

valencia fruits

19 de julio de 2022 • Número 2.991 • Año LX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La campaña almeriense ha registrado mejores precios que el año pasado pero el fuerte incremento de costes ha decantado el resultado del ejercicio. / O. ORZANCO

El aumento de costes empaña los resultados de las campañas

Los balances finales se ven lastrados por la importante subida de los gastos

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

A medida que van concluyendo las diferentes campañas hortofrutícolas españolas queda claro que el elevado incremento de los costes es uno de los factores que más está condicionado los resultados finales obtenidos en el desarrollo del ejercicio. Productos como la fresa o los cultivos hortícolas protegidos andaluces han concluido la temporada con precios de venta, en general, superiores a los obtenidos en la temporada pasada. Una buena noticia que, sin embargo, queda empañada por el fuerte aumento de los gastos, que en muchos casos incluso sobrepasan el beneficio obtenido, poniendo en peligro la rentabilidad de las explotaciones agrarias.

El sector fresero de Huelva dio por concluida en junio una campaña "difícil, dura y heterogénea", con dificultades constantes y en la que se ha producido una mejora del precio medio de venta que "se ha llevado el aumento del coste de los insumos", señalaba el presidente de Freshuelva, Alberto Garrocho.

La meteorología no ayudó excesivamente en una temporada fresera que contó con muchos

factores en contra como la huelga de transportes, la falta de mano de obra y la subida de los costes de producción. Sobre este último aspecto, Alberto Garrocho señalaba que "somos un sector que, hoy por hoy, no recibe ayuda directa y estamos soportando el encarecimiento de todos los insumos. Esta campaña los costes se han disparado y, si bien hemos tenido una pequeña mejora en el precio medio, el aumento de costes se ha comido esa mejora y algo más".

Para hacer frente a ese encarecimiento, los agricultores están trabajando en la mejora de la eficiencia energética y del riego, ahorrando todo lo que se pueda.

Algo parecido ha ocurrido en la campaña andaluza de productos hortícolas protegidos. Una temporada que, en general, ha registrado precios medios superiores a los obtenidos durante el ejercicio precedente y un volumen comercializado inferior.

Para Asaja-Almería la atípica temporada 2021/22 deja un sabor agrídulce, ya que atendiendo exclusivamente a los precios inusuales que se han constatado en las pizarras, "los agricultores podrían haber estado ante una

temporada con importante rentabilidad. En cambio, el aumento desorbitado de los costes de producción ha empañado una buena campaña".

El año hortícola almeriense se ha cerrado con una reducción del 20% en el volumen total de producción, con un detrimento marcado por diferentes factores externos que han afectado a la rentabilidad de los cultivos. Las inclemencias meteorológicas, concretamente la falta de agua en los meses de otoño e invierno, las heladas y la calima, seguida de las altas temperaturas alcanzadas, han incidido de forma crucial en los resultados obtenidos. Asimismo, la incidencia de afecciones fitopatológicas han mermado la producción media de todos los productos con respecto a la temporada pasada.

Y a todos estos factores se ha unido un aumento de los precios de los insumos que no cesa, motivado en parte por las consecuencias del conflicto bélico en Ucrania y la preocupante inflación.

"De esta forma, —señalan desde Asaja-Almería— los costes han sido el factor determinante del resultado de la campaña. Los gastos

corrientes han aumentado en una sola temporada un 30,8%, lo que en términos monetarios supone un incremento del gasto de 16.516 euros por hectárea de media. Si a los gastos corrientes le añadimos el incremento de los gastos de amortización de las explotaciones que asciende a 6.602 euros, un 49,5%, podemos concluir con un incremento total de los gastos anuales de 23.179 euros, un 34,5% más que el ejercicio pasado. Los fertilizantes, la energía, el plástico y el precio de los materiales de los invernaderos se sitúan como los costes más significativos en este periodo".

En definitiva, el desmesurado aumento de los costes de producción, derivado de situaciones externas a la propia agricultura, han supuesto que esta campaña se califique en Almería como atípica e inestable. "Por ello, son muchas las explotaciones que certifican un balance negativo en cuanto a rentabilidad se refiere y ahora tendrán que endeudarse para comenzar la próxima", concluyen desde la organización agraria almeriense.

Más información en página 3



Esta semana

- 3 Balance agrídulce para la temporada hortícola de la provincia de Almería
- 4 Los primeros precios de la próxima campaña citrícola son un 30% inferiores a los costes



- 5 La Conselleria de Agricultura impulsa el primer certamen de producción ecológica en Feria Valencia

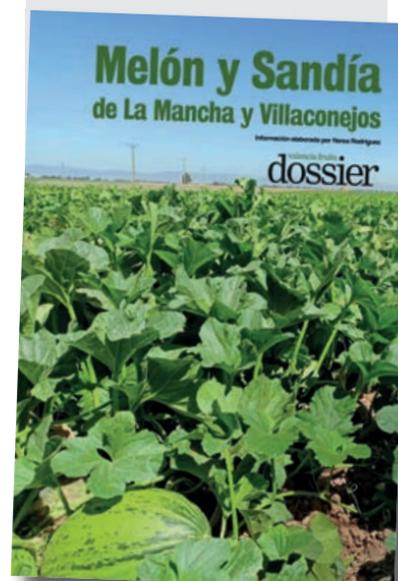
- 6 "Frente a la 'pinyolà' del CGC, soluciones de futuro". Artículo de opinión de Cristóbal Aguado y Carles Peris

- 7 El IRTA identifica tres genes implicados en la maduración del melón

- 8 El CITA completa el estudio sobre legumbres y hortalizas tradicionales de la provincia de Teruel

- 9 Agricultura destina 5 millones a compensar las pérdidas por cotonet en cítricos y kaki

- 10 El cultivo de mango sigue en auge y no ha dejado de crecer durante los últimos 20 años



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	7
Agrocotizaciones:	11
Noticias de empresas:	15

valencia
fruits

Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

RAFAEL CABO CORTELL

ALEGRES DELICADES, S.L.

■ preimpresion@valenciafruits.com

Administración y Suscripciones

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ suscripciones@valenciafruits.com

Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

Valencia Fruits no se hace responsable de las opiniones emitidas por sus colaboradores.



SUCRO

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: IMPRICA V

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

Empresa Asociada:

Tribuna Abierta

Llamamiento a la paz y la solidaridad

Por GONZALO GAYO

Nadie va a ganar esta guerra y todos están condenados a sufrir las consecuencias de tanta prepotencia y sinrazón, incluso perdiendo la vida a miles de kilómetros del campo de batalla como ocurre hoy en África. El llamamiento urgente de las organizaciones humanitarias ante la hambruna y sequía que sufre el continente africano eleva a 49 millones las almas en el corredor de la muerte. Solo en el cuerno de África se estima que 23 millones de personas sufren hoy hambruna extrema en medio de la sequía más larga en 40 años y recortes en la ayuda humanitaria por la escasez de alimentos que provoca la guerra de Ucrania. En Somalia, organizaciones como Unicef cifran en 350.000 los niños y niñas que pueden morir este verano por los egoísmos de la condición humana, si no somos capaces de evitarlo.

Es la condena a tanta soberbia de unos y otros que acabarán pagando especialmente los más débiles. “El ciclo de muerte, destrucción, dislocación y perturbación debe detenerse. Por el bien de Ucrania, Rusia y el mundo entero”, manifiesta la ONU aludiendo a la crisis alimentaria derivada de la conflagración mientras se desarrollan las conversaciones humanitarias auspiciadas por la ONU para salvar vidas en un llamamiento contundente para alcanzar la paz.

En esta guerra vamos a perder hasta la condición de seres humanos si no somos capaces de frenar tanto sufrimiento y sinrazón. No se puede entender que dejemos morir a 360.000 niños en apenas tres meses mientras Rusia bloquea la producción de cereales de Ucrania.

La ONU ha conseguido que Rusia y Ucrania puedan firmar un acuerdo para reanudar esta semana las exportaciones de grano ucraniano que se encuentran bloqueadas. El posible acuerdo permitiría la exportación de 22 millones de toneladas de grano que se encuentran atrapadas en los puertos de Ucrania. Sería sin duda una gran noticia que debería acompañarse de nuevos esfuerzos para acabar con una guerra absurda y que permita que el diálogo, aun desde las discrepancias, sustituya a las armas.

Cada día que pasa es más evidente que Europa debe liderar en el mundo una tercera vía de países que apuesten por la paz y la convivencia frente al en-



La sequía asola el continente africano. / GONZALO GAYO

frentamiento de bloques y luchas por el liderazgo de la economía mundial. Europa debe encontrar su espacio en un nuevo mundo que surge tras la invasión de Ucrania. Debemos resolver y reconstruir la Europa de las futuras generaciones basada en los acuerdos para la convivencia y la paz en el mundo. Lo contrario es inviable ya que no podemos vivir bajo la permanente amenaza de guerras cuando ya hemos sembrado millones de muertes el continente europeo en menos de un siglo.

Las consecuencias de la guerra en Ucrania se sufren en todo el mundo y no solo se libra en el campo de batalla. Las decisiones que toman los líderes mundiales afectan mucho más allá del escenario bélico.

Necesitamos liderazgos que promuevan los acuerdos y la paz para hacer frente a esta amenaza multidimensional. “Se necesita ante todo una fuerte voluntad política en toda la comunidad internacional, al igual que un enfoque integral”, señala el secretario general de la ONU, Antonio Guterres, que añade que el conflicto trae nuevos derramamientos de sangre y sufrimiento todos los días, mientras que para el resto del mundo, la guerra junto a las demás crisis, amenaza con desatar “una ola de hambre y miseria sin precedentes, dejando a su paso un caos social y económico”.

Ningún país o comunidad quedará intacto de este conflicto si no somos ca-

paces de caminar hacia la paz y el posible acuerdo sobre la salida de los cereales en Ucrania debería ser un punto de partida para un alto el fuego y construir la paz.

La ONU urge a que “el ciclo de muerte, destrucción, dislocación y perturbación debe detenerse. Por el bien de Ucrania, Rusia y el mundo entero. La guerra está exacerbando la mayor crisis del costo de vida en una generación”, subraya el secretario general de la ONU.

Necesitamos liderazgos para la paz y la movilización de los ciudadanos para acabar con la guerra y construir la solidaridad que necesita el mundo, gobernado hoy por la vanidad y egoísmos. No necesitamos más especuladores, ni señores de la guerra, en un mundo que ya tiene suficiente con la pandemia de COVID-19 y el cambio climático. Hemos sufrido demasiado para seguir apostando por la destrucción, los egoísmos y la insolidaridad.

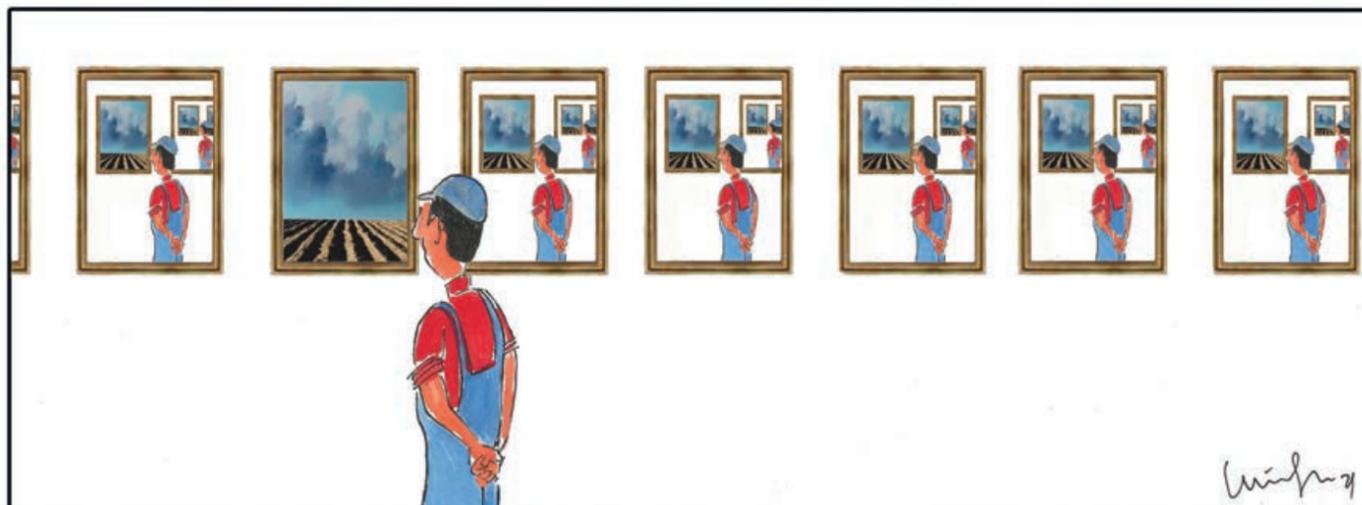
España es un emplazamiento estratégico para distribuir alimentos hacia África y especialmente el grano de Ucrania que llegará a los puertos del Mediterráneo en una operación que podrá iniciarse esta semana si hay acuerdo. Esperemos que nuestros egoísmos no impidan ver la crisis alimentaria, la alta mortalidad del ganado, las cosechas secas y la inestabilidad política que sufre África, y recaigan también sobre nuestras conciencias tras el llamamiento de la ONU a la solidaridad y la paz.

Esta sequía es un recordatorio claro del impacto devastador de la crisis climática global, siendo la peor que se recuerda en las últimas cuatro décadas en África, a la que se suma la falta de alimentos. Según la ONU, unos 386.000 niños somalíes precisan recibir “desesperadamente” un tratamiento para combatir la desnutrición aguda severa, así como más de 1,7 millones de niños de Etiopía, Kenia y Somalia.

Los efectos colaterales de la guerra en Ucrania y la dramática sequía se han convertido en un cóctel letal para el continente africano. La hambruna acecha a millones de personas provocando como consecuencia un éxodo hacia Europa. Esperemos que llegue una tregua a la sinrazón de una guerra absurda y que podamos iniciar el camino de la paz y la solidaridad pese a las dificultades como indica la ONU.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Balance agrídulce para la campaña hortícola almeriense

Asaja-Almería califica la temporada de hortalizas 2021-2022 como atípica, en la que los buenos precios en pizarra han quedado empañados por el incremento desmesurado de los costes de producción

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Asaja-Almería ha presentado su balance de campaña calificándola como atípica para los productores hortícolas de la provincia. Según la organización agraria, la temporada 2021/22 deja un sabor agrídulce, ya que atendiendo exclusivamente a los precios inusuales que se han constatado en las pizarras, “los agricultores podrían haber estado ante una temporada con importante rentabilidad. En cambio, el aumento desorbitado de los costes de producción ha empañado una buena campaña”.

