

Limón

valencia
fruits
Suplementos

Mayo 2022



Con el patrocinio de

DECCO ®
Naturally Postharvest

PlantSeal®

PlantSeal®
Shine-Free

PlantSeal®
*Pendiente certificación *Tropicals*

Incrementan la vida comercial del fruto. Mitigan la aparición de los síntomas de envejecimiento como el teñido del mamelón de los limones.

Algunos mercados y consumidores demandan fruta "natural", sin brillo, principalmente en limón/lima que son usadas para cocinar. Con PlantSeal® *Shine-Free* logramos un recubrimiento imperceptible.

PlantSeal® *Shine-Free* es excelente para fruta desverdizada, permite que el fruto siga cambiando de color.



CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS



@Citrosol_com



CITROSOL

www.citrosol.com
info@citrosol.com

Recubrimientos vegetales con certificación ecológica

Y aptos para consumo vegano



Recubrimientos vegetales para uso en agricultura ecológica y aptos para consumo vegano para cítricos y otros frutos.

La temperatura de secado de los frutos es estándar. Continuamos con nuestra política de sostenibilidad, reduciendo la huella de carbono y la emisión de gases a la atmósfera.

Buen control de los manchados por daño por frío durante cuarentenas de frío o transportes frigoríficos prolongados y excelente control de la pérdida de peso.



BIOCARE 
by CITROSOL

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

SPONSOR



ANTONIO LUENGO / Consejero de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca, Medio Ambiente y Emergencias

“La campaña se ha salvado gracias al esfuerzo de los que gestionan los canales de exportación”

El limón murciano supone el 50% del total de limón español y casi el 20% de la producción hortofrutícola murciana. Con este importante peso específico, campañas en las que a la convulsa coyuntura internacional se suman inclemencias meteorológicas solo pueden salvarse si la cadena funciona con profesionalidad en todos sus eslabones. Según explica el consejero de Agricultura, Antonio Luengo, una vez más el limón murciano ha dado muestras de su resiliencia y de su fortaleza.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. ¿Cómo ha finalizado la campaña de Fino en la Región?

Antonio Luengo. La campaña se ha desarrollado con cierta tensión en los mercados debido a problemas de lluvias continuadas que han hecho difícil la recolección y con la incidencia de la huelga de transportistas. El nerviosismo de los productores y los comercializadores es patente ante el aumento de los costes de producción. Además, la industria este año no demanda como el año pasado y los precios son muy bajos. En general el limón Fino ha acusado la incertidumbre de los mercados con poco margen comercial y su repercusión en campo en los meses de máxima producción, con importante competencia de limón turco. Aun así, dada la coyuntura mundial, la campaña se ha salvado gracias al esfuerzo de los que gestionan los canales de exportación. Son canales consolidados, basados en la calidad y en la seguridad alimentaria, algo que solo el limón español, con Murcia a la cabeza, puede dar hoy a los mercados que lo demandan

VF. ¿Y cómo está empezando la campaña de Verna?

AL. La recolección de Verna empezó en la semana 13 del año, con una reducción de cosecha importante (31% con respecto a 2021 que ya fue deficitaria) pero con buenas perspectivas de precios. Recordemos que se trata de un limón autóctono de Murcia, con una fecha de recolección exclusiva. Las lluvias continuadas del mes de abril han hecho que los calibres (1 y 2) gordos que son admitidos en el mercado interior sean predominantes y esto está lastrando los pedidos para exportación que prefieren el calibre 3, 4 (más pequeño). De momento las calidades marcan la cotización. El limón Verna sobre pie tradicional es más cotizado por su mejor equilibrio en fruto, frente al pie *Macrophylla*, predominante en las plantaciones de los últimos años.

VF. ¿Qué diferencias se están apreciando frente a campañas anteriores? ¿Está influyendo el tiempo anómalo de este año?

AL. Sí está afectando, sobre todo provocando el engorde prematuro de los frutos y también hay problemas fúngicos por exceso de humedades (aguado;



Antonio Luengo confirma que más del 50% de los limones que se producen en España salen de la Región de Murcia. / CARM

alternaría). También hay que reseñar importantes daños por caracoles. Venimos de un final de año muy seco cambiando a finales de marzo y abril que han sido meses de excesivas precipitaciones continuadas, inusuales en nuestra Región.

VF. Al margen de lo climático, ¿cómo está influyendo la coyuntura internacional en la demanda de limón murciano?

AL. El limón turco que abastecía al mercado ruso desde el veto impuesto a Europa en 2014 también ha sido vetado por la crisis en Ucrania y este año se está tratando de introducir también en los mercados europeos occidentales.

VF. Además de las tensiones de los mercados, el limón se enfrenta a la amenaza de plagas procedentes de países terceros y, de momento, las importaciones han quedado fuera de la exigencia del *cold treatment*, ¿cuál es la posición de la Consejería frente a esta situación? ¿Qué demandan a la Administración central y europea ante la falta de reciprocidad?

AL. No es admisible que quedemos expuestos a enfermedades que pueden causar daños irreversibles en nuestras plantaciones. Por ello, trabajamos de la mano con la Interprofesional del Limón y Pomelo, Ailimpo, con el fin de evitar que entren productos de terceros países con plagas que pongan en peligro nuestro sector:

“Este tiempo anómalo está provocando sobre todo el engorde prematuro de los frutos y problemas fúngicos por exceso de humedades”

“En la Región de Murcia el Fino representa el 70% y el Verna el 30% restante, manteniéndose más o menos constante según las zonas de producción citrícola”

VF. ¿Se ha incrementado la competencia de países terceros? ¿Cómo influye en el desarrollo de la campaña murciana?

AL. Se ha incrementado sobre todo las importaciones desde Sudáfrica que siguen subiendo cada año. Por su parte, Turquía está estable y se centra más en los países del este de Europa. En estos momentos para Argentina se espera el primer envío de ultramar sobre la segunda quincena de junio.

VF. ¿Se esperan cambios en la evolución del cultivo del limón en Murcia? ¿En qué sentido?

AL. El limón Fino representa el 70% y el Verna el 30% restante, manteniéndose más o menos constante según las zonas de producción citrícola de la Región. Se tiende a consolidar la posición de liderazgo en el mercado europeo como un limón de calidad y respetuoso con el medioambiente y el abrir nuevos mercados en

el resto del mundo. Para ello es imprescindible la adecuada diferenciación en los canales de comercialización con creación de figuras de calidad específicas. Las certificaciones Global GAP y GRASP y BIO son elementos clave esta campaña, dentro de la estrategia liderada por Ailimpo de diferenciación del limón español y de fomento de una producción sostenible bajo el triple enfoque económico, medioambiental y social.

VF. ¿El IMIDA está trabajando en algún proyecto relacionado con el limón?

AL. Actualmente desde el IMIDA se trabaja para la mejora de la producción y calidad de frutos cítricos mediante la aplicación de diversas técnicas de cultivo, mejora genética en cítricos, mejora de la eficiencia en el uso de agua en cítricos mediante la utilización de nuevas estrategias y tecnologías de riego.

VF. ¿Cuál es el peso actual del limón en la balanza hortofrutícola murciana?

AL. Actualmente la superficie de cítricos cultivada en la Región de Murcia supera las 40.000 hectáreas, de las que más de la mitad, 26.000 hectáreas, son de limón. El 22% de la producción hortofrutícola murciana corresponde a los cítricos, de los que el 19% son limones. De hecho, más del 50% de los limones que se producen en España salen de la Región de Murcia. Además, una parte muy importante de los limones y pomelos producidos en Andalucía y la Comunidad Valenciana se exportan o industrializan a través de empresas con sede en la Región de Murcia.

VF. ¿Sigue siendo el cultivo del limón una opción de futuro en la Región de Murcia o la amenaza de restricción del agua procedente del trasvase es un condicionante grave?

AL. Si por algo se caracteriza la Región de Murcia es por su capacidad de resiliencia, así que, la respuesta a la pregunta de si sigue siendo el cultivo del limón una opción de futuro en la Región de Murcia, la respuesta es, sin duda, que sí. Ahora bien, como en cualquier sector, hay que reinventarse y darle un valor añadido a nuestros productos, ya sean cítricos o cualquier otro producto, por eso nuestros agricultores ya no trabajan como hace 30 años, sino que las técnicas de cultivo y producción han evolucionado de manera que son más sostenibles y que permiten compatibilizarse con el cuidado del medioambiente. Del mismo modo también son más eficientes en el uso de los recursos, especialmente el agua, empleando menos para producir más.

VF. ¿Cuál es la postura de la Región de Murcia en este momento frente a las previsiones de cambio en el trasvase Tajo-Segura?

AL. Es insólito que un Gobierno de España tome decisiones en contra de los intereses de una región o un área de nuestro país. No es razonable que sin existir criterios técnicos se aplique el rodillo político para recortar el trasvase Tajo-Segura. La Región de Murcia, Andalucía y la Comunidad Valenciana se oponen al incremento de los caudales ecológicos de ciertos puntos del Tajo, casualmente los necesarios para justificar un recorte del Trasvase al Levante. Vamos a acudir a los tribunales para evitar que se cometa un atropello que condena a miles de agricultores y que pone en entredicho el abastecimiento para los hogares.

VF. ¿Qué mensaje le gustaría hacer llegar al productor de limón murciano, a la distribución y a los consumidores?

AL. Desde luego, el productor de limón murciano tiene un reto más por delante. Hay una evidencia clara y es la calidad con la que se producen los cítricos en la Región de Murcia. Las exigencias medioambientales que marca Europa, unidas a las exigencias del gobierno regional, con el fin de recuperar y proteger el ecosistema, contribuyen a que se produzca de una manera sostenible y hay mercados que valoran esto por encima del precio. Desde el gobierno regional estamos trabajando en identificar nuevos mercados y, por supuesto, siempre brindamos la oportunidad de hacer la labor de acompañamiento y promoción de nuestros productos allá donde consideren necesario.

EXPRIME LA FELICIDAD



SOMOS TU MARCA DE LIMÓN Y POMELO

WWW.CITRICOSLAPAZ.COM

JOSÉ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ / Presidente de Ailimpo

“Estamos trabajando para aumentar la exportación fuera de la Unión Europea”

España ha registrado en los últimos años un fortísimo aumento de plantaciones. Se calcula que el potencial de cosecha de limón podría ascender a 1.800.000 toneladas en 2026. Por otra parte, la competencia de países como Turquía y África de Sur, que dirigen parte de sus producciones hacia Europa, también ha aumentado. Por ello, para gestionar este crecimiento en Ailimpo ya analizan las posibilidades que existen de llegar a nuevos destinos fuera de las fronteras europeas y descongestionar este mercado. “Para ello tenemos que cambiar el modelo de cultivo con el fin de poder producir un limón que permita afrontar transportes de 30 o 40 días”, señala José Hernández Hernández.

■ ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué balance realizan de la campaña de limón Fino?

José Hernández Hernández. La campaña de Fino terminó con una producción cercana a las 800.000 toneladas. El arranque fue ciertamente complicado provocado por los volúmenes de fruta de África del Sur que no se liquidaron hasta finales de octubre. Por otra parte, Turquía ha regresado al panorama comercial europeo después de dos años con una presencia limitada. Los precios en campo se vieron penalizados en el comienzo de campaña por el lento inicio de la recolección. En enero y febrero se constató una desaceleración de la demanda en el mercado en fresco. El mes de marzo además estuvo condicionado por los episodios de huelga de transporte.

En todo este escenario la nota positiva la pone el hecho de confirmar que en términos generales el consumo de limón en Europa está activo. Asimismo, es importante considerar el efecto del limón ecológico que representa ya un porcentaje considerable en volumen, pero mayor todavía en términos económicos.

VF. ¿Y cómo se está desarrollando hasta el momento la temporada de Verna?

JHH. La campaña de Verna sigue en marcha, a pleno ritmo desde principios de mayo y sin sobresaltos. Las cotizaciones en origen se han mantenido estables para la fruta comercial, los calibres adecuados y los lotes de mejor calidad. Pero la campaña se va haciendo día a día, ya que las lluvias de marzo y abril han dado origen a unos calibres más grandes que otras temporadas anteriores. El agua hizo que ahora abunden los calibres 1, 2 y 3, mientras que el mercado de venta demanda principalmente los calibres 3, 4 y 5, por lo que una cantidad importante de fruta está terminando en la industria.

También cabe destacar el arranque y desarrollo del hemisferio sur, con los primeros contenedores de Argentina y África del Sur llegando a Europa, que contribuirán a intensificar la competencia.

VF. ¿Cómo se están comportando los precios en este ejercicio?

JHH. En cuanto al limón Fino, como he comentado anteriormente, los precios en cam-



José Hernández afirma que la campaña de Verna “va a pleno ritmo desde principios de mayo y sin sobresaltos”. / AILIMPO

po se vieron penalizados en el inicio de campaña por el lento comienzo de la recolección. Pero al final de la temporada, los precios fueron buenos como consecuencia de la reducción de la producción, agravada por las persistentes lluvias de los últimos meses de recolección. Sin embargo, desde el inicio de la guerra entre Rusia y Ucrania ha habido más competencia con el limón turco, puesto que los envíos de Turquía se desviaron mayoritariamente hacia países de la UE.

En cuanto a la variedad Verna, los precios están siendo buenos, pero para esta segunda parte de la campaña hay que considerar una serie de factores como son las previsiones de cosecha récord en el hemisferio sur, el escenario económico europeo con la inflación al alza y la volatilidad e inestabilidad por la guerra de Ucrania. Así, y como

“La nota positiva de esta campaña es el consumo que está activo en Europa”

“Es más importante que nunca evitar la especulación para lograr un desarrollo normal de la campaña de limón Verna”

“El sector de limón de España solicita al retail europeo un aumento en los precios de compra”

ya venimos anunciando desde hace varias semanas, la sensatez, la prudencia y la moderación se hacen indispensables en este momento de la campaña de Verna. Por ello, hay que señalar que es más importante que nun-

ca evitar la especulación para lograr un desarrollo normal de la campaña de limón Verna.

VF. ¿Cómo han respondido los mercados a los que llega el limón español? ¿Ha habido dificultades en determinados destinos?

“El limón español tiene mayor sabor y firmeza, y se comercializa bajo las máximas garantías”

JHH. Como decía anteriormente, la guerra entre Rusia y Ucrania ha incidido en la comercialización del limón Fino de España. Esta situación se ha notado, sobre todo, en los países del este y el centro de Europa, dado que los exportadores turcos han desviado a ambas zonas volúmenes que antes dirigían a Rusia y Ucrania, buscando con estos movimientos mayor seguridad en los pagos.

También África del Sur está ganando posiciones en Europa. Antes, este país se centraba más en mercados de Asia y Oriente Medio.

VF. ¿En qué medida ha marcado la rentabilidad de la campaña el aumento generalizado de los costes? ¿Se ha logrado repercutir este incremento en los precios de venta del producto?

JHH. Pese a todos los esfuerzos realizados por parte del sector, incluida la pérdida de rentabilidad, la verdad es que no se ha conseguido trasladar al mercado de venta el incremento de los costes, no solo de la fruta sino de la energía, materiales, envases, transporte, etc.

Como ya ha sucedido en otros sectores alimentarios y con otros productos, el sector de limón de España solicita al retail europeo un aumento en los precios de compra como única fórmula posible para soportar la subida de los costes que afectan tanto a la producción en el campo como a la recolección y confección de la fruta en los almacenes.

Producimos un producto sostenible que fija carbono, con una reducida huella hídrica y con los mayores estándares de calidad europeos y con la capacidad de llevar nuestro producto del campo al lineal de venta en 48 horas.

Todos estos esfuerzos tienen que ser compensados con unos precios que contribuyan a la sostenibilidad económica de nuestra actividad.

VF. ¿Qué países representan actualmente una mayor competencia para el limón español?

JHH. Por un lado, al comienzo de la campaña, nos encontramos con la fruta procedente del hemisferio sur. La presencia de fruta de Argentina y Sudáfrica puede retrasar la ventana de comercialización de nuestra producción, como ocurrió en el comienzo de esta campaña.

Por otro lado, tenemos a Turquía, que compite en los mercados europeos desde septiembre hasta el mes de abril.

VF. Ante una competencia que va en aumento, ¿qué ofrecen los limones españoles para diferenciarse de las producciones de países terceros?

JHH. España es una referencia en los mercados internacionales por la sostenibilidad de nuestras producciones, el buen hacer, la calidad, la seguridad alimentaria y el servicio a los clientes. Nuestra condición de líderes en exportación nos obliga a marcar tendencia e identificar el valor añadido del limón español.

(Pasa a la página 8)

Región de Murcia:

La Huerta de Europa

“Estamos...”

(Viene de la página 6)

Pero hay que tener claro que no estamos solos ni lo vamos a estar. La competencia debe servirnos para estimularnos, y debemos ser capaces de comunicar al cliente todo lo que hay detrás del limón español. Es decir, poner en valor el trabajo de miles de personas que ponen toda su pasión en cada limón que se produce, procesa y exporta.

VF. *El ritmo de nuevas plantaciones en España ha sido fortísimo en los últimos años y podría llevar a tener un potencial de cosecha de 1.800.000 toneladas en 2026. Países como Turquía y África de Sur también han crecido de forma notable. En este contexto, ¿qué aspectos debe potenciar y desarrollar el sector del limón español para seguir siendo competitivo y rentable?*

JHH. Al igual que pasa en otras ramas del sector productivo, todo crecimiento conlleva unos riesgos. Así, y de la misma forma que rentabilidades pasadas no garantizan las futuras, aquellos que se preparan tendrán mayor viabilidad. Seguramente, no será posible la felicidad para todos, sino para aquellos que se preparen mejor.

Tenemos que poner la energía en todo aquello que sí podemos controlar: reducir costes, ganar productividad, digitalizar, medir, certificar los procesos, hacer más eficiente la logística, aprovechar el talento de las empresas... El reto es gestionar fincas, almacenes e industria en base a lo que podemos influir y no distraernos en lo que no tenemos influencia. En definitiva, prepararnos y mejorar.

VF. *La Unión Europea, junto con Reino Unido, absorben más del 90% de todo el volumen de li-*



El presidente de Ailimpo lamenta que “no se ha conseguido trasladar al mercado de venta el incremento de los costes, no solo de la fruta sino de la energía, materiales, envases o transporte”. / AILIMPO

món exportado por España. ¿Qué posibilidades existen de llegar a nuevos destinos y descongestionar el mercado europeo?

JHH. En la actualidad estamos trabajando para aumentar la exportación fuera de la UE, sobre todo en ese contexto de incremento de las producciones durante los próximos años. Para ello, tenemos que cambiar el modelo de cultivo con el fin de poder producir un limón que permita afrontar transportes de 30 o 40 días.

Otro asunto en el que estamos trabajando es modificar los actuales protocolos de exportación a destinos como Estados Unidos, México, India, Japón o China, que incorporan exigencias que en la práctica real

“España es una referencia en los mercados internacionales por la sostenibilidad de nuestras producciones, el buen hacer, la calidad, la seguridad alimentaria y el servicio a los clientes”

“La competencia debe servirnos para estimularnos, y debemos ser capaces de comunicar al cliente todo lo que hay detrás del limón español”

suponen una barrera comercial encubierta.

VF. *Tras dos años de promoción, ¿qué balance realizan de “Bienvenido a la era del limón-Welcome to the lemon age”?*

JHH. El sector de limón de España, a través de Ailimpo, tiene como uno de sus objetivos estratégicos la promoción del Limón de España® para poder lograr una diferenciación y ge-

nerar valor añadido, aumentando el consumo especialmente de la población más joven.

Para conseguir esos objetivos, el sector de limón en España invirtió en 2020 por primera vez en marketing para poder posicionar el producto a través de una campaña que se desarrolla en España, Alemania, Francia, Canadá y Estados Unidos.

El resultado ha sido una campaña de promoción fresca y moderna, que trata de conectar con el consumidor utilizando varias herramientas entre las que destacan las redes sociales y que, por su puesto, ha tenido repercusión esperada en el público objetivo.

VF. *Para concluir, ¿cómo definiría el estado actual del sector del limón en España?*

JHH. Como decía antes, somos una referencia en los ámbitos de la sostenibilidad, la calidad y la seguridad alimentaria. Y es que el limón español tiene mayor sabor y firmeza, y se comercializa bajo las máximas garantías.

Por ello, nuestros clientes entienden que no es comparable un limón extracomunitario con uno español, puesto que no hablamos del mismo producto ni de la misma calidad. Aparte de estos atributos, España ofrece una fruta completamente auditada, con unas huellas de carbono e hídricas reducidas al máximo y comprometida con su entorno.

También hay una tendencia hacia acortar la cadena de suministro para hacerla más cercana, lo que reduciría la inestabilidad al ir de lo global hasta lo local, evitando problemas logísticos, el aumento de los precios de los combustibles y la inestabilidad geopolítica.

Por tanto, la suma de estos factores augura un buen futuro al Limón de España®, tanto en el mercado interno como en Europa.

te campaña, los datos tanto de superficie como del número de toneladas producidas apenas ha variado con respecto al ejercicio anterior: “A día de hoy contamos con plantaciones jóvenes de unos diez años, por lo que el agricultor, cuando no tiene buen precio, sigue manteniendo el fruto en el árbol. Si la plantación fuera más vieja, entonces directamente arrancarían para empezar de nuevo, pero en esta ocasión no se da el caso y hay que aguantar”, asegura el responsable de cítricos de Asaja-Almería.

Las principales zonas productoras de Almería son Pulpí, Cuevas de Almanzora y Antas, lugares en los que desde ahora hasta finales del verano comienzan a trabajar con la campaña de limón tardío, el tipo Verna. Según adelanta Diego Castaño, “a día de hoy estamos vendiendo el Verna a unos 30-40 céntimos en el árbol, un precio bastante bajo, pero algo entendible, ya que nos encontramos en el inicio de la campaña. Esperamos que conforme pasen los meses, la cotización mejore un poco, aunque todo depende de la demanda, que este año está siendo bastante baja en comparación con ejercicios anteriores. Y es que normalmente ocurre lo mismo en este tipo de sectores, los que siempre salen perdiendo son los agricultores, porque no reciben un precio justo por su producción, y los consumidores, que pagan demasiado por un solo limón”.

Campaña “catastrófica” para el limón temprano de Almería con precios entre 2 y 3 céntimos en el árbol

Según la organización agraria Asaja-Almería, este es el peor curso de los últimos 25 años en el que los altos precios de producción y la guerra entre Rusia y Ucrania ha afectado mucho a la comercialización

► GÍA. ALMERÍA.

La campaña de limón temprano o Fino en la provincia de Almería ha sido “catastrófica”, como declara el responsable de cítricos de Asaja-Almería, Diego Castaño, quien asegura que los precios han sido muy bajos, oscilando entre los 2 y los 3 céntimos de euro el kilo en el árbol. “Sin duda es la peor campaña de los últimos 25 años. A simple vista, no entendemos como es posible que esté ocurriendo esto, ya que la calidad de nuestra fruta es muy buena, sin problemas de virus ni enfermedades y con unas condiciones climáticas que en ningún momento han afectado al árbol ni al fruto. No obstante, lo que ha cobrado el agricultor por su producción apenas ha servido para limpiar el campo”.

El ciclo de limón temprano en Almería va desde octubre hasta marzo, sin embargo, en



Los citricultores almerienses están aguantando el limón en el árbol a la espera de que las condiciones de mercado mejoren. / GÍA

esta ocasión, “todavía queda bastante fruto en el árbol, ya que no se ha podido vender por las malas cotizaciones. La gente lo está aguantando, aunque no le vemos buenas perspectivas”, indica Castaño.

Aunque todavía hay que hacer un estudio preciso de los motivos por los que se ha registrado un curso tan malo, desde Asaja-Almería adelantan que los costes de producción tan elevados, el precio del transporte y la guerra entre Rusia y Ucrania “son los principales aspectos que están perjudicando al sector del limón en la provincia”. Como argumenta Diego Castaño, “Rusia es uno de los principales compradores de nuestro limón y esto nos ha dejado bastante tocados”.

