidente de la Federación de Cooperativas Agrarias de Cataluña (FCAC), lamenta “la magnitud de los daños provocados por una helada histórica, tanto por su in-

Previsiones

Según las previsiones anunciadas, Lleida cosechará un 70% menos de melocotones y de nectarinas (149.570 t), Tarragona un 68% menos (12.050 t), Barcelona un 59% menos (2.500 t) y Girona un 22% menos (1.440 t), en esta zona se están arrancando árboles por la tendencia a especializarse en cultivo de manzana.

La previsión indica que la cosecha de cerezas y ciruelas también bajará drásticamente con un 36% menos de cosecha de cerezas, se prevé cosechar 5.287 t, y un 47% menos de cosecha de ciruela, con una previsión de 2.622 t.

En cuanto al albaricoque, la estimación es una pérdida del 67% en la cosecha catalana y un 85% en la cosecha de Aragón, con una estimación de cosecha de 2.970 t y 2.988 t respectivamente. ■

tensidad como por la extensión y la época del año. Los daños en la producción de este año a muchos frutales y almendros son irreparables y, ante una caída drástica de la entrada de producto, las empresas cooperativas afectadas sufrirán un fuerte bajón de ingresos y, si no se determinan ayudas directas al sector, podrían tener dificultades para mantener la viabilidad”.

Los productores han solicitado ayudas a las administraciones para las centrales que lo necesiten. Estas medidas deberían permitir hacer frente a los costes fijos y mantener la estructura y minimizar una posible implementación de expedientes de regulación del empleo en el territorio. Cada central es un caso único y cada uno de los equipos directivos estudia su situación ante la coyuntura excepcional provocada por esta campaña. Hay que resaltar que están en peligro un elevado número de puestos de trabajo, algunos de ellos de las estructuras fijas de las centrales con perfil de profesional con talento y formación específica.

La campaña de la fruta de hueso en Aragón viene marcada por las heladas

Se recogerán unos 400 millones de kilos menos y no se podrán contratar a 10.000 temporeros

■ JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Aragón está a la cabeza de las comunidades autónomas productoras de fruta dulce de hueso, con una media anual cercana a las 650.000 toneladas entre albaricoques, cerezas, ciruelas, melocotones y nectarinas.

Esta campaña se presenta marcada por las heladas de los primeros días de abril que ocasionaron en muchas comarcas y variedades una media del 80% de pérdidas.

La recolección va a comenzar con unos 15 días de retraso, habrá menos contrataciones de temporeros y se cosecharán hasta 400 millones de kilos menos.

Baste decir que Agroseguro ha evaluado ya en 70 millones las indemnizaciones por daños en los frutales de Aragón.

El sector de la fruta genera en Aragón 300 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.

El 25% del total de la fruta que se cosecha en España proviene de Aragón, en el caso de la cereza representa el 41% de la producción, con 41.549 toneladas; el melocotón y la nectarina, con 403.587 toneladas, el 34%.

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, Cinca Medio, La Litera, 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 hectáreas; melocotonero y nectarinas 20.625 hectáreas; cerezo y guindo 7.570 hectáreas; 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 exporta unas 146.482 toneladas de fruta: la nectarina y el melocotón acapararon las mayores cifras: 50.778 toneladas en el primer caso y 45.491 toneladas en el segundo.

También destacaron las 12.388 toneladas de cereza, las 10.590 de albaricoque y las 7.718 de manzana.

■ UN DESASTRE TOTAL

La opinión es generalizada entre las organizaciones agrarias y los productores, las heladas de los primeros días de abril han ocasionado una verdadera catástrofe, un desastre total, en el sector de la fruta en Aragón.

No se recuerda una situación similar en los últimos



Campo de frutales en Aragón cubierto por las heladas. / JAVIER ORTEGA

Esta campaña se presenta marcada por las heladas de los primeros días de abril que ocasionaron en muchas comarcas y variedades una media del 80% de pérdidas

Agroseguro estima en 70 millones las indemnizaciones a los fruticultores afectados

42 años, tal como ha indicado Agroseguros que ha pagado a los fruticultores afectados unos 70 millones de euros en indemnizaciones.

Las primeras estimaciones de UAGA y Asaja cifraron las pérdidas en un 80% del total de la cosecha, lo que supondrá dejar de recolectar hasta 400 millones de kilos de fruta y 300 millones de pérdidas.

No obstante, se vigila la evolución a escasos 15 días de comenzar la campaña que llega con cierto retraso.

En la cuenca del Ebro del Bajo Aragón-Caspe, el albaricoque, seguido de paraguayos, ciruelas, cerezas y melocotones son los productos más dañados. Durante este mes se analiza de cerca cómo será la maduración de lo que queda.

En el caso de la cereza, donde ya han comenzado a recolectar la temprana en Caspe y el Bajo Cinca, si no resultó ser de las frutas más perjudicadas hace un mes con las heladas, si lo está siendo ahora a causa de las incasantes lluvias de las últimas semanas.

Cultivos como el albaricoque han quedado arrasados al 80 e incluso 100%, según la zona.

En los valles del Jiloca, Ribota y el Manubles, en la Comarca de Calatayud, UAGA calcula daños del 80% en fruta de hueso (cereza, melocotón) y se estima que la afección en las zonas de vega alcance el 100%.

Los productores de las comarcas oscenses de Bajo Cinca, Cinca Medio y La Litera estiman pérdidas de entre el 70% y el 100% de la cosecha en determinadas fincas.

Un nuevo mazazo que amenaza con poner la puntilla a muchas explotaciones de cereza y albaricoque que el pasado año, entonces a mediados de marzo, quedaron arrasadas también por una helada.

En el Bajo Aragón-Caspe, en parcelas de localidades bajas la afección sea del 100% y en otras de mayor altitud las heladas apenas se notaron.

■ INDEMNIZACIONES

Tras la evaluación perital correspondiente, Agroseguro dio a conocer la semana pasada las cifras de estimación de indemnizaciones por las heladas, que eleva a 78 millones, 70 de los cuales correspondientes a frutales, casi el doble de los 42 millones calculados en una previsión inicial.

Aragón, con 19.681 hectáreas y 23.821 parcelas afectadas, es la segunda comunidad más perjudicada por las heladas, solo superada por Cataluña.

Además, la catástrofe climática llega en un año con unos costes muy elevados en mantenimiento, solo ya en carburantes.

“Ha sido un mazazo tanto a nivel de agricultor, autónomos y empresas, como de los sectores y servicios que derivan de la agricultura y horticultura”, según el agricultor y alcalde de Chiprana, Javier Nicolás.

Por eso, se va a necesitar mucha menos mano de obra. UAGA estima que se van a dejar de contratar a unos 10.000 temporeros de los 15.000 que se solían necesitar cada campaña.

Dicha organización señala que esto va a representar un problema tanto económico como social, pues muchos de los jornaleros ya han comenzado a llegar a las zonas fruteras donde no habrá trabajo para ellos porque no hay fruta en los árboles.

Precisamente, ocurre en un año en que ya no existen restricciones de movilidad por el coronavirus.



Presentación de las previsiones de melocotón y nectarina de Afrucat. / AFRUCAT