La presidenta provincial, Adoración Blanque, ha analizado el último ejercicio agrícola destacando la tendencia de los últimos años en relación al pimiento como líder de la producción hortícola en la provincia superando las 12.627 hectáreas, sustituyendo la posición que años atrás tenía el tomate, y que este año pierde no solo superficie, un 3% menos, sino también producción. Junto al tomate, pepino, calabacín, melón y sandía son los productos que mayor valor de producción han logrado en esta última campaña, a diferencia del resto de hortalizas. En conjunto el valor de la producción en la provincia sube un 8,5%.

Asaja-Almería señala que se ha producido un descenso en la superficie destinada a producción del 1,4%, alcanzando las 49.463 hectáreas, lo que ha repercutido en una menor producción, que cae un 17,5% quedando en 3,26 millones de toneladas.

A pesar de la inestable situación que atraviesa el tomate desde hace varias campañas, por la pérdida de superficie y producción, para Asaja esta no ha sido una mala campaña. El precio medio se ha incrementado un 34% respecto al ejercicio anterior y el aumento del valor de la producción se ha situado en un 14%.

La organización agraria muestra especial preocupación y fijación por el cultivo de sandía al aire libre porque, aunque el precio haya sido aceptable, para el agricultor no ha sido fructífero debido a la merma de kilos. Teniendo en cuenta también las diferentes problemáticas a las que se enfrentaban los agricultores en las últimas semanas con el goteo de robos producidos en sus cultivos.

■ UN EJERCICIO COMPLICADO

El año agrario se ha cerrado con una reducción del 20% en el volumen de producción, con un detrimento marcado por diferentes factores externos que han



El pimiento continúa liderando la producción hortícola almeriense con 12.627 hectáreas. / ÓSCAR ORZANCO

afectado a la rentabilidad de los cultivos. Las inclemencias meteorológicas, concretamente la falta de agua en los meses de otoño e invierno, las heladas y la calma, seguida de las altas temperaturas alcanzadas, han incidido de forma crucial en los resultados obtenidos. Asimismo, la incidencia de afecciones fitopatológicas han mermado la producción media de todos los productos con respecto a la temporada pasada.

Por otro lado, el aumento de los precios de los insumos no cesa, motivado en parte por las consecuencias del conflicto bélico en Ucrania y la preocupante inflación. De hecho, la invasión de Ucrania por parte de Rusia el pasado mes de febrero está afectando a los productores agrarios europeos y españoles, en forma de aumentos significativos de los costes de producción y alteraciones de los flujos comerciales.

“De esta forma, —señalan desde Asaja-Almería— los costes han sido el factor determinante del resultado de la campaña. Los gastos corrientes han aumentado en una sola temporada un 30,8%, lo que en términos monetarios supone un incremento del gasto de 16.516 euros por hectárea de media. Si a los gastos corrientes le añadimos el incremento de los gastos de amortización de las explotaciones que asciende a 6.602 euros, un 49,5%, podemos concluir con un incremento total de los gastos anuales de 23.179 euros, un 34,5% más que el ejercicio pasado. Los fertilizantes, la energía, el plástico y el precio de los materiales de los invernaderos se sitúan como los costes más significativos en este periodo”.

Junto al tomate, pepino, calabacín, el melón y la sandía son los productos que mayor valor de producción han logrado a diferencia del resto de hortalizas

En lo que respecta a la producción, Asaja-Almería apunta a un importante descenso del 17,5%, sumando 3,26 millones de toneladas, alejado del incremento del valor de la producción que ha llegado a los 2.387 millones de euros (+8,5%). “Aunque en términos generales el valor de la producción experimenta este aumento, disminuye en pimiento, berenjena y judía. Si a esto le sumamos que los costes de producción se han incrementado un 30%, la sostenibilidad económica de las explotaciones es cada día más difícil”, apuntan desde la organización agraria.

■ CAMPAÑA POR PRODUCTOS

El tomate ha sufrido una reducción de la superficie del 3% y una merma de producción del 14%. Sin embargo, el precio medio se ha incrementado un 34% con respecto a la campaña pasada, así como el valor de la producción comercializable que ha aumentado un 14%.

Desde la organización destacan la presencia de menos competencia de países terceros como pueden ser Holanda o Bélgica, propiciado por la cantidad de energía que necesitan para producir. Los costes han hecho que reduzcan su volumen de manera considerable, dejando un respiro al mercado del tomate en Almería.

El pimiento continúa como líder en superficie en Almería desde que desbancó al tomate hace tres campañas y registra un aumento del 2%. No obstante, la producción ha sufrido una merma del 9,5% y su precio medio ha disminuido un 6%. Como consecuencia, el valor de la producción comercializada lo hace en un 14%.

En calabacín, que al igual que el pimiento es uno de los productos que ha incrementado su superficie ligeramente un 2%, su producción se ha visto reducida un 22%. Por otro lado, su precio medio se ha situado en 79 céntimos/kilo, siendo un 41% superior al obtenido durante la campaña anterior. Por ello el valor de la producción se ve incrementado un 33%.

En pepino, Asaja-Almería destaca una disminución muy ligera en su superficie y un descenso de cosecha del 13%. En cambio, el precio medio se situó en 61 céntimos/kilo, aumentando un 29% y un 12% su valor de la producción.

En el caso de la berenjena, presenta un incremento de un punto y medio en su superficie, aunque su producción ha disminuido con respecto a la campaña pasada. Por otro lado, el precio medio ha aumentado hasta situarse en 62 céntimos; aunque esta subida no ha paliado el descenso del 4,9% del valor de la producción.

La tendencia para la judía verde continúa siendo la desaparición paulatina motivada por los altos costes de producción y la competencia de terceros países. Un año más, sigue disminuyendo su importancia en la agricultura almeriense, situándose en 95 hectáreas de superficie y una producción de 2.000 toneladas, y su valor de producción también cae en un 15%. Sin embargo, se destaca un leve aumento de su precio medio situándose en 178 céntimos el kilo.

Con respecto al melón, esta campaña se sitúa con una reducción de la superficie de un 5% y con una disminución de la producción de un 38%, siendo este, junto con la sandía, los productos que más han reducido su rendimiento por metro cuadrado.

No obstante, ambas producciones aumentan notablemente su precio medio y valor de producción. En el caso del melón el precio medio se sitúa en 70 céntimos, un 159% más que el año pasado. Por este motivo, los agricultores de estos productos hortofrutícolas han conseguido compensar la subida de costes, aunque sin obtener la rentabilidad esperada.

En el cultivo de sandía la superficie ha disminuido un 6% y ha sufrido una severa reducción del 41% en volumen de producción. De la misma forma, el precio medio se ha disparado esta campaña situándose en 64 céntimos/kilo, llevando esto a un aumento del 77% del valor de su producción comercializable.

Respecto a la campaña de sandía al aire libre, Asaja-Almería destaca que, aunque aún está por finalizar, los resultados apuntan a que podría ser una turbulenta temporada que finalmente no alcanzará la rentabilidad prevista en un primer momento, diferenciándose de lo ocurrido con la sandía temprana de invernadero.