Almería es la segunda provincia con mayor producción de cítricos en Andalucía por detrás de Málaga y, en la presen-



LO INTELIGENTE ES TENERLO TODO

**SMART
CITRUS**™
all in one by AgroFresh

SmartCitrus™ es un sistema de calidad único de soluciones y servicios AgTech para cítricos que abre la puerta a la nueva postcosecha de **AgroFresh**. Especialmente diseñado a tu medida para ayudar a mantener la frescura, reducir la pérdida de alimentos y cumplir con la seguridad alimentaria.



AgroFresh
We Grow Confidence™

BENJAMÍN FAULÍ / Responsable de frutas y hortalizas de Asaja Málaga

“En Málaga la campaña de limón está siendo bastante agrídulce”

La creciente competencia de países como Argentina, Sudáfrica y este año especialmente Turquía, la lenta demanda de los mercados, la caótica huelga de transportes y el desmesurado incremento de los costes de producción han generado la tormenta perfecta para que la actual campaña del limón sea por ahora “bastante agrídulce” para los productores. En Málaga, que acapara más de la mitad de la producción andaluza, siguen echando de menos una mejora de las infraestructuras hídricas, según expone el responsable de frutas y hortalizas de Asaja-Málaga, Benjamín Faulí.

► CERES COMUNICACIÓN. SEVILLA.

Valencia Fruits. La pasada campaña la superficie del limón andaluz se incrementó cerca de un 2% (alcanzado las 6.127 hectáreas), lo que unido a un mejor rendimiento (+5,2%) dio como resultado un incremento del 6,9% en la producción total de este cítrico, pasando de las 110.673 toneladas (2019/20) a 118.313 toneladas (2020/21). ¿Cuáles son a su juicio las claves que marcarán la presente campaña y qué datos podemos destacar? ¿Se ampliará la superficie dedicada al limón?

Benjamín Faulí. La campaña se ha visto afectada, como no podía ser de otra manera, por la competencia de limón de terceros países. Esto fue clave al inicio de campaña por la entrada de limón sudáfricano que estuvo muy fuerte hasta finales de octubre; después, y en un contexto similar al del resto de los cítricos, la demanda ha sido muy lenta, lo que unido a la huelga de transporte y otros factores limitantes como el incremento de los gastos, insumos, etc. han provocado una campaña por ahora bastante agrídulce.

VF. Según las previsiones del Ministerio se espera una significativa caída de la producción de limón, en especial del tipo “Verna”. ¿A qué es debido?

BF. A la vecería natural del producto y las condiciones climatológicas a la hora de la floración y cuaje. Estimamos una campaña de unas 190.000 toneladas de Verna. La demanda, ahora que se ha iniciado la campaña, es buena, esperando ver qué sucederá como consecuencia de la importación de Argentina y Sudáfrica.

VF. Málaga sigue acaparando más de la mitad de la producción del limón andaluz (57%), seguida de Almería (34%). ¿Cuáles son las bases de este liderazgo?

BF. Málaga ha sido la pionera y la zona productora tradicional de Andalucía, aunque en los últimos años Almería va incrementando paulatinamente sus explotaciones, sobre todo en la zona del Levante Almeriense colindante con Murcia. Creo que la tendencia a medio plazo es la de equipararse la superficie entre ambas provincias.

VF. Las cotizaciones medias del limón andaluz en la campaña 2020/21 fueron inferiores a las registradas en la campaña 2019/20. Concretamente, el precio medio del limón andaluz en árbol (0,33 euros/kg) aumentó en un 24,5% con respecto a la campaña 2019/20 (0,44 euros/kg), mientras que el valor medio del limón a la salida de la central de manipulación disminuyó en un 23,3%, pasando de 0,87 euros/kg (campaña 2019/20) a 0,67 euros/kg (campaña 2020/21). ¿Por qué este descenso global?

BF. Tras el inicio de la pandemia las cotizaciones de los cítricos se incrementaron significativamente aunque el desarrollo en los años posteriores ha devuelto al sector a las cifras de baja rentabilidad. Es una situación compleja



Benjamín Faulí, Responsable de frutas y hortalizas de Asaja Málaga. / ARCHIVO

“El déficit de mejora de las infraestructuras hídricas sigue siendo un hándicap que no vemos que se resuelva con la planificación hidrológica que nos presenta la Junta de Andalucía para el ciclo 2021-2027”

debida al solape de producciones, como ya hemos comentado, y a la presión a la baja provocada por los supermercados.

VF. ¿Qué condiciones meteorológicas y fitosanitarias están caracterizando la campaña?

BF. La sequía ha sido la máxima preocupación del sector en la primera parte de la campaña, con restricciones previstas y bastante incertidumbre. Las lluvias de la primavera en el Guadalhorce han sido copiosas y han alejado el problema. Ahora se respira cierta tranquilidad, aunque el déficit de mejora de las infraestructuras hídricas sigue siendo un hándicap que no vemos que se resuelva con la planificación hidrológica que nos presenta la Junta de Andalucía para el ciclo 2021-2027.

VF. Con el canal Horeca a pleno rendimiento, ¿se espera un tirón importante en el consumo del limón?

BF. Esperamos que se incremente el consumo, sobre todo a nivel nacional y más de cara al próximo verano con la variedad Verna.

VF. ¿La competencia de países como Argentina, Sudáfrica y Turquía supone una amenaza creciente para el limón andaluz?

BF. Por supuesto. Turquía en los meses de diciembre, enero y febrero ha tenido un importante aumento que hay que estudiar de cara a la situación en

próximas campañas, con datos hasta un 50% superior al promedio de las últimas campañas. Esto nos afecta sobre todo a las exportaciones a países del Este. Sudáfrica espera poder exportar un 4% más que la campaña pasada.

El mercado europeo reabrió las puertas a los limones argentinos a partir del 1 de mayo de 2021. Ahora tienen un retraso en su inicio de campaña, pero creemos que se mantendrán en su línea dentro de su media de exportación tradicional a la UE. Las cifras son similares a las de la campaña pasada.

Esperamos que ante este inicio de campaña de importación, la UE sea diligente y actúe con diligencia en lo concerniente a los controles fitosanitarios de entrada.

VF. ¿Cómo han afectado los incrementos en los costes de producción y la guerra de Ucrania a la dinámica de rentabilidad y comercialización del limón?

BF. La guerra de Ucrania ha afectado a empresas que exportaban a este país y ha provocado mucha incertidumbre. Los incrementos de insumos, gastos generales, eléctricos y en general de todo tipo, hacen que sea muy complicado valorar el resultado económico de la campaña y que la facturación, aun pudiendo ser similar a la de otras campañas anteriores, resulte en una gran falta de rentabilidad.



Alfonso Gálvez Caravaca. / ARCHIVO

Asaja Murcia exige a la UE que actúe con firmeza ante la competencia desleal de países terceros

► FRANCISCO SEVA. (*)

La organización profesional agraria Asaja Murcia ha exigido a las autoridades europeas que “actúen contundentemente” ante la masiva competencia desleal de terceros países como Egipto, Marruecos, Turquía, Sudáfrica, etcétera.

El secretario general de Asaja Murcia, Alfonso Gálvez Caravaca, ha comentado a este respecto que “no podemos permitir que estas producciones continúen inundando el mercado europeo, y cometan dumping social, por eso exigimos a la Unión Europea que ponga en marcha algún tipo de medidas arancelaria para contener a estos países, ya que es imposible competir con los mismos, pues sus costes de producción son ínfimos en comparación con los nuestros”.

■ INTENSIFICAR CONTROLES

Además, el titular de Asaja Murcia ha apuntado también que “es prioritario intensificar los controles fitosanitarios para las producciones de terceros países, con la finalidad de evitar que se propaguen plagas y enfermedades, que serían muy perjudiciales y desastrosas para nuestra citricultura en toda la geografía española”.

Dentro del mismo contexto, Gálvez Caravaca también ha apuntado que “es necesario en el sector del limón y, extensible a todo el sector de los cítricos, una mayor cohesión y unidad, para hacer frente a los grandes desafíos que se vienen encima a corto plazo. Tenemos que ordenar y agrupar nuestra oferta, para que consigamos una mayor competitividad y rentabilidad tanto en las estructuras productivas como en las comercializadoras. Al mismo tiempo, somos plenamente conscientes de que tenemos que seguir abanderando la calidad y seguridad alimentaria, que son dos factores fundamentales que valoran nuestros compradores, pero también debemos apostar claramente por una diferenciación a través de un sello de calidad, que en el caso de la Región de Murcia, podría ser aplicable para nuestros limones, pues este cítrico es el producto estrella del campo murciano”.

Además, el portavoz de Asaja Murcia ha subrayado que “también tenemos que seguir impulsando capítulos tan importantes como la promoción, comunicación, marketing, investigación y desarrollo, así como la utilización de nuevas tecnologías, para que continúe el crecimiento del sector limonero murciano”.

Asimismo, Alfonso Gálvez Caravaca ha añadido también que “estamos muy orgullosos de los productores de limones y cítricos de la Región de Murcia, porque a pesar de las dificultades, siguen trabajando cultivando con la mayor calidad y a pesar de la problemática hídrica que sufrimos, son capaces de continuar y no se rinden nunca. Tienen, sin lugar a dudas, nuestra admiración y respeto total”.

(*) Periodista Agroalimentario Internacional

Reduce el n° **de** materias activas o pásate al **BIO** con las soluciones postcosecha **SANIFRUIT.**

- Eficacia comprobada
- Reduce las reclamaciones
- Alarga la vida comercial
- Ayuda a combatir las resistencias
- Gama BIO certificada por CAAE



JOSÉ VICENTE ANDREU / Presidente de Asaja Alicante

“Debemos ser capaces de dar salida comercial al incremento de producción que habrá los próximos años”

El presidente de Asaja-Alicante, José Vicente Andreu, explica que la campaña de Fino ha estado marcada por la presencia masiva de limones del hemisferio sur, que han provocado que las producciones tempranas alicantinas acabaran en la industria. En cuanto al Verna, el mercado está bien, con buenas cotizaciones y hay buen ritmo de corte, aunque será una campaña corta en volumen.

▶ ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. El MAPA apuntaba al inicio de la campaña una cosecha de 1.011.458 toneladas de limones (un 15% de reducción de la producción del año anterior). ¿Se están cumpliendo o se esperan cumplir las previsiones?

José Vicente Andreu. Sí. La estimación de los aforos se está cumpliendo. El problema este año ha sido la falta de calidad comercial del limón, lo que ha ocasionado un alto nivel de desvío con destino a industria.

VF. Respecto al limón Fino ¿cuál es el balance que hace Asaja Alicante sobre la campaña 2021/2022?

JVA. El inicio de la campaña vino marcado por el retraso en la entrada de limón del hemisferio sur, lo que hizo que las parcelas más precoces se vieran sin mercado y que muchos de esos limones terminaran en la industria. A partir de ahí se ralentizó la salida del limón y muchas parcelas se pasaron de calibre comercial. Hecho que condicionó toda la campaña del limón Fino y mermó en gran medida la rentabilidad de la campaña para los productores.

VF. Tras la campaña del limón Fino, sabemos que hay un descenso en la cosecha del Verna. ¿A qué se debe? ¿Cuáles son las cifras que se barajan?

JVA. La merma de limón Verna de esta campaña se debe a las condiciones climáticas adversas de abril de 2021. Un exceso de lluvia que hizo que la floración fuese muy irregular y no cuajase el limón. Hay una pérdida en cantidad, con una reducción de cosecha del orden del 40%, pero lo peor es la poca calidad por exceso de calibre que se está dando en la actual campaña.

VF. ¿Cuáles son las expectativas comerciales?

JVA. El mercado está bien, con buenas cotizaciones, y hay un buen ritmo de corte. Será una campaña corta en volumen. La rentabilidad para el agricultor será escasa por la exigua producción de esta cosecha. La lectura positiva que debemos hacer es que el mercado de limón tiene tendencia a estabilizarse y que, para la campaña, la transición entre hemisferio sur y nosotros, sea ordenada y permita que el inicio de nuestra próxima campaña vaya bien.

VF. Teniendo en cuenta la coyuntura económica en España, la inflación y el aumento de costes, ¿cómo están gestionando este incremento? ¿Cómo va a repercutir en el precio medio del limón?