En términos generales, la organización agraria estima que ha sido una campaña marcada por un incremento de precios y una menor producción de kilos. En definitiva, el desmesurado aumento de los costes de producción, derivado de situaciones externas a la propia agricultura, han supuesto que esta campaña se califique como atípica e inestable. “Por ello, son muchas las explotaciones que certifican un balance negativo en cuanto a rentabilidad se refiere y ahora tendrán que endeudarse para comenzar la próxima”, concluyen desde Asaja-Almería.

■ A 16 DE JULIO

Exportados 547.287.262 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2021/2022, a 16 de julio, se han enviado a países terceros, en exportación (546.205.337) y reexportación (1.081.925), un total de 547.287.262 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2020/2021, a 17 de julio de 2021, lo exportado eran 446.159.175.

En la misma semana, la cifra de exportación, **sin Gran Bretaña**, en la campaña 2021/2022 es de 247.336.222 kilos, mientras que en la campaña 2020/2021 el volumen era de 248.955.571.

Países de destino (Kg):	Campaña 21/22		Campaña 20/21	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	643.949	989	502.734	1.294
Ángola	91.855			
Arabia Saudita	22.512.653		22.677.252	
Argentina	1.356.987		2.745.913	
Armenia	16.436		18.183	
Australia	166.460		258.153	
Bahrein	233.165		347.500	
Bielorrusia	926.273	4.950	4.631.231	
Bosnia-Herzegovina	728.542		63.699	
Botsuana			22.880	
Brasil	12.457.670		19.051.997	
Bulgaria	14.990		210	
Burkina Faso	5.753		34.673	
Cabo Verde	377.897	28.751	117.354	
Canadá	53.738.459		53.684.448	22.950
China	5.053.445		1.493.269	
Colombia	980.973		605.824	
Congo (República)			22.434	
Corea del Sur	1.355.325		404.334	
Costa de Marfil	134.529	30.106	141.022	14.677
Costa Rica	1.681.379		1.610.295	
Curaçao	538.622		503.311	
Ecuador	44.880			
El Salvador	358.626		217.101	
Emiratos Árabes Unid	14.943.572		12.747.219	300
Estados Unidos	1.082.435		354.891	
Gabón	81.450		388.576	
Georgia			42.042	
Ghana	163.450		142.890	
Gibraltar	373.449	14.047	373.661	12.827
Gran Bretaña	299.420.787	503.253	197.199.974	3.630
Guatemala	512.989		202.043	
Guinea	11.862	4.003	44.273	4.902
Guinea Ecuatorial	306.804	63.289	429.006	46.907
Guinea-Bissau	13.982			
Honduras	359.329		180.205	
Hong-Kong	1.025.452		89.010	
India			250.022	
Irlanda	148.403			
Islandia	976.364		540.440	
Jordania			118.738	
Kazajistán	21.474		79.630	
Kenia			41.600	
Kuwait	539.368		744.154	
Liberia	30.079			
Macedonia			131.053	
Malasia	3.180.020		1.357.981	
Maldivas	22.230		10	
Mali	36.894	12.199	150.791	27.427
Marruecos	830		389	87
Mauritania	9.580	13.500	54.964	2.344
Moldavia	1.146.142	52.109	1.250.646	24.920
Nigeria	240.705		74.370	
Noruega	42.565.167	44.380	42.183.768	
Omán	1.942.793		1.714.821	
Panamá	1.802.886		1.838.699	
Perú			22.080	
Qatar	4.157.917		3.969.127	
Rep. Centrafricana	123.794	120.855	172.008	85.105
Senegal	41.905	1.160	22.275	
Serbia	3.266.306		3.097.611	11.980
Seychelles	51	10		
Sierra Leona	12.497		10.777	
Singapur	376.961		374.767	
Sri Lanka	47.884			
Sudáfrica	1.637.012		2.287.125	
Sudán	14.080			
Suiza	57.979.841	181.796	59.707.313	178.761
Ucrania	3.989.058	6.529	3.835.362	
Uruguay	94.161		342.938	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	357.269	800	3.565.065	20
Satsuma	13.815.130	9.758	2.442.738	19
Clementina	87.027.248	11.027	62.294.670	20.236
Clementina hoja	9.977.179	769	8.242.383	
Clemenvilla	5.519.388		4.675.463	
Hernandina	1.094.367		1.217.421	
Kara	40			
Wilking			943	
Fortuna	133.692		168.416	
Mineola	42.199		535	
Ortanique	9.669.633		9.620.356	
Ellendale	70		468	
Otras mandarinas	53.934.219	19.671	34.335.142	26.287
Uso industrial	289.952		118.154	
Nadocott	31.869.422	440.076	27.427.401	36.340
■ TOTAL MANDARINAS	213.729.807	482.101	154.109.156	82.902
Navelina	63.756.682	31.596	60.846.865	19.581
Navel	19.395.646	2.897	15.843.619	16
Navel Late	3.550.010	4.090	3.531.850	698
Lane Late	71.482.643	4.807	66.919.560	
Salustiana	14.596.326	9.368	15.080.185	
Cadenera	35.309		599.346	
Sanguina	426.378		89.437	
Sanguinelli	1.024.808		1.030.239	
Valencia Late	20.939.035	170.056	12.935.739	112.844
Verna	1.366.546	7.144	97.368	38
Otras	16.145.016	60.823	13.837.740	43.421
Uso industrial	240.243		495.483	
Navel Powel	23.128.039		11.806.644	4.194
Barberina	1.563.129		3.476.728	47
■ TOTAL NARANJAS	237.650.811	290.781	206.590.802	180.838
■ TOTAL LIMONES	89.991.949	295.935	79.649.036	143.141
■ TOTAL POMELOS	4.779.618	13.048	4.905.310	31.145

Los primeros precios de la próxima campaña citrícola son un 30% inferiores a los costes

AVA-Asaja pide prudencia y coherencia respecto al precio de venta y recomienda a los productores no precipitarse, máxime en una campaña que se prevé corta en volumen

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) denuncia que las primeras operaciones de compraventa que empiezan a formalizar agricultores y operadores comerciales de cara a la próxima campaña citrícola establecen unos precios en origen que se sitúan hasta un 30% por debajo de los costes medios de producción.

Con el objeto de aprovisionarse de suficiente fruta ante una temporada donde se prevé una reducción de cosecha a causa de las adversidades climáticas, varios comercios privados están mostrando interés por comprar. Según la organización agraria, en el caso de la naranja Navelina ofrecen precios en torno a 0,21 euros/kg. Sin embargo, los gastos que supone el cultivo de la naranja superan los 0,32 euros/kg después de haber aumentado un 40% en los dos últimos años, según calcula AVA a partir de los datos del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA) y del Ministerio de Agricultura. Los comercios también tratan de adquirir clementinas precoces protegidas de alta calidad a 0,28 euros/kg, frente a los 0,39 euros/kg a los que ascienden los costes de producción. Es decir, tanto en naranjas como en mandarinas, un productor tipo estaría perdiendo 0,11 euros por cada kilo que venda a ese precio.

El presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, afirma que "hay quien puede pensar que es un buen precio después del desastre de la pasada campaña, cuando las cotizaciones de las naranjas se hundieron por debajo de los 0,10 euros/kg, pero si hacemos números y vemos cómo se han disparado todos los costes, se trata de cantidades que conducen a los productores a la ruina". Por ello, el dirigente agrario pide "prudencia y coherencia respecto al precio de venta" y además recomienda "no precipitarse a la hora de vender las cosechas, máxime en una campaña con



Por la naranja Navelina se están ofreciendo precios en torno a 0,21 €/kg, mientras que los gastos que supone su cultivo superan los 0,32 €/kg. / ARCHIVO

AVA Asaja denuncia que la ley de la cadena alimentaria sigue sin funcionar y sin dar respuesta a los abusos comerciales

una producción que se prevé corta debido a la combinación letal de malas condiciones meteorológicas en primavera".

En cuanto al mensaje a las administraciones, Aguado alerta de que "la ley de la cadena alimentaria sigue sin funcionar y sin dar respuesta a los abusos comerciales. Los agricultores, sobre todo en productos perecederos, no podemos repercutir la escalada de costes porque el precio viene impuesto de arriba hacia abajo. Al final solo se benefician las empresas que dependen del productor provocando la ruina de este".

Tras el balance negativo de las últimas campañas, Aguado reclama a los políticos que "se pongan las pilas porque, o ponen en marcha medidas de mercado verdaderamente eficaces que permitan reconducir esta tendencia, o se producirá un abandono inmediato, espectacular y de no retorno de los citricultores. Cansados de trabajar duro y perder dinero, los mayores dejarán de gastar su exigua pensión para

mantener los campos y los pocos jóvenes que quedan huirán en busca de una actividad profesional viable".

Durante su reciente comparecencia en la comisión del sector citrícola de Les Corts Valencianes, el presidente de AVA-Asaja subrayó su "hartazgo por tener que repetir tantas veces lo mismo, lo que significa que la clase política no ha hecho sus deberes durante décadas y sigue sin hacerlos. Lo único en lo que parece interesada es en aprobar normativas ambientales que añaden burocracia y trabas que nos inducen más costes. Así, lo que hace años me parecía ignorancia o cobardía, ahora pienso que es desinterés. La producción agraria no está en la agenda política, quizás porque aquí no hay puertas giratorias".

Aguado concluye que "se equivocan aquellos políticos que vean en los bajos precios en origen un problema estrictamente agrario, ya que si no aportan soluciones será la sociedad en su conjunto la que acabará pagando las consecuencias: más tierras sin cultivar y pasto de las llamas, más despoblación en las áreas rurales, más dependencia de importaciones foráneas con mayor huella de carbono y menores garantías de seguridad alimentaria y salud, y más pérdida de soberanía alimentaria en una Europa dividida y decadente".

Murcia adjudica ayudas por 6,9 millones a 18 empresas agroalimentarias

► VF. REDACCIÓN.

La Región de Murcia, a través de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca, Medio Ambiente y Emergencias, publicó el 13 de julio en el Boletín Oficial de la Región la propuesta de resolución provisional de las ayudas a inversiones en transformación, comercialización y desarrollo de productos agrarios en el marco del programa de desarrollo rural de la Región de Murcia 2014-2020.

Las ayudas alcanzan una cuantía de 6,9 millones de euros, que subvencionan parcialmente

unas inversiones por importe de 31,2 millones llevadas a cabo por 18 empresas murcianas.

Las ayudas concedidas provisionalmente alcanzan hasta 1 millón de euros. Un total de 21 aspirantes no fueron admitidos, 20 por defectos no subsanados y uno por renuncia.

En cuanto a los aspectos a considerar para baremar la adjudicación de las subvenciones, se valoran, respecto de las características del solicitante: la promoción de la igualdad de género (3 casos), tipo de empresa (13), pro-

movición de los productos ecológicos (1), promoción de la certificación de calidad (11), promoción de la contratación alimentaria (7), promoción de la certificación medioambiental (2), promoción de la investigación (1), promoción de la capacidad exportadora (11), promoción de zonas rurales con baja densidad de población (10), y promoción de Territorio Leader (6).

En cuanto a las características del Plan de Inversión presentado, se han valorado el apoyo a la implantación de nuevas empresas agroalimentarias (5), la implantación de industrias (9), la eficiencia en la gestión de residuos y/o hídrica (7), la eficiencia en la gestión energética (10), la valorización de los subproductos de la agroindustria (1) y la promoción del empleo (17).

COMUNITAT VALENCIANA

Agricultura impulsa el primer certamen de producción ecológica en Feria Valencia

TerraEco se celebrará el 22 y 23 de marzo de 2023 y aspira a ser un referente

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Conselleria de Agricultura de la Generalitat Valenciana y Feria Valencia han acordado celebrar el primer certamen mediterráneo dedicado a la producción ecológica en la institución ferial los próximos 22 y 23 de marzo.

TerraEco, que aspira a ser una cita de referencia para el sector en España, nace impulsado por la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica dentro de los objetivos del II Plan de Producción Agroecológica.

TerraEco aspira a ser una cita de referencia para el sector en España y es uno de los objetivos del II Plan de Producción Agroecológica

La consellera de Agricultura, Mireia Mollà, ha mostrado el diseño del nuevo certamen que pone el acento en el término 'Terra', como apuesta por el agroalimentario ecológico de proximidad, que contribuye a mantener la pervivencia de la actividad asentada en el territorio y la rentabilidad de las explotaciones.

"El objetivo es favorecer la promoción y el impulso comercial a través de un salón profesional que descubra las últimas innovaciones del sector ecológico en alimentación, bebidas y cosmética, y que reúna a empresas certificadas en productos ecológicos, comercializadores, mayoristas y firmas de biotecnología agraria. Todo ello enmarcado en las acciones del II Plan de Producción Agroecológica", ha señalado Mollà.

El amplio programa de jornadas y actividades dirigidas a la industria servirá de escaparate para la intensa labor de I+D del sector agroecológico mediterráneo

TerraEco es el primer certamen nuevo que se incorpora en Feria Valencia tras la crisis provocada por la pandemia del COVID-19 y en un contexto complejo marcado por la invasión de Ucrania y la escalada de precios.

La feria incluye la organización de un amplio programa de jornadas y actividades dirigidas a la industria, que servirá de escaparate para la intensa labor de investigación y la innovación



La feria pretende dinamizar un sector en auge en la Comunidad Valenciana. / VF

del agroalimentario ecológico mediterráneo.

El Comité Organizador está formado por el departamento autonómico junto con empresas privadas líderes del sector, instituciones agrarias, la Universitat Politècnica de València, así como Cooperativas Agroalimentarias de la Comunitat Valenciana.

Este nuevo certamen persigue la finalidad de dinamizar, más si cabe, un sector que en la Comunitat Valenciana se sitúa 10 puntos por encima de la media estatal, y a tan solo 4,5 puntos de los objetivos europeos de superficie para 2030.

Cera Trap
"LISTO PARA USAR"

Bioiberica

Inspeccionado por **ECOCERT INSUMOS**

REGISTRO FITOSANITARIO Nº: 24.937

La solución más eficaz y ecológica al problema de la mosca de la fruta.

Producto utilizable en Agricultura Ecológica según el Reglamento CE nº 834/2007 y 889/2008. Control ECOCERT S.A. F - 32600.

www.planthealth.es

OPINIÓN

Frente a la 'pinyolà' del CGC, soluciones de futuro



Por CRISTÓBAL AGUADO (*)



Por CARLES PERIS (**)

El artículo de la presidenta del Comité de Gestión de Cítricos (CGC), Inmaculada Sanfeliu, publicado en Valencia Fruits el pasado 14 de junio bajo el título "La 'cara oculta' de la abeja melífera sobre el ecosistema" nos produjo una sensación desagradablemente similar a la que te asalta cuando estás comiendo una mandarina y los dientes tropiezan con 'pinyols' que no deberían estar. Sus críticas a las soluciones propuestas por AVA-Asaja, La Unió y las cooperativas, y encaminadas a que la Conselleria de Agricultura acabe de una vez por todas con el conflicto de la 'pinyolà', no nos parecen acertadas ni en la forma ni en el fondo.

En primer lugar, el CGC se atribuye en este artículo una representación que no tiene. La producción de cítricos ocurre en los campos, los campos son de los agricultores y los agricultores están representados por las organizaciones agrarias, no por asociaciones de comerciantes. Si alguna persona del CGC quiere hablar en representación de los productores tiene dos posibilidades: o se asocia a las organizaciones agrarias ya existentes, desde las cuales podrán canalizar sus reivindicaciones, o crea otra nueva para defender a todos los productores, no solo a unos contra otros. En el artículo incluso Inmaculada hace suyas demandas en nombre del "sector citrícola", cuando el CGC no representa ni siquiera a todo el comercio y menos aún a los citricultores.

Como Inmaculada no acaba de entenderlo, se pregunta con curiosidad "en qué lado de la mesa se sentarán los sindicatos agrarios y las cooperativas: ¿en el lado de los apicultores o en el de los citricultores?". Le contestamos que nosotros no vamos a tener que elegir. Por dos razones. Porque representamos a los apicultores y a los citricultores. Y porque hemos buscado soluciones para los apicultores y para los citricultores. Unas soluciones de futuro que incluyen derechos y obligaciones a apicultores y a citricultores. De ninguna manera vamos a volver a caer en el absurdo de alinearlos en una parte contra la otra. Dice Inmaculada que le resulta "inimaginable defender los dos intereses a la vez". Pues bien, basta con más imaginación y altura de miras para resolver problemas, ya que lo contrario solo los enriquece o agrava.

En febrero, antes de que la Conselleria de Agricultura tomara una decisión sobre la 'pinyolà', Cooperatives Agro-alimentàries de la Comunitat Valenciana invitó a La Unió, AVA-Asaja y el CGC a una reunión interna de negociación. Hubo tres posiciones, dos muy distantes (La Unió-AVA-Asaja y el CGC) y otra interme-



AVA y La Unió señalan que hay políticas a nivel europeo que van dirigidas a proteger los insectos polinizadores. / ARCHIVO

"El artículo 'La cara oculta de la abeja melífera sobre el ecosistema' nos produjo una sensación desagradablemente similar a la que te asalta cuando estás comiendo una mandarina y los dientes tropiezan con 'pinyols' que no deberían estar"

"Las soluciones por las que apostamos no son intervencionismo. Una cosa es intervenir y otra regular. Cuando hay un conflicto, se regula. Eso es lo razonable"

"Tenemos una oportunidad de dejar atrás tres décadas de conflicto, actuar como el sector citrícola de referencia mundial que somos y atender las demandas de la sociedad que prefiere cítricos sin semillas y campos con toda la fauna útil, incluidas las abejas"

día (Cooperatives). El encuentro finalizó sin llegar a ningún tipo de acuerdo, pero con el compromiso de que, en unos días, cada parte reflexionara intentando explorar la posibilidad de suscribir un documento conjunto. A la salida de la reunión, nos encontramos con la sorpresa de que el CGC, por su cuenta, había convocado a medios de comunicación para que hiciéramos declaraciones, pensamos que con la finalidad de presionar públicamente en medio de un proceso negociador, mostrando una actitud desleal hacia unos representantes del sector con los que se reúnen habitualmente. Posteriormente, alcanzamos un consenso La

Unió, AVA-Asaja y Cooperatives al que el CGC no quiso sumarse. Teniendo poco que decir, el CGC demostró una actitud poco seria y proclive a mejorar las relaciones en beneficio de la agricultura valenciana.

Las soluciones por las que apostamos no son "intervencionismo". Una cosa es intervenir y otra regular. Cuando hay un conflicto, se regula. Eso es lo razonable. En ningún momento nos opusimos al Decreto de la 'pinyolà', lo que hemos querido es empezar una solución transitoria. De la misma manera que los citricultores deberán cumplir unas normas, los apicultores también tendrán las suyas. Pro-

ponemos medidas que durante los próximos años la Conselleria de Agricultura deberá subsanar con un presupuesto suficiente con la finalidad de evitar la 'pinyolà' sí o sí y, al mismo tiempo, fomentar la máxima libertad posible a los asentamientos de colmenas.

Dice la presidenta del CGC que queremos limitar variedades citrícolas que pueden ser susceptibles a polinización, o provocarla, mientras en otras regiones españolas u otros países competidores no se limitan. No es por nada, pero en los últimos años las variedades que están saliendo al mercado con mayor interés comercial son precisamente las que no son susceptibles a polinización. Vamos a lo mejor, y lo mejor es sin 'pinyol'. Tal como la propia Inmaculada reconoce en otro párrafo de su artículo: "La ausencia de semillas se identifica claramente por el consumidor como factor de calidad". Si ella misma lo defiende, no tenemos más que objetar.

En cuanto a la crítica velada que Inmaculada lanza a la herramienta de la Conselleria de Agricultura para geolocalizar las parcelas con variedades susceptibles a polinización, queremos dejar claro que consideramos buenísima esta herramienta no solo para este objeto, sino también para disponer de datos actualizados con los que tomar decisiones más precisas en el futuro, tanto en la citricultura como en la apicultura.

Posiblemente hay asuntos sobre las abejas melíferas que están por estudiar, pero en estos momentos hay unas políticas a

nivel europeo que van dirigidas inequívocamente a proteger los insectos polinizadores en defensa de la biodiversidad y el medioambiente. Y nuestras propuestas van por ese camino, no por otro. Mejor actuar ahora con el volante en las manos que sufrir después la imposición de una normativa que pueda comportar más accidentes para la convivencia entre las actividades citrícolas y apícolas.

Por el momento, y como pistas para el CGC, destacamos entre el caudal de políticas favorables a las abejas la Estrategia Nacional para la Conservación de los Polinizadores (aprobada en 2020), el estudio de la EFSA 'Un enfoque basado en sistemas para la evaluación de riesgo ambientales de múltiples factores estresantes en las abejas melíferas' (2021), la Comunicación de la Comisión Europea sobre la salud de las abejas (2010) o el Reglamento (UE) 2016/429 del Parlamento Europeo y del Consejo (2016), completado a su vez por el Reglamento Delegado (UE) 2020/692 de la Comisión (2020).

En fin, lamentamos esta posición decimonónica del CGC que, en lugar de encarar el futuro, se ancla en el pasado. Tenemos una oportunidad de dejar atrás tres décadas de conflicto, actuar como el sector citrícola de referencia mundial que somos y atender las demandas de la sociedad que prefieren cítricos sin semillas y campos con toda la fauna útil en la que incluimos, naturalmente, las abejas.