JVA. La situación económica a nivel de los productores está siendo muy complicada este



José Vicente Andreu señala que el gran afectado ante un posible recorte del trasvase Tajo-Segura será precisamente el cultivo del limón y recuerda que “este cultivo necesita agua de calidad y a un precio bajo, no justo, sino bajo”. / ARCHIVO

año. El incremento de costes es desproporcionado y exponencial. De no limitarse nos lleva a un callejón sin salida, pues no podemos repercutir este incremento de costes en nuestras ventas de limón. Por desgracia, el precio del limón en el mercado no viene condicionada por el coste de producción que ha tenido el agricultor, sino por la ley de la oferta y demanda y la coyuntura internacional del mercado. Necesitamos que de forma urgente se ponga en funcionamiento de forma activa y práctica la Ley de la Cadena Alimentaria, como salvaguarda que evita la ruina de los agricultores.

“Hay una pérdida en cantidad, con una reducción de cosecha del orden del 40%, pero lo peor es la poca calidad por exceso de calibre que se está dando en la actual campaña”

VF. En toda esta crisis, ¿qué papel juega el consumidor? Siendo realistas, ¿el consumidor valora realmente la seguridad alimentaria, la calidad, los formatos, la oferta varietal, el origen del producto... antes que el precio?

JVA. Si somos realistas, el papel del consumidor se limita tan

solo a consumir en mayor o menor cantidad, en tener mayor o menor demanda del limón. Pero no hay una distinción práctica entre consumo de limón nuestro o limón de terceros países con respecto a la demanda del consumidor. Este compra lo que hay en el supermercado, venga de donde venga. Esa es la realidad.



Consumir limón español genera riqueza solidaria y mejora nuestro entorno más cercano y el planeta. / ARCHIVO

VF. ¿Cómo valora Asaja Alicante las diferentes actuaciones de la administración autonómica y nacional en materia fitosanitaria y en defensa de precios justos para el agricultor?

JVA. Creo que las acciones que se desarrollan desde las distintas administraciones no dejan de ser positivas, pero su repercusión es mínima. Hay que ser mucho más contundentes y valientes en la adopción de normas y leyes que garanticen la seguridad alimentaria de los ciudadanos europeos, y la sanidad de nuestras producciones. Las administraciones nacionales deben presionar muchísimo más a la UE en la defensa del sector primario.

VF. En referencia al agua, ¿cómo afecta el recorte del trasvase Tajo-Segura en la campaña del limón?

JVA. El gran afectado ante un posible recorte del trasvase Tajo-Segura será precisamente el cultivo del limón. Este cultivo necesita agua de calidad y a un precio bajo, no justo, sino bajo. Con aguas salinas, o con alto nivel de boro, y caras, no se puede cultivar limón.

VF. Respecto a los competidores directos del limón, ¿qué presión se está percibiendo?

JVA. Nuestros grandes competidores en limón son Turquía, en otoño-invierno, y Sudáfrica y Argentina en verano. Nuestra gran ventaja es nuestra calidad y la potencia de todo sector en España, la capacidad de dar un buen servicio durante todo el año, nuestra cercanía y profesionalidad. Debemos apostar siempre por la innovación y la calidad. Es muy importante transmitir al consumidor que el sector del limón es absolutamente sostenible desde el punto de vista ambiental, que es un producto sano, saludable, con una economía circular. Consumir limón español genera riqueza solidaria y mejora nuestro entorno más cercano y el planeta. Nuestros competidores siempre nos presionan por precio, pero no en calidad y servicio.

VF. ¿Qué expectativas hay a largo plazo? ¿Cómo pueden los agricultores asegurar el futuro de sus limonares?

JVA. El mensaje que debemos mandar a la sociedad y a los agricultores es que por muchas dificultades que tengamos, el futuro depende de nosotros, que las dificultades se pueden superar. A medio plazo, el sector del limón debe ser capaz de asumir y dar salida comercial al incremento de producción que esperamos para los próximos años. Es importantísimo seguir con la promoción de nuestro limón, de aportar por la calidad, por el producto certificado, de visualizar en la sociedad europea nuestro trabajo, las bondades de este cultivo para el desarrollo social, económico y ambiental de nuestro país y de la Unión Europea.



MUY
NATURAL



LA NATURALEZA
NO HACE NADA
EN VANO

APEMAR.COM

Aristóteles (384 AC-322 AC) Filósofo griego.

JUAN MIGUEL MONTANER / Miembro de la Ejecutiva de la Unió de Llauradors i Ramaders en Alicante

“Nuestro sistema de explotación agraria es un modelo de futuro”

Agricultor con el alma joven y comprometido en su totalidad con el futuro de la agricultura, Juan Miguel Montaner, además de cultivar sus tierras, dedica un generoso tiempo a representar los intereses de agricultores y ganaderos de la provincia de Alicante. En esta entrevista, el sindicalista hace una radiografía del sector del limón en la provincia alicantina y repasa las consecuencias de la creciente competencia de terceros países, un problema cada vez más grave para la citricultura española.

► SANTIAGO PASCUAL. ALICANTE.

Valencia Fruits. ¿Qué nos puede decir de la presente campaña de limón?

Juan Miguel Montaner. Este año tenemos una cosecha de limón menor que en campañas anteriores, concretamente, la producción se ha reducido un 25%. En cuanto a los precios, podríamos calificarlos como ‘normales’ en esta época, pero si tenemos en cuenta que los costes de producción, transporte, selección y envasado se han disparado por el encarecimiento de la energía y de los carburantes, son precios bajos para lo que cuesta producir. Si a este incremento sumamos la merma generalizada de producción, la rentabilidad de los huertos es muy baja.

VF. ¿Cómo afecta la oferta de terceros países a los productores de limón español?

JMM. El sector del limón español goza de una reputación muy notoria en los mercados europeos. No obstante, las importaciones de terceros países suponen un problema cada vez más grave para nuestra citricultura, pues perjudican el inicio de nuestra campaña de comercialización y son portadores de enfermedades agronómicas y plagas muy virulentas que, de llegar a nuestras comarcas, nos causarían daños difícilmente reparables.

La campaña pasada se limitaron las entradas de limón argentino a la Unión Europea, pero desde la Unió de Llauradors reivindicamos que se establezcan controles fitosanitarios más estrictos a todas las importaciones de cítricos procedentes de orígenes extracomunitarios, ya que estos países no tienen los mismos estándares de calidad y no cumplen con los mismos controles que las producciones europeas.

Además, aunque la campaña del limón del hemisferio sur es complementaria a la nuestra, es una realidad que las importaciones nos afectan de manera negativa al inicio de nuestra campaña porque ocupan los lineales de las grandes superficies hasta bien entrado diciembre. Aunque su periodo de exportación a la Unión Europea termina en noviembre, los operadores comerciales hacen acopio de cosecha al final de la campaña para luego ofertarla a precios muy asequibles en ofertas y promociones que nos perjudican doblemente: por un lado, porque están más tiempo en los supermercados del que deberían, solapándose con los limones nacionales y por otro, porque al ser cítricos del final de la campaña llegan a los mercados a precios mucho más

“Este año, la producción de limón se ha reducido un 25% respecto al ejercicio anterior”

“Las importaciones de terceros países suponen un problema cada vez más grave”

“En Alicante cultivamos limones sabrosos, de máxima calidad y de cercanía”

bajos, imposibles de comparar con los del limón temprano español.

Sin embargo, gracias a la sensatez que reina en el sector y pasado ese amargo periodo, que dicho claramente, no debería existir, nuestros cítricos alcanzan las cotizaciones normales para su calidad.

VF. ¿Cómo cree que se está tratando el asunto del tratamiento en frío en Bruselas?

JMM. Asistimos a la indecisión de la Unión Europea de exigir el tratamiento en frío a los cítricos importados con destino a los mercados de la Unión Europea. Es muy lamentable que desde los organismos europeos no lleguen a ver con total claridad los gravísimos perjuicios que podemos sufrir en la producción de limón en particular y en toda nuestra citricultura en general.

En la Unió de Llauradors hemos realizado un arduo trabajo para tratar de compilar todos



Juan Miguel Montaner lleva más de treinta años como sindicalista. / ARCHIVO

los datos sobre las detecciones de frutas procedentes desde el hemisferio sur infectadas con plagas consideradas de cuarentena, lo que ha dado unos resultados alarmantes, sobre todo en lo referente a la Mancha negra y a la Cochinilla de Sudáfrica. Además, desde el IVIA se conocen decenas de enfermedades y plagas que, de llegar a nuestras zonas de cultivo, causarían daños irreversibles.

Por eso, que los países del hemisferio sur tengan la obligatoriedad de aplicar el tratamiento en frío a sus exportaciones evitará que plagas contra las que no tenemos defensa lleguen a nuestras plantaciones.

Por otra parte, es muy triste que otras zonas citrícolas productoras tengan establecidos lobbies muy arraigados y con una capacidad de influencia realmente eficaz. Nuestros ci-



El sector del limón alicantino cumple exhaustivos controles de calidad a lo largo de toda la cadena de producción. / AILIMPO

“El agricultor debe percibir un precio que le permita seguir con su actividad”

“Con el aumento de los costes y la merma de producción, la rentabilidad de los huertos es muy baja”

tricultores se merecen los responsables que vayan a Bruselas lo hagan con una sola voz y con una altura de miras suficiente para aunar y defender los intereses de todos los integrantes del sector.

VF. ¿En qué situación se encuentra el sector del limón en Alicante?

JMM. Hay bastantes, más de los que desearíamos, agricultores que dejan la agricultura. Y eso no es bueno para nadie. El futuro del sector depende de que haya muchos citricultores que cultiven las tierras tradicionales con su buen hacer y, que junto con todas las nuevas tecnologías y estrategias de cultivo, nos posicionen en los mercados y ante los consumidores como lo que hemos sido siempre: productores de un fruto de excelentísima calidad.

Toda esta experiencia y trabajo realizado de cara al futuro tiene que servirnos para que los consumidores europeos prefieran el limón español frente a los que llegan de otras latitudes, ya que en Alicante cultivamos limones sabrosos, de máxima calidad y de cercanía en comparación con las producciones importadas que, además, generan una huella de carbono muy perjudicial para el medioambiente. Los nuestros, sin embargo, están cultivados con criterios de sostenibilidad, respetando el medio natural y aportando a la naturaleza una cantidad de oxígeno de magnitudes extraordinarias, convirtiéndose en un verdadero sumidero de carbono.

Todas estas cualidades del sector del limón no son suficientemente valoradas por la sociedad, por eso, los consumidores deben tener en cuenta, primero, que tanto nuestros limones como el resto de cítricos son una producción europea; segundo, que con el cultivo ayudamos a mantener el medio natural y reducimos la huella de carbono y tercero, que todos los cítricos españoles cumplen con exhaustivos protocolos de control de calidad en el cultivo, en el envasado y en la puesta a disposición de los consumidores para garantizar la máxima seguridad alimentaria.

Nosotros tenemos un modelo de agricultura con el que podemos garantizar un altísimo nivel de calidad y un compromiso insuperable con el territorio y con nuestro medio natural. Y esto debería agradecerlo el consumidor nacional y europeo aceptando unos precios que sean justos y remuneradores para los agricultores, evitando así la especulación sobre nuestras producciones. El agricultor debe percibir un precio que le permita seguir con su actividad de una manera digna.



YO ME LO
BIO
TU TE LO
COMES

En Frutas Beri producimos cítricos BIO todo el año,
los envasamos y enviamos al punto del mundo
que desees listo para ser consumido.

'Life Vida for Citrus' presentará sus resultados en junio de 2023

La presencia de organizaciones, universidades y agricultores de España, Portugal, Francia e Italia posibilitará resultados fiables para el conjunto de las zonas cítricas europeas

► CERES COMUNICACIÓN. SEVILLA.

Life Vida for Citrus, el proyecto europeo capitaneado por Asaja-Málaga que persigue levantar un "cordón sanitario" en suelo de la UE ante la posible entrada de la mortal enfermedad del *Huanglongbing* (HLB), está cubriendo con éxito los objetivos marcados en su inicio. Será en junio de 2023, fecha prevista de finalización de los trabajos, cuando se den a conocer en una jornada explicativa los resultados de un proyecto internacional que dio sus primeros pasos hace ya cuatro años y en el que están involucrados cuatro países: Portugal, Francia, Italia y España.

Causada por la *Candidatus Liberibacter spp.*, una bacteria que se propaga por insectos, la llamada enfermedad del HLB o "enverdecimiento de los cítricos" está calificada por los especialistas como la principal amenaza para las explotaciones cítricas del planeta. Uno de estos insectos vectores, el psílido cítrico africano (*Trioza erytreae*), ya se ha encontrado en España y Portugal. Esta enfermedad, actualmente, no tiene cura conocida y los actuales medios de control tienen un alto costo ambiental. Sus efectos son desastrosos, ya que reduce la producción y en casos avanzados puede llegar a matar a los árboles.

Para prevenir la entrada y propagación en territorio europeo del HLB, la UE se dotó de un instrumento de investigación y control, el proyecto *Life Vida for Citrus*, que nació con el objetivo de contribuir al diagnóstico temprano de la enfermedad y el desarrollo de plantas resistentes a este nocivo organismo.

"El proyecto se inició en 2018, y en el transcurso de estos años hemos visto cómo el vector del HLB, la psila *Trioza erytreae* ha ido circulando por Canarias, Portugal, Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco. Las últimas detecciones se han encontrado ya en el Algarve portugués, como hemos comprobado en una visita técnica realizada el pasado mes de abril. Es por ello por lo que urge trabajar con dedicación en el control del vector y en la resiliencia de los cítricos, mientras se lucha con depredadores de la psila transmisora, la bacteria *Candidatus Liberibacter*, que es la que realmente provoca la enfermedad del HLB", asegura el project manager del proyecto *Life Vida for Citrus* y coordinador de Frutas y Hortalizas de Asaja-Málaga, Benjamín Faulí.

Actualmente, el proyecto se encuentra en plena fase de recopilación de datos en las parcelas demostrativas en las que se están desarrollando los ensayos para su implementación. "Nuestro objetivo —señala Faulí— es el de poder establecer unas prácticas agrícolas que puedan adoptarse como un modelo replicable que consigan reducir o mitigar los efectos del cambio climático y



En el proyecto *Life Vida for Citrus* están involucrados cuatro países: Portugal, Francia, Italia y España. / BENJAMÍN FAULÍ

que el desarrollo de los cítricos sea resiliente a la entrada de nuevas plagas y enfermedades, focalizando nuestros esfuerzos en el HLB, enfermedad mortal que cada vez está más cerca de las producciones europeas". A un año vista de la finalización del proyecto, ahora es cuando se están cosechando resultados para elaborar las respuestas a los objetivos del plan.

"Las prácticas agrarias que estamos realizando se centran en mejora del suelo, ahorro de agua, captura de carbono, tipos de poda, uso de bioestimulantes... En definitiva, hemos recopilado información cualitativa y cuantitativa sobre el progreso obtenido de las diferentes acciones de implementación de técnicas sostenibles, a través de una serie de indicadores (KPI), que están en línea con los resultados esperados propuestos por los diferentes miembros del equipo", explica Faulí. La medición y control de estos parámetros contribuirán a la evaluación del impacto real del proyecto en términos de supervivencia al cambio climático, beneficios ambientales y consecuencias socioeconómicas, a la vez que permitirá determinar cuáles son las prácticas agrícolas más idóneas.

Los parámetros técnicos medidos como base para el cálculo de los KPIs han sido:

- Rendimiento de la salud de los árboles (análisis foliar, estructura vegetativa y tasa de crecimiento, rendimiento).
- Otros (calidad del fruto).
- Agua (eficiencia en el uso del agua).
- Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) (materia orgánica del suelo (MOS)/carbono orgánico del suelo (COS), huella de carbono).
- Especies exóticas (control de brotes).
- Biodiversidad (calidad del suelo, biodiversidad).
- Prevalencia de vectores.
- Otros (datos meteorológicos).



Este proyecto europeo persigue levantar un "cordón sanitario" en la UE ante la entrada de la mortal enfermedad del HLB. / BENJAMÍN FAULÍ

Según Benjamín Faulí: "urge trabajar con dedicación en el control del vector y en la resiliencia de los cítricos mientras se lucha con depredadores de la bacteria"

"Hemos superado los problemas creados por la pandemia, que bloquearon la posibilidad de implantar los patrones al principio del proyecto"

- Reducción de coste por unidad o proceso (reducción de costes de producción de cítricos).

Otro objetivo importante del proyecto *Life Vida for Citrus* consiste en el desarrollo de patrones tolerantes al HLB en "condiciones europeas". Para ello se han plantado estos patrones en diversas zonas de Europa (Córcega, Andalucía, Comunidad Valenciana, Italia...) y en función de su desarrollo ya se han injertado con variedades comerciales. "La evolución y la toma de datos nos permitirá elegir, esperamos, 3 o 4 patrones que puedan dar fiabilidad y seguridad de resistencia al HLB. Hemos superado los problemas creados por la pandemia, que bloquearon la posibilidad de implantar los patrones al principio del proyecto, pero ahora ya estamos trabajando con regularidad. Es importante conocer la aptitud de algunos de ellos así

como los que no dan los resultados esperados. Esa información será relevante para tomar decisiones acertadas a la hora de establecer una plantación", subraya el project manager del proyecto.

Gracias al proyecto *Life for Citrus* también se está ensayando un sistema de control para prevenir la llegada del HLB a los cítricos ornamentales en las ciudades. De este modo, y teniendo en cuenta que los cítricos en entornos urbanos requieren idénticos cuidados que los implantados en los huertos (tales como riego, fertilización, control de plagas, podas, recogida de frutos...) pero los tiempos y procedimientos no coinciden con los del entorno agrícola, desde el Servicio de Parques y Jardines del Ayuntamiento de Sevilla se están monitorizando los 44.397 naranjos ornamentales con los que cuenta la ciudad y que se distribuyen en sus once distritos y en diferentes

zonas urbanas, como colegios, jardines o calles. Para ello, se ha formado a los técnicos municipales para localizar o controlar plagas y enfermedades, incluido por supuesto el HLB.

"A finales de 2021 se organizó por el Ayuntamiento de Sevilla un seminario internacional de mucho éxito, con ponentes de España, Portugal, Francia e Italia, en el que participaron otros ayuntamientos de diversas ciudades con destacada presencia de cítricos en su arbolado. En este seminario se presentó la estrategia de gestión y las buenas prácticas implantadas en las ciudades y se preparó la posible transferencia y replicación de información y gestión por parte del Ayuntamiento de Sevilla. Además, se presentó el lanzamiento del video HLB LIFE para cítricos en espacios verdes urbanos que incluye el correo electrónico para alertas en caso de sospecha de enfermedad/plaga. El correo electrónico es afeccionarbolado@sevilla.org –HLBSOSPECHA", comenta Benjamín Faulí.

La puesta en marcha de un kit de detección temprana del HLB por parte del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA) es otro de los objetivos importantes del proyecto. "Ya se ha testado en origen, en países con la enfermedad, in situ, para ajustar su fiabilidad. La idea era testarlo en Guadalupe con nuestros socios del Centro de Cooperación Internacional en Investigación Agrícola para el Desarrollo de Francia (Cirad), pero la situación de la pandemia en dicha isla nos lo impidió, aunque se terminó solventando el problema. Esperamos que sea una herramienta rápida y sencilla de usar por parte de los técnicos y agricultores y que contribuya a la detección rápida del HLB y a la toma de decisiones ágiles que impidan el desarrollo de la enfermedad en caso de introducción", señala Faulí.

Las trece entidades participantes en el proyecto *Life Vida for Citrus* son Asaja nacional, Asaja Málaga, la Asociación Valenciana de Agricultores (Asaja), el Ayuntamiento de Sevilla, el Instituto Canario de Investigaciones Agrarias (ICIA), también el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA), el Centro de Cooperación Internacional en Investigación Agrícola para el Desarrollo de Francia (Cirad) y el Instituto Nacional de Investigación Agronómica (INRA) del mismo país. Además, también colaboran Agrimarba SL, Universidade do Algarve y Valencianagro –Produção Frutícola Unipessoal LDA (Portugal), y la Università Degli Studi di Catania (Italia). "La presencia de organizaciones, universidades y agricultores de cuatro países europeos, aunque diversa, creemos que va a posibilitar unos resultados fiables para el conjunto de las zonas cítricas europeas y va a garantizar el éxito de nuestro trabajo", valora Faulí.

SmartCitrus™ plataforma de calidad, soluciones y servicios para la industria de los cítricos de la mano de AgroFresh

Integra soluciones, tecnologías y un servicio personalizado

AGROFRESH.

SmartCitrus™ es una plataforma de calidad dirigida a la industria de los cítricos, para mantener la frescura y reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos. La plataforma incorpora una amplia gama de soluciones postcosecha en un tratamiento integral para limones, naranjas, pomelos y mandarinas, todo ello bajo el concepto fácil de usar.

Con SmartCitrus, AgroFresh ofrece un impacto positivo en prácticamente todos los procesos que tienen lugar en las centrales hortofrutícolas, desde el momento en que los cítricos llegan a la central hasta que se expiden y envían para el disfrute del consumidor. La plataforma está impulsada por el versátil catálogo de tecnologías de postcosecha Control-Tec™ para el uso a lo largo de las líneas de confección, desverdización-conservación y almacenamiento, incluida la gestión y mejora del tratamiento y ahorro del agua.

AgroFresh tiene como objetivo que la cadena de suministro de cítricos sea más sostenible

Así mismo, SmartCitrus incluye una amplia gama de soluciones, tales como los fungicidas de amplio espectro como ActiSeal™, Scholar® y Tecto® 500 SC; la gama de desinfectantes y detergentes FreshStart™, los recubrimientos tradicionales Teycer™ Originals y los recubrimientos comestibles plant-based VitaFresh™ Botanicals.

Para facilitar la toma de decisiones, también incluye FreshCloud™, una plataforma digital integrada para hacer que los datos en tiempo real sean accesibles y procesables desde un móvil o tableta. FreshCloud permite capturar, analizar y tomar decisiones basadas en cada pieza de fruta, desde la cosecha hasta el almacenamiento, para un resultado final más sólido.

A todo ello se le suma un servicio personalizado sin precedentes, el equipo humano de AgroFresh apoya a cada cliente con un excelente servicio de asesoría y consultoría de postcosecha avanzada, así mismo se ofrece un servicio de tarificación flexible y adaptado a las necesidades de cada cliente.

Con su presencia global, AgroFresh tiene la capacidad de aprovechar esa perspectiva y conocimiento en todas las regiones, para beneficiar a las empresas de cítricos a nivel mundial, preservando la frescura y reduciendo la pérdida y el desperdicio de alimentos a lo largo de la cadena de suministro.

Al preservar la frescura de los cítricos, AgroFresh tiene como objetivo ayudar a los productores, las centrales hortofrutícolas

y la distribución a que la cadena de suministro de cítricos sea más sostenible, al ayudar a reducir la

pérdida y el desperdicio de alimentos, una misión crítica de la empresa.



AgroFresh ayuda a las empresas cítricas a nivel mundial a preservar la frescura y reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos. / AGROFRESH

intermas®
netting your future

¿SABÍAS QUE ...

nuestros embalajes monomateriales son 100% sostenibles?



Malla y banda BIO



Malla y banda PE



Fabricados con
BIOPOLÍMEROS
100% Compostables



Fabricados con
POLIETILENO
100% Reciclables

Intermas, tus soluciones de Packaging sostenibles

Más información:

 www.intermas-packaging.com

 packaging@intermasgroup.com



Recomendaciones y tratamientos postcosecha para el limón

► D.T. FOMESA FRUITECH

España es el segundo productor mundial de limón y el líder en exportaciones del fruto en fresco, las cuales han crecido en facturación alrededor del 50% los últimos 15 años debido al aumento del consumo, sobre todo de los mercados europeos. Estos destinos tienen unos elevados requerimientos en cuanto a calidad y seguridad alimentaria y el cumplimiento de estos exigentes estándares de calidad es la principal causa del éxito comercial del limón español.