(*) *Presidente de AVA-Asaja*
(**) *Secretario general de La Unió*

Agrocultivos

El IRTA identifica tres genes implicados en la maduración del melón

El hallazgo permitiría desarrollar nuevas variedades de este fruto con una vida útil más larga, y, así, contribuir a reducir el desperdicio de alimentos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Un estudio del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) y del Centro de Investigación en Agrigenómica (CRAG), en el que también ha participado el Institut de Biologie de l'École Normale Supérieure (IBENS) de París, ha identificado el papel de tres genes en la maduración del melón.

El hallazgo aporta conocimiento sobre el proceso de maduración de este fruto, “un proceso complejo”, según la investigadora del IRTA en el CRAG Marta Pujol, implicada en el estudio, “en el que intervienen varios genes que hay que identificar y entender su funcionamiento”. Conocer este proceso es clave para desarrollar nuevas variedades de melón con patrones de maduración más largos, “una demanda del mercado de las empresas de semillas porque se alargaría la vida útil y, así, se reduciría el desperdicio”, afirma.

Los resultados del estudio, que aporta conocimientos para entender el proceso de maduración de los melones, se ha publicado en las revistas *Frontiers in Plant Science* y *Journal of Experimental Botany*. El artículo publicado en *Journal of Experimental Botany* ha sido seleccionado por los editores de la revista en su último número por su “contribución substancial en este campo”.

El Cantaloup es una variedad climatérica de melón. Esto quiere decir que, al igual que otros frutos como el tomate, sigue madurando una vez se ha cosechado, y lo hace mediante la emisión de etileno, una hormona de las plantas que induce a la maduración de tipo climatérica. Entonces, una vez cosechados, los frutos climatéricos acostumbran a tener una vida más corta que los otros. En cambio, los frutos que no lo son, como la uva, la naranja o el melón tipo Piel de Sapo, no maduran mediante el etileno, sino que lo hacen por medio de otros mecanismos que aún no se conocen suficientemente. Esto hace que, en muchos casos, sus características organolépticas se mantengan estables durante más tiempo que en los frutos climatéricos. Uno de los

retos actuales de la genómica de plantas es conocer los mecanismos que intervienen en la maduración de los frutos. Para entender este proceso, históricamente se ha utilizado el tomate como planta modelo y la investigación realizada hasta ahora “nos ha permitido avanzar en el conocimiento de los mecanismos que regulan la maduración climatérica”, explica Jordi Garcia-Mas, investigador del IRTA en el CRAG y también uno de los autores del estudio. Garcia-Mas colideró la investigación que permitió secuenciar, en el 2012, el genoma del melón.

El estudio, en el que han trabajado investigadores del IRTA y el CRAG, se ha publicado en las revistas *Frontiers in Plant Science* y *Journal of Experimental Botany*

Para Garcia-Mas, uno de los puntos más interesantes del hallazgo es que puede ser un primer paso para “convertir un melón climatérico en uno menos climatérico y, así, conseguir que se conserve durante más tiempo”

En el estudio del IRTA, el CRAG y el IBENS, se ha implementado por primera vez la técnica de edición génica CRISPR/Cas9 para editar genes de interés agronómico en melón. Se identificaron tres genes implicados en la maduración climatérica del melón—CmCTR1, CmROS1 y CmNAC-NOR—, en los que se produjeron mutaciones para descubrir qué papel tenían en el proceso. “Vimos que, si se inhibía la expresión de los dos primeros, la maduración se aceleraba”, afirma Andrea Giordano, investigadora del CRAG y primera autora de uno de los trabajos. “En el caso del CmNAC-NOR —apunta Pujol—

se observó que una mutación, la nor-3, conseguía retardar la maduración en ocho días, mientras que la otra, la nor-1 bloqueaba completamente la maduración”.

■ LA MEJOR MUTACIÓN

Sobre cuál de estas mutaciones es la mejor para obtener nuevas variedades de melón con una vida útil más larga, Marta Pujol es prudente en su respuesta. “De momento, sabemos la función del gen, no cuál será mejor o peor; lo que habrá que hacer es evaluar la calidad de los melones resultantes”. Para la investigadora, “puede ser muy interesante retrasar la maduración, siempre que los melones no pierdan otras características como el aroma, el contenido en azúcares o en carotenos, que otorgan calidad organoléptica y nutricional al fruto”.

Para Garcia-Mas, uno de los puntos más interesantes del hallazgo es que puede ser un primer paso para “convertir un melón climatérico en uno menos climatérico y, así, conseguir que se conserve durante más tiempo”.

Sea como sea, la investigación que ha liderado en todos estos años el grupo de trabajo de Jordi Garcia-Mas en el CRAG ha demostrado la utilidad del melón como modelo alternativo al tomate para estudiar la maduración tanto climatérica como no climatérica.

■ DEL LABORATORIO AL MERCADO

“Con nuestra investigación ahora conocemos qué genes tenemos que mirar para alargar la vida del fruto del melón, pero, de momento, utilizar los mutantes obtenidos por edición con CRISPR/Cas9 no es posible porque en Europa se consideran como si fuesen organismos modificados genéticamente (OMG)”, apunta Garcia-Mas. Sí que la regulación en otros países, como Brasil, Japón o los EEUU, lo permite. “Ahora que conocemos algunos de los genes implicados en la maduración del melón, la única opción en Europa es encontrar variantes naturales de estos genes que alarguen la vida y utilizarlas en programas de mejora genética convencional, una opción que interesa mucho a las empresas de semillas”.



Los investigadores con un melón Cantaloup. De izquierda a derecha, Andrea Giordano, Jordi Garcia-Mas y Marta Pujol. / IRTA



Melones Cantaloup. / IRTA



Un melón Cantaloup aún en la planta. / IRTA



Investigadores trabajando con melones Piel de Sapo en el CRAG. / IRTA

El CITA completa el estudio sobre legumbres y hortalizas tradicionales de Teruel

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA) ha publicado un tercer libro de la serie "Legumbres y Hortalizas tradicionales de Teruel conservadas en el Banco de Germoplasma Hortícola de Zaragoza", escrito por Cristina Mallor, investigadora del Departamento de Ciencia Vegetal.

Este nuevo volumen gira en torno a los cultivos de especies hortícolas de Teruel y completa la serie de los dos anteriores, que trataron sobre legumbres, cucurbitáceas y solanáceas.

En la nueva entrega se tratan 14 cultivos pertenecientes a seis familias botánicas: La Familia *Alliaceae*, cebolla y puerro; la Familia *Apiaceae* o *Umbelliferae*, apio, zanahoria y chirivía; Familia *Asteraceae* o *Compositae*, escarola, cardo y lechuga; Familia *Boraginaceae*, borraja; Familia *Brassicaceae* o *Crudiferae*, col de hoja, repollo y coliflor y, por último, la familia *Chenopodiaceae*, acelga y espinaca.

Al finalizar el proyecto, la colección del CITA de Teruel cuenta con 76 muestras pertenecientes a 21 cultivos, procedentes de 27 localidades turolenses, y se han atendido 44 peticiones y suministrado 339 muestras, sien-



Campo de cultivo del CITA en Calamocho (Teruel). / JAVIER ORTEGA

do zanahoria, pimiento, tomate, acelga, borraja y calabacín, los cultivos más solicitados.

El trabajo ha sido realizado en el marco del proyecto "HortalizaTE. Hortalizas y Legumbres Tradicionales de Teruel: caracterización, evaluación y valorización". Ha contado con financiación del Gobierno de Aragón a través del Fondo de Inversión de Teruel, y la participación del Ministerio de Hacienda.