Fomesa Fruitech lleva más de 60 años colaborando y aportando soluciones postcosecha al sector exportador del limón. Trabajamos cerca de nuestros clientes, dándoles de forma ágil el mejor servicio técnico y asesorándolos para que el limón llegue con la máxima calidad a los consumidores, ayudando con ello a combatir el desperdicio alimentario.

La actual ha sido una campaña extraordinariamente difícil para todos y, quedando aún mucha fruta en el árbol por recolectar, se empieza ya a entrever la llegada de limón de importación a los mercados europeos. En este contexto tan exigente y competitivo, hay que atender más si cabe cada etapa del proceso, desde la recolección hasta el consumo, y es aquí donde nuestras soluciones y servicios aportan ese valor añadido que garantiza la máxima calidad final del producto en destino, cumpliendo por supuesto todos los requisitos legislativos y las normas europeas de seguridad alimentaria.

Los tratamientos postcosecha tienen como objetivo lograr un buen control del podrido, mantener la calidad y la apariencia externa del limón, reducir al máximo las pérdidas de peso y evitar la aparición de manchas derivadas del envejecimiento de la fruta.

■ CONDICIONES DE RECOLECCIÓN Y DE RECEPCIÓN EN EL ALMACÉN

Humedad: Los cítricos deben recolectarse con un nivel de humedad adecuado. No conviene recolectar inmediatamente después de lluvias para evitar el riesgo de padecer elevadas mermas por podredumbres y/o manchado.

Recolección cuidadosa: Resulta imprescindible el alicatado de la fruta, evitando golpearla. A la llegada de la fruta al almacén no hay que dejarla en el punto de descarga al sol ni expuesta a corrientes de aire, para evitar la deshidratación de la piel. Se ha de tratar de forma urgente en drencher o en línea para luego transferir lo antes posible a condiciones de desverdización o frigoconservación.

■ SELECCIÓN Y LAVADO DE LA FRUTA

La selección debe ser muy cuidadosa. Solo se debe destinar a la exportación fruta de calidad. Del mismo modo, un correcto lavado resulta indispensable para eliminar la suciedad del campo, reducir la concentración de pesticidas y eliminar los restos de

fruta podrida que están adheridos a la piel de los frutos y que, además de ensuciar la línea, nos impiden tratar y encerar la fruta correctamente. Para ello disponemos de una gama de detergentes concentrados biodegradables para el limón: Fruitcleaner-Plus, Green-cleaner (con certificación como insumo para agricultura ecológica), Fruitcleaner-K (específico para la eliminación de neogrija), Fruitcleaner-FP (con conservante alimentario añadido) o Foamer (con ortofenilfenol).

■ TRATAMIENTO FUNGICIDA PARA UNA ÓPTIMA PROTECCIÓN DE LA FRUTA

Obviamente es de la mayor importancia la elección de una buena estrategia de tratamientos en el almacén. La elección de las materias activas a emplear es un punto crítico fundamental, así como los puntos de aplicación (drencher, línea y cámara). Los mecanismos de acción de los fungicidas postcosecha son diversos y hay que tener en cuenta comparativamente su efectividad en limón, con una enfermedad en concreto, en cuanto a su capacidad curativa, preventiva, sobre la esporulación y de inhibición sobre infecciones latentes (para patógenos quiescentes). Nuestra gama Fruitgard engloba todos los fungicidas necesarios para el control postcosecha de los principales patógenos que afectan al limón, en los que destacamos:

— Fruitgard-IS-7,5: fungicida a base de imazalil, de gran eficacia contra infecciones producidas por *Penicillium sp.*, *Diplodia sp.*, *Phomopsis sp.*, entre otros

— Penbotec 400 SC: fungicida a base de pirimetanil, que es una excelente herramienta para evitar la proliferación de cepas de *Penicillium sp.* resistentes a otras materias activas.

— Philabuster 400 SC: formulado que combina imazalil + pirimetanil.

— Fruitgard-80-AI: formulado para el control del aguado (*Phytophthora citrophthora*).

— Ortodex: formulado de ortofenilfenol para aplicación en combinación con la cera.

— Fruitfog-I: tratamiento fumígeno a base de imazalil para tratar fruta contenida en cámara frigorífica.

Estos formulados se pueden emplear solos o en combinación con los productos de la gama Green-Line (Residuo cero), con la que logramos reducir los residuos fitosanitarios sin mermas en la protección global de la fruta confeccionada. Consultar con el Dpto. Técnico de Fomesa los tratamientos idóneos para cada momento de campaña.

■ TRATAMIENTOS PARA LA PROTECCIÓN DE LA PIEL Y LA REDUCCIÓN DE LOS DAÑOS POR FRÍO

El limón es, probablemente, el cítrico más susceptible al frío, ya que temperaturas por debajo de los 12°C pueden producir un manchado sobre la superficie de los frutos el cual se conoce generalmente como daños por frío. Aunque estos daños se pueden



El Optical Control es un sistema de dosificación de fungicidas. / FOMESA FRUITECH

Fomesa Fruitech lleva más de 60 años colaborando y aportando soluciones postcosecha al sector exportador del limón, ofreciendo el mejor servicio técnico y asesoramiento para que el limón llegue con la máxima calidad a los consumidores

En un contexto tan exigente y competitivo, hay que atender más si cabe cada etapa del proceso, desde la recolección hasta el consumo, y es aquí donde nuestras soluciones y servicios aportan ese valor añadido que garantiza la máxima calidad final del producto

Los tratamientos postcosecha tienen como objetivo lograr un buen control del podrido, mantener la calidad y la apariencia externa del limón, reducir al máximo las pérdidas de peso y evitar la aparición de manchas derivadas del envejecimiento de la fruta

producir en campo, también, durante su vida postcosecha se podrían originar —y/o agravar— con un mal manejo del frío en la cámara de conservación y/o el transporte.

Igualmente, en todos los finales de campaña de Fino nos encontramos con frutos con un elevado grado de madurez, lo que hace que esté más susceptible a todo tipo de manchado por senescencia u otras causas. Si a esto le sumamos condiciones climatológicas en las que hay cambios bruscos de temperatura, fuertes y cálidos vientos y

consecuentemente bajas humedades relativas, todo ello provoca mayores deshidrataciones y desequilibrios hídricos en el limón, aumentando aún más si cabe la susceptibilidad de los frutos al manchado.

Los tratamientos postcosecha pueden ayudar a mitigar y reducir los daños ocasionados por senescencia y bajas temperaturas: el uso de recubrimientos especialmente indicados y de fitorreguladores autorizados para su uso en postcosecha tienen un efecto contrastado en la atenuación de los daños por frío.

Fomesa Fruitech dispone de una completa gama de recubrimientos para el limón, donde queremos destacar:

— Greengard-LC: formulado de aplicación acuosa, en drencher o línea, que proporciona consistencia, control de las pérdidas de peso y protección de la piel del limón

— Greenseal-VG: recubrimiento de origen 100% vegetal, indicado para uso vegano

— Waterwax-Ultramar, especialmente diseñado para la fruta que se va a enviar en contenedor a destinos lejanos. En estas circunstancias, además de un brillo superior y una muy buena conservación del peso de la fruta, para evitar deshidrataciones y pérdida de valor comercial, se necesita una protección especial frente a los daños por frío

— Greenseal Lemon Spray: recubrimiento comestible de aplicación spray sobre fruta encajada para confecciones Premium.

Igualmente, Fomesa Fruitech cuenta con el fitorregulador TOPPER (Triclopir) que, además de mantener los cálices firmes y unidos al fruto, evitando mermas comerciales por podredumbres causadas por heridas o microheridas en la zona peduncular; nos ayuda a mantener una mayor frescura y a reducir el manchado general del limón por senescencia, dotando de un mejor aspecto general de la piel al fruto durante su vida postcosecha.

■ EQUIPOS

Sin duda, un elemento clave en el éxito de nuestras soluciones son los equipos y sistemas de aplicación, dosificación y control. Destacamos entre ellos:

— FruitControl Bricam: sistema que permite registrar y cuantificar todos los parámetros que intervienen durante el proceso de desverdización, controlándolos desde cualquier dispositivo y/o localización, quedando los datos almacenados y registrados, para poder gestionarlos de una forma adecuada, dinámica y sencilla.

— Variline Optical Control: sistema de gestión y control de la dosificación de fungicidas en línea y recubrimientos mediante visión artificial

— Varidip: Dosificador automático de fitosanitarios para drencher y balsa de tratamiento, de fácil manejo, que mantiene constante la concentración de productos, optimizando el uso sostenible de fungicidas y disminuyendo los vertidos.

— Dataline: Conectividad 4.0 de la central hortofrutícola. El software que permite la gestión integral de todos los elementos de aplicación y control: desde las cámaras de conservación/desverdización hasta la dosificación de los productos en los diferentes equipos

— Sistema Despray: Desinfección zonal del almacén.

Desde Fomesa Fruitech, estamos a su disposición para cualquier consulta relacionada con adoptar la mejor estrategia postcosecha para el limón.

Turquía, Sudáfrica y Argentina desplazan al limón español

Los tres países prevén aumentar sus exportaciones a los mercados europeos en detrimento de la producción española

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

El sector español del limón destaca por sus producciones de calidad, sus cultivos sostenibles, su casi inexistente huella de carbono y su gran potencial exportador. Pero a igual que ocurre con otros cítricos, las masivas importaciones de terceros países, en asimetría de condiciones, merman tanto la capacidad productiva como comercial del sector nacional. La actual campaña de limón en España ha sido extremadamente difícil para todos y, aún quedando mucha fruta en el árbol por recolectar, ya empiezan a llegar los limones importados de los orígenes competidores, que amenazan la hegemonía y el liderazgo del limón español.

■ TURQUÍA

Las importaciones procedentes de Turquía son las que más preocupan al sector. Por un lado, es el país que copa la mayor parte de las alertas europeas en sus importaciones de frutas y hortalizas por contener restos de plaguicidas prohibidos, donde los cítricos tienen un lugar especial, pues hasta el pasado febrero representaron el 40% del total de las interceptaciones.

Por otro lado, Turquía lidera el suministro de limón extracomunitario de la UE, con un volumen de 81.667 toneladas entre septiembre y febrero pasados, de las que 27.486 toneladas han sido en los dos primeros meses de este ejercicio. Además, se espera que la producción de limones en este país aumente un 27% hasta alcanzar 1,4 millones de toneladas esta campaña, con unas previsiones de exportación superiores a las 700.000 toneladas, un 25% más que el ejercicio anterior.

■ SUDÁFRICA

Con el inicio de la temporada de exportación de cítricos de Sudáfrica de 2022 a finales de mayo, varias regiones productoras del país sudafricano han proporcionado sus volúmenes de exportación previstos para esta campaña. "Las estimaciones revelan que la industria experimentará un crecimiento constante en la mayoría de las variedades de cítricos, con un aumento estimado del 4% en las exportaciones en estas categorías", afirman desde la Asociación de Productores de Cítricos de Sudáfrica.

Las estimaciones iniciales del limón sitúan la cosecha de exportación en 32,3 millones de cajas, un aumento de 1,3 millones de cajas respecto a 2021. "Los árboles jóvenes que comienzan a dar frutos en algunas regiones, incluidas Western Cape y Senwes en Limpopo, contribuirán a este crecimiento" explican desde la CGA. Además, la cosecha de limón sudafricana este año es muy buena, pues los frutos tienen buen calibre, repartido entre tamaños máximos de 88 a 113 y 138, y un alto contenido en zumo.

■ ARGENTINA

Los limones argentinos ya han partido rumbo a los mercados internacionales. Las primeras cifras de exportación muestran

que hay certificada un 29% menos de fruta que en 2021 por las mismas fechas. Aunque se ha producido un aumento del 88% en los envíos a Europa, Paula Rovella, de la Asociación Citrícola del Noroeste Argentino, ha aclarado que este atípico au-

mento se debe a que el mercado de Europa estuvo cerrado hasta el 1 de mayo. Sin embargo, el sector del limón confía en que "la citricultura del hemisferio sur va a poder responder a todos los requerimientos de los mercados del hemisferio norte".