El CITA ha publicado un tercer libro de la serie "Legumbres y Hortalizas tradicionales de Teruel conservadas en el Banco de Germoplasma Hortícola de Zaragoza", escrito por Cristina Mallor, investigadora del Departamento de Ciencia Vegetal

El proyecto tiene el objetivo general de promover el cultivo de variedades tradicionales de hortalizas y legumbres de

Teruel como una alternativa viable en el territorio.

El Banco de Germoplasma Hortícola de Zaragoza cuen-

El trabajo ha sido realizado en el marco del proyecto "HortalizaTE. Hortalizas y Legumbres Tradicionales de Teruel: caracterización, evaluación y valorización"

ta con más de 18.000 muestras pertenecientes a más de 300 cultivos o especies y está destinado a la conservación de la biodiversidad de los cultivos hortícolas, incluyendo las legumbres, así como las especies silvestres relacionadas en forma de semillas.

La conservación de la biodiversidad es clave para afrontar los retos del futuro, y en ese sentido, Teruel, por la variabilidad de sus agro sistemas y la dispersión de sus núcleos rurales ha generado a lo largo de los años una gran diversidad.

El conjunto de los tres volúmenes publicados presenta la colección turolense que se mantiene en el citado Banco de Germoplasma Hortícola de Zaragoza.

Además, algunas de las muestras que se describen en el libro forman parte de la colección del Banco de Semillas Hortícolas de Teruel. Se ha creado en el marco del citado proyecto para atender peticiones de hortelanos turolenses interesados en la recuperación de su cultivo.

El Banco de Semillas de Teruel, que tiene su continuidad con el proyecto "Siembre Teruel", busca hortelanos que apadrinen estas variedades para continuar con la labor de recuperación de estos cultivos.

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Unión de Agricultores y Ganaderos de Aragón (UAGA) y la Unión de Pequeños Agricultores (UPA) han anunciado movilizaciones para "exigir medidas efectivas y contundentes que pongan freno a los problemas que está causando la plaga de conejos y el resto de fauna silvestre (jabalíes, cabras, ciervos y corzos) sobre las producciones agrícolas". Por ello, el jueves 21 de julio realizarán una concentración frente a la sede del Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón.

Dichas organizaciones recuerdan que el Gobierno aragonés reconoció mediante un decreto que 118 municipios tenían superpoblación de conejos silvestres y se declaraba su presencia como "plaga", y la cifra de localidades afectadas "no ha hecho otra cosa que aumentar". Ahora superan los 125 municipios afectados.

Añaden que de nada han servido las autorizaciones de caza y alertas de que los conejos "siguen colonizando más territorio y con ello destrozando más hectáreas de cultivo".

Bajo el lema "Soluciones por la plaga de conejos, ya!", los agricultores se concentrarán para exigirle al consejero de Agricultura, Joaquín Olona, que active "con urgencia" las siguientes medidas: Control poblacional de los conejos; esterilización y eliminación de cados; ayudas agroambientales para los profesionales agrarios cuyas explotaciones se ven afectadas por la presencia de conejos, ciervos, jabalíes, corzos

Una plaga de conejos arrasa los campos de 125 municipios de Aragón

Unos 282 cotos y cientos de cazadores participan en un plan de control y se han abatido más de dos millones de ejemplares

y cabras salvajes. Dichas organizaciones señalan que "muchos agricultores sufren, campaña tras campaña, cuantiosas pérdidas económicas derivadas de la merma de producción en las parcelas sembradas de cereal".

Añaden que, además, soportan una serie de gastos derivados de la presencia y lucha contra la plaga de conejos, como son la colocación de vallados perimetrales en las explotaciones de frutales; daños en sistemas de riego; pérdida de nuevas plantaciones en almendro, frutales, viña; daños elevados en injertos; compra de protectores para leñosos, y gasto de cartuchos para la caza.

Unos 282 cotos y centenares de cazadores han participado en el plan para controlar la plaga y se han abatido ya más de dos millones de conejos.

UAGA y UPA apuntan que, además de a los conejos, las gen-



Árbol frutal dañado por los conejos / UAGA

tes del campo también tienen que enfrentarse a los destrozos que origina el resto de la fauna cinegética. Se trata de los ciervos en la Sierra de Albarracín, que arrasan las parcelas de cereal, principalmente de trigo; los corzos en los frutales y viñedos de las comarcas de Cariñena, Valdejalón y Calatayud; las cabras salvajes en la zona del Bajo Aragón; y los jabalíes en los campos de cereal,

trigo y maíz, de la zona del Pirineo y de Monegros. Ambas organizaciones agrarias señalan que esta es la primera movilización de lo que han denominado "julio reivindicativo". A la concentración, le seguirá otra por los "desorbitados" precios del gasóleo agrícola.

■ DAÑOS POR EL GRANIZO La superficie siniestrada en el Bajo Aragón por las últimas tormentas de granizo suma al menos 1.245,51 hectáreas aseguradas, que corresponden a 2.367 parcelas, según los partes recibidos por Agroseguro.

Por cultivos, 609,72 son hectáreas de frutales, casi todo melocotón en Calanda especialmente y alguna parcela de ciruela; 524,51 de cultivos herbáceos, la mayoría cereal de invierno aunque también hay cereal de primavera afectado; 121,85 de almendro y 10,02 de viñedo.

Los municipios con mayor superficie afectada son Calanda, Alcañiz, Alloza, Blesa, Castellote y Alcorisa. El resto se reparte en otras 13 localidades: Andorra, Calaceite, Castelseras, Foz-Calanda, Híjar, La Mata de los Olmos, Los Olmos, Mazaleón, Muniesa, Oliete, Torrecilla de Alcañiz, Valdeatorrada y Valjunquera.

En el total de la provincia de Teruel, los partes de siniestro por las tormentas ascienden a 7.483 hectáreas, con un total de 9.323 parcelas.

Asimismo, el Gobierno de Aragón aprobó en su reunión de la semana pasada una declaración institucional en la que insta al Gobierno central a que declare como zona afectada por emergencia de protección civil, lo que tradicionalmente se conoce como zona catastrófica, las áreas dañadas por la meteorología en la provincia de Teruel y de Zaragoza.

Se trata de las comarcas del Jiloca, las Cuencas Mineras, Andorra-Sierra de Arcos, Bajo Martín, la Comunidad de Teruel, el Matarraña, y Bajo Aragón-Caspe.

La consejera de Presidencia y portavoz del Ejecutivo aragonés, Mayte Pérez, señaló que "las administraciones debemos ser ágiles a la hora de compensar a la ciudadanía por este tipo de incidentes meteorológicos, algo que va a cobrar más importancia si cabe con el paso de los años, dado que el cambio climático hace prever que estos fenómenos serán cada vez más recurrentes".

COMUNITAT VALENCIANA

Agricultura destina 5 millones a compensar las pérdidas por cotonet en cítricos y kaki

Según la convocatoria de la Generalitat Valenciana, podrán acogerse los agricultores que acrediten la existencia en sus parcelas de pérdidas de producción superiores al 30% de la cosecha media de las tres campañas anteriores

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Conselleria de Agricultura de la Generalitat Valenciana ha publicado la convocatoria de ayudas directas, de cinco millones de euros, para compensar las pérdidas económicas