Las importaciones de limón extracomunitario siguen una tendencia al alza. / VF

LA VIDA ES
MEJOR CON FRUTA



Ruchey
www.ruchey.es

OPINIÓN

Retos y desafíos para el limón español en tiempos difíciles



Por FRANCISCO SEVA (*)



José Enrique Sanz. / P. SEVA

El sector del limón se enfrenta, sin lugar a dudas, a tiempos difíciles, marcados por una inflación muy fuerte que se vive en todo el mundo, con motivo de la invasión de Rusia a Ucrania, así como marcado por una subida desproporcionada de los inputs tanto en campo como el almacén, lo que sin duda está haciendo más difícil obtener un óptimo nivel de rentabilidad. Sin embargo, hay que reconocer la gran capacidad de nuestros productores y operadores comerciales, que están trabajando contra viento y marea, por continuar abanderando la calidad y seguridad alimentaria, y seguir con la internacionalización de los limones españoles en todo el mundo.

Es evidente, que el limón español cuenta con grandes fortalezas como que tiene una gran calidad, reconocida sin duda por los compradores internacionales, así como unos sólidos canales de distribución, sin embargo está necesidad de una potente imagen de marca y también de una diferenciación, dos aspectos muy importantes, en los tiempos que vivimos para poder hacer frente a la dura competencia desleal de terceros países. Pero, además, los limones españoles se enfrentan a un mercado cada vez más competitivo, y a corto plazo, tendrán que seguir apostando por nuevos mercados de exportación.

Dentro del mismo contexto, el limón origen España va a seguir, sin duda alguna, apostando por



Se avecinan tiempos difíciles por lo que el sector debe de estar cohesionado. / ARCHIVO

Nuestros productores y operadores comerciales están trabajando contra viento y marea por continuar abanderando la calidad y seguridad alimentaria, y seguir con la internacionalización de los limones españoles en todo el mundo

desarrollar nuevos mercados, ya que todo el mundo es plenamente consciente de que el mercado europeo está enormemente saturado de producciones de todo el mundo, por lo que los "actores" del sector tendrán que mirar a nuevos mercados como es el caso de Estados Unidos, Canadá y los Emiratos Árabes.

Es evidente, que otro gran desafío al que se enfrenta el mundo del limón es apostar mu-

cho más por la producción ecológica, con el fin de que en un futuro pueda haber una mayor producción nacional de limones ecológicos. Es obvio, que también está creciendo con mayor fuerza la producción de limones con residuo cero.

Otro importante reto para el sector del limón, será trabajar intensamente en una gestión eficaz de la agrupación de la oferta en origen, pero también

será muy importante gestionar la oferta comercializadora para generar más valor añadido a los productores.

Será muy difícil, en mi modesta opinión, reducir los costes productivos pero sí será de máxima prioridad seguir trabajando capítulos imprescindibles para poder competir con las producciones foráneas de países extracomunitarios, como la calidad, innovación, seguridad alimentaria, tecnificación, modernización de estructuras productivas, digitalización y la incorporación de nuevas tecnologías al sector de los cítricos, y por ende, del limón.

Aviso a Navegantes: Se avecinan tiempos complicados, en los que el sector del limón tendrá que tener mucha innovación y estar más cohesionado que nunca, puesto que en los tiempos actuales, no tiene cabida ningún tipo de individualismo, pues ya se sabe que la unión hace la fuerza. Pero, también será necesario continuar con la promoción, el marketing, la comunicación, tres herramientas que son fundamentales, para un éxito completo en un sector tan importante para la economía agroalimentario española. No se debe perder más el tiempo, hay que dar un giro de ciento ochenta grados y que el sector del limón de España sea un verdadero referente a nivel mundial.

(*) Periodista
Agroalimentario
Internacional

IGP "Cítricos Valencianos" augura un aumento de la demanda de limón alicantino en Europa

► FRANCISCO SEVA. (*)

La provincia de Alicante es una de áreas productivas más importantes para el cultivo del limón de la geografía española, donde se produce unos limones que gozan de reconocimiento internacional, por su gran calidad y seguridad alimentaria.

Según explica José Enrique Sanz, Director Gerente de IGP "Cítricos Valencianos", "el limón es un cultivo muy importante para nosotros, pues somos conscientes de su gran calidad y de su prestigio internacional, por lo que cada vez tiene más importancia en nuestro sello de calidad".

Además, el responsable gerencial de "Cítricos Valencianos" también ha subrayado especialmente que "en los tiempos que vivimos, es necesario llegar al mercado con una altísima calidad como la que puede ofrecer el limón de la provincia de Alicante, y que además, cuenta con el buen hacer de los productores y empresarios alicantinos, que están comprometidos en proporcionar a sus clientes un producto que cumpla los requisitos más exigentes en calidad y en garantía de origen".

"La certificación bajo una figura de calidad europea ayudará a nuestro limón a diferenciarse frente a los países terceros"

Dentro del mismo contexto, José Enrique Sanz señala que "tenemos mucha esperanza en que el limón alicantino certificado con el sello IGP vaya a seguir creciendo en los próximos años en los lineales europeos junto a las naranjas y mandarinas de la Comunidad Valenciana. A pesar de los altibajos comerciales, la demanda de este producto sigue siendo importante en los mercados de la UE, y la certificación bajo una figura de calidad europea ayudará a nuestro limón a diferenciarse frente al producto de países terceros".

(*) Periodista
Agroalimentario
Internacional

Tenemos las cartas que necesitas para ganar la partida

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

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

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

¿Hablamos?

www.visionagro.info - marketing@gregal.info

963 052 308

Maf Roda, líder en el sector del limón

Con más de 80 líneas de calibrado de limones vendidas este año, Maf Roda Agrobotic se sitúa de nuevo como referente del mercado de maquinaria postcosecha para limón

► MAF RODA. REDACCIÓN.

El Grupo Maf Roda, fabricante de maquinaria para el procesado de frutas y hortalizas y para la automatización de centrales hortofrutícolas, se sitúa como líder indiscutible en el sector del limón. En esta última campaña ha vendido más de 80 líneas entre instalaciones para limón convencional y limón Bio. Estos resultados solo contemplan la venta de calibradores de la filial española, por lo que, si a esto le añadimos las ventas de calibradores del grupo al completo, de maquinaria auxiliar y sistemas de automatización de instalaciones las cifras son aún más impresionantes.

Solo en España se han vendido más de 35 líneas este año. Entre las compañías de limón que

confían en esta multinacional y en su tecnología se encuentran reconocidas referencias internacionales que destacan por la calidad de la fruta que comercializan y por cumplir con los requisitos de sus clientes. Para mantener una calidad homogénea a lo largo del tiempo, las centrales de limón se apoyan en el calibrador Pomone IV combinado con la tecnología patentada de Maf Roda Globalscan 7 con UV. Este sistema de análisis de calidad con cámaras multispectrales basado en inteligencia artificial es la clave para un resultado preciso y fiable de la calidad del limón que llega al mercado.

Con estos buenos resultados, Maf Roda demuestra que sus soluciones para limón que combi-

nan Pomone IV con Globalscan 7 con UV son una apuesta segura que generan la confianza que los gerentes de centrales hortofrutícolas necesitan para poder ofrecer un producto homogéneo y cumplir con los requisitos exigidos del mercado.

Además de lo que se considera el corazón de las centrales hortofrutícolas, Maf Roda destaca por ofrecer una solución completa a medida de sus clientes. Desarrollan instalaciones completas que cubren todo el proceso desde que el limón entra en la central hasta que sale empaquetado y listo para su envío.

Entre las soluciones más demandadas en estos últimos años se encuentran los robots de encajado capaces de realizar una confección en cartón que

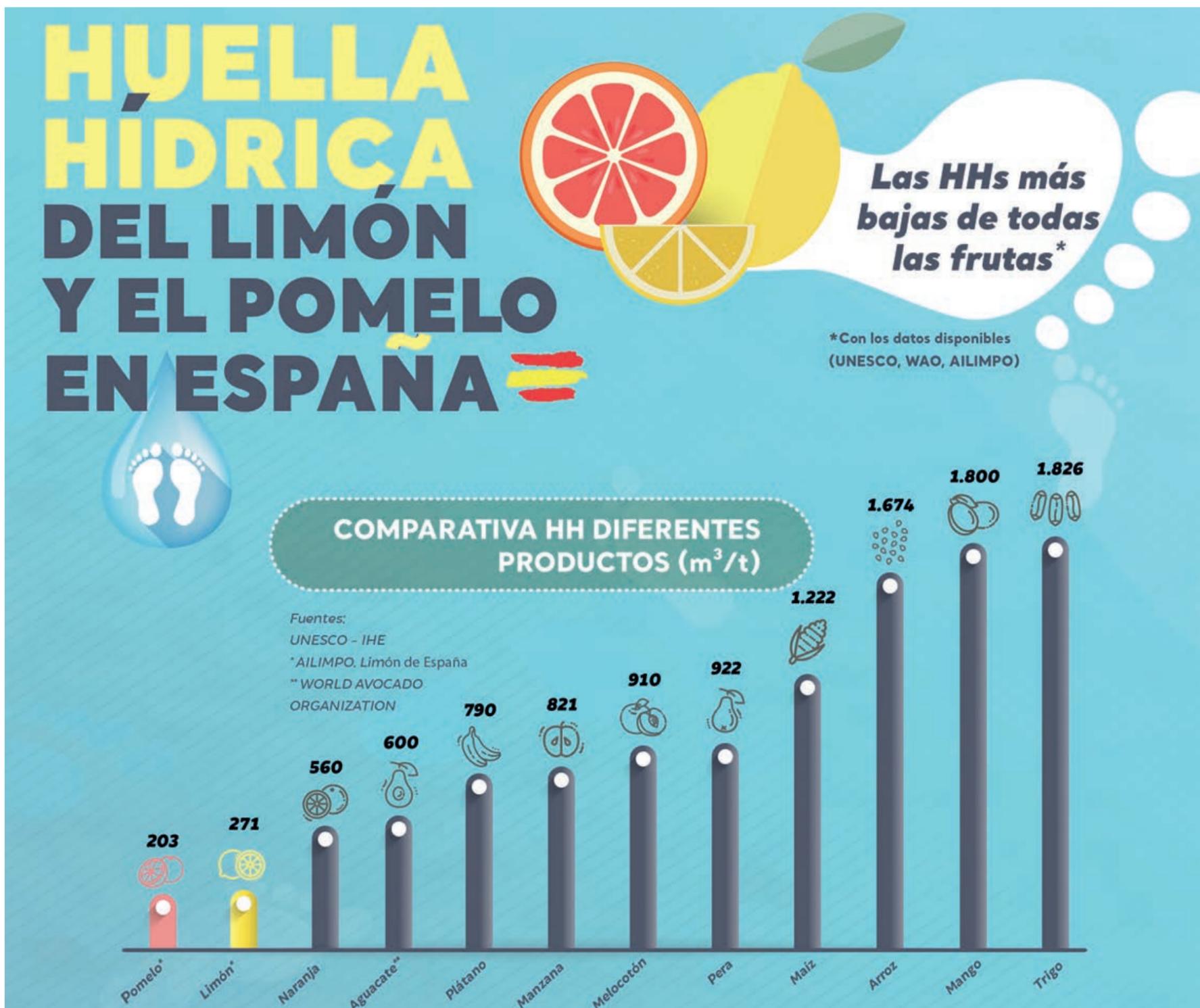


Solo en España se han vendido más de 35 líneas este año. / MAF RODA

cumpla con la nueva normativa europea de eliminación de plástico que entra en vigor el próximo año. La combinación de los distintos sistemas de confección Maf Roda, como Speedpacker, MGT o robots de encajado entre otros, ofrecen una gran versatilidad en la gestión de pedidos. Esta flexibilidad es clave para que las centrales de procesado

de limón se puedan adaptar rápidamente a los requisitos solicitados por sus clientes.

Para Maf Roda ofrecer un proyecto personalizado y a medida de las necesidades de sus clientes con una tecnología fiable es la clave para que la industria postcosecha de limón haya depositado su confianza en la multinacional.



www.ailimpo.com
www.thelemonage.eu

El consumo de limón se estabiliza y vuelve a los niveles de la prepandemia

El consumo per cápita en España se sitúa en 2,29 kg. Una cifra muy por encima de la media conjunta en la UE, donde se ingieren 1,96 kg por persona

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Pese a que se cultiva en Asia desde hace más de 2.500 años, el limón es un alimento muy arraigado a la dieta mediterránea, donde lleva más de diez siglos integrado. Por ello, España es uno de los países que más limón consumen en todo el mundo, alcanzando las 105.000 toneladas durante 2021, según los datos ofrecidos por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en el Panel de Consumo Alimentario en los Hogares. El dato se asemeja a la cantidad ingerida en 2019 y es un 15% inferior frente a 2020, cuando la demanda aumentó por la pandemia.

Aquellos domicilios en los que el responsable de compra supera los 65 años fueron los mayores consumidores en España de este cítrico, con 42.800 toneladas adquiridas a lo largo de 2021. Les siguieron los del rango

de edad que va desde los 50 a 64 años, con otras 33.000 toneladas. Mientras, en el lado opuesto, se encontraron los hogares en los que el encargado de ir al supermercado no llega a 35 años, con tan solo 6.000 toneladas.

Y eso que el limón proporciona a estos últimos consumidores un amplio abanico de propiedades y beneficios nutricionales, al tratarse de un alimento natural, sin grasas y perfecto para profesar un estilo de vida saludable. Igualmente, también es una fuente importante de vitamina C, nutriente que contribuye a la formación normal de colágeno, la regeneración de la forma reducida de la vitamina E, disminuye la fatiga y optimiza la absorción del hierro; atributos apreciados por los profesionales de la salud y el deporte.

ESPAÑA, LÍDER EN CONSUMO
Aunque los datos de ingesta en-



Natural, sin grasas y fuente importante de vitamina C, el limón cuenta con multitud de beneficios y propiedades nutricionales. /VF

Tras el pico experimentado en 2020 debido a la alta demanda impulsada por la COVID-19, el consumo de limón en los hogares se estabiliza en torno a las 105.000 toneladas

tre los consumidores de menos de 35 años todavía son mejorables, se puede afirmar que España es un país donde se ha consolidado el consumo de limón en el hogar. De hecho, según el Ministerio de Agricultura, en estos espacios se consumió una

media de 2,29 kilos de limón por persona en 2021, cifra muy por encima del conjunto de la Unión Europea (UE-27), que de acuerdo con Eurostat se sitúa en unos 1,96 kilos per cápita al año.

“Desde 2015 el consumo tanto internacional como europeo ha crecido a doble dígito. Sin embargo, en 2020 la demanda se disparó aún más ante la recomendación de tomar la vitamina C para reforzar el sistema inmunitario frente a la COVID-19”, manifiesta José Antonio García, director de la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (Ailimpo), al tiempo que recomienda optar por el limón comunitario producido en España.

“Tiene mayor sabor y firmeza, y se comercializa bajo las máximas garantías”, subraya al respecto.

Estas y otras características del limón de origen europeo son difundidas por Ailimpo en la campaña de información Welcome to the Lemon Age, que cuenta con el respaldo de la Unión Europea, con la finalidad de fomentar su consumo entre las nuevas generaciones de consumidores de Alemania, Francia y España; y que se valoran y aprecian más propiedades diferenciadoras como, por ejemplo, su calidad, frescura, sostenibilidad, trazabilidad y seguridad alimentaria si se compara frente a un limón extracomunitario.

CORNALINA®

Acetamiprid 20% SP

TU SOLUCIÓN CONTRA PULGONES Y OTRAS PLAGAS EN CÍTRICOS



Triple modo de acción:

-  **Sistémico**
-  **Translaminar**
-  **Por contacto e ingestión**



Nº registro: ES-00657

www.proplanppc.es

Síguenos en:   

Los medios de protección vegetal deben utilizarse cumpliendo las normas de seguridad. Antes de usar los productos, leer las informaciones recogidas en la etiqueta e informaciones relativas al producto. Conoce los riesgos y aplica los medios de seguridad indicados en la etiqueta.

DECCO.COM

Información profesional

Decco con el sector del limón

El limón es un cultivo importante a nivel estatal y especialmente relevante para la Región de Murcia, pues es uno de sus motores exportadores y de generación de empleo. La profesionalidad y la especialización en este cultivo ha permitido a la industria ser un referente mundial, un limón español es sinónimo de calidad organoléptica y de seguridad alimentaria.

En Decco Ibérica nuestro objetivo es colaborar con la industria para solventar los desafíos que tiene y así ayudarles a cumplir con los requisitos y exigencias de la industria.

Nuestra compañera Rocío Sánchez, técnica de la zona de Murcia, resume los desafíos así: “Tenemos dos claras campañas, coincidiendo con las dos variedades mayoritarias, cada una de ellas tiene sus particularidades, pero ambas necesitan cuidados especiales para alargar la campaña y conseguir precios atractivos”.

“Para tener una campaña exitosa de limón Fino tenemos que extremar el cuidado en el campo, si no las malas prácticas se verán luego en el almacén. Este limón es difícil de engañar. A partir de enero y hasta mediados de marzo es típico ver defectos en la piel que coinciden con la zona que ha sido expuesta al sol, defectos visuales que solo se ven claramente una vez cosechados, unos 7-10 días después. El precio al que llegan estos limones es menor, pues ese defecto visual se torna en una mancha más acentuada cuya piel está más débil y



Ilustración 1 Limón cv Fino, Testigo vs Naturcover +. -29% menos manchas que el control.

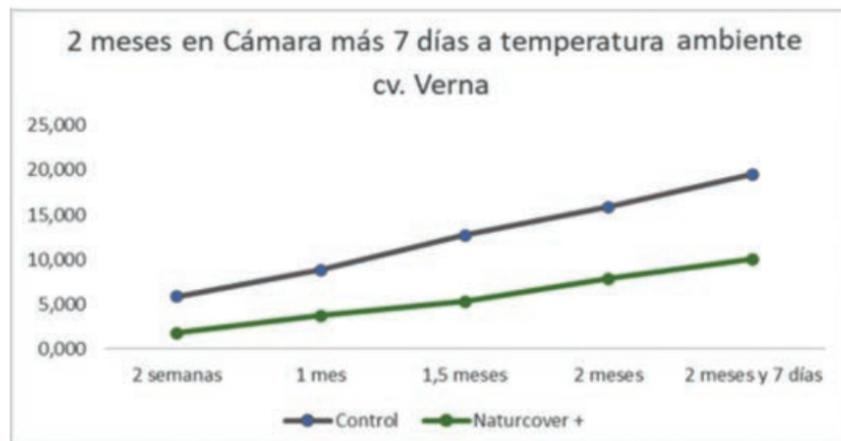


Ilustración 2 Conservación de limón Verna 2 meses en cámara y 7 días a temperatura ambiente.

es más fácil que luego se pudra por ahí”, comenta Rocío Sánchez.

En cambio, el limón Verna es una variedad más robusta, que presenta menos problemas de manejo postcosecha, pues su piel es más gruesa. El limón Verna coincide temporalmente con las producciones del hemisferio sur, sobre todo con la de Argentina. “La dificultad del manejo de este limón es su tendencia a sacar el color amarillo canario de manera más precoz que el Fino, depreciando su valor comercial pues el consumidor cree que está más maduro y cercano a la senescencia. Adicionalmente, con los Verna hay que lidiar con los Rodrejos que tienen un comportamiento postcosecha que difiere de los limones de la primera floración claramente”, comenta Rocío.

Para hacer frente a estos desafíos en la comercialización del limón y así aportar valor a un cultivo y un mercado tan competido y competitivo Decco Ibérica ha desarrollado el recubrimiento comestible Naturcover +. Se trata de un formulado exclusivo de origen vegetal para conservar la calidad de los limones. “En un mercado con tanta competencia, los detalles marcan la diferencia, por ello alargar la frescura de los limones en el punto álgido de su calidad se nota”, afirma nuestra compañera Rocío Sánchez.

El uso del formulado Naturcover + no se ve, pero se nota su uso. La vida útil del limón se ve favorecida y su piel luce más fresca durante más tiempo.

Información elaborada por

DECCO
Naturally Postharvest

MAF RODA
AGROBOTIC

Maximiza la eficiencia de tu almacén
con nuestra solución llave en mano

Automatización | Tratamiento | Clasificación | Calibrado | Packing



G7 con VIOTEC,
Tecnología patentada MAF RODA

www.maf-roda.com

EL LIMÓN PREMIUM SE MERECE NATURCOVER+

No se ve, pero se nota

+12

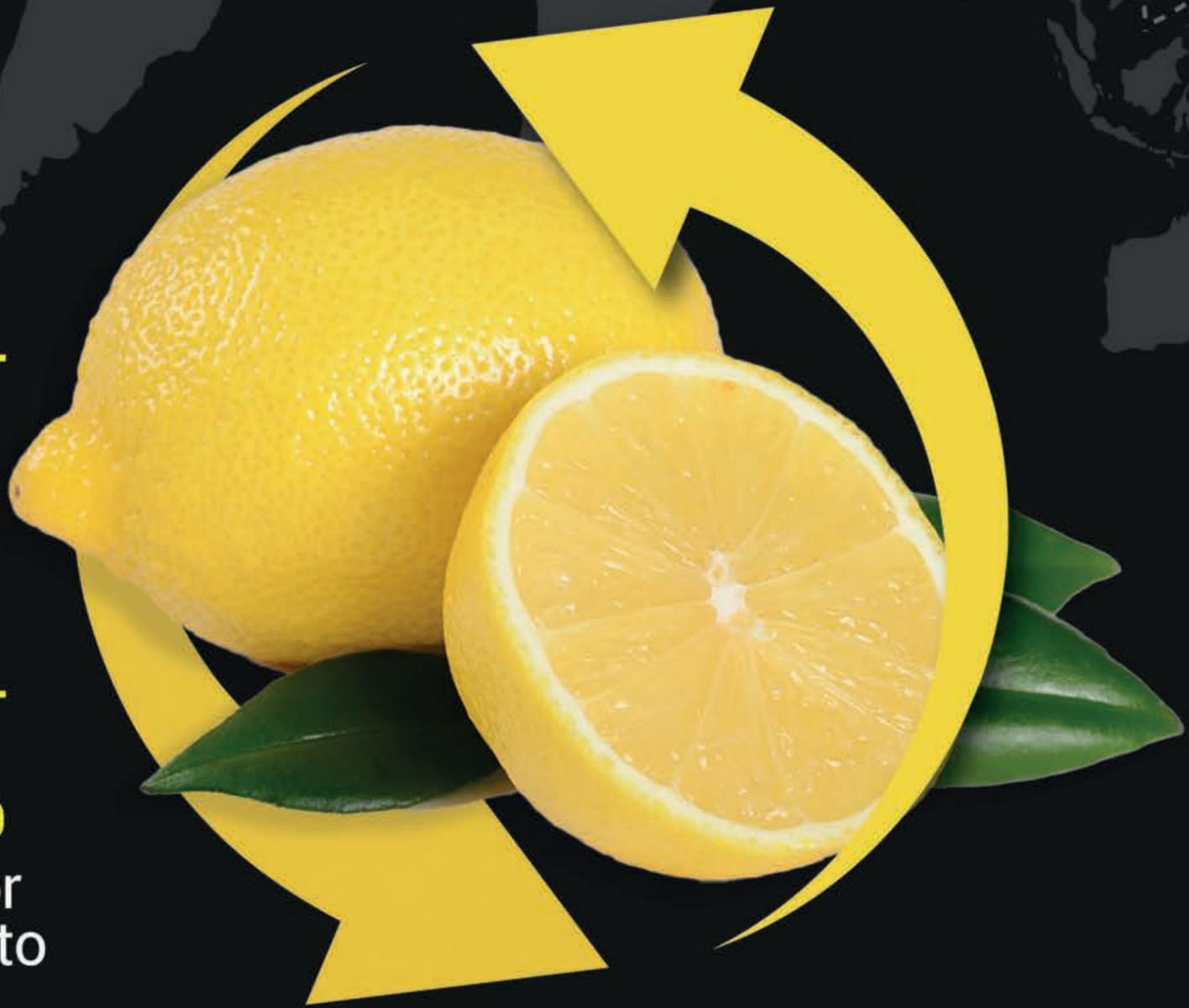
días verde
por más
tiempo

x2

vida
útil

-29%

manchas por
envejecimiento



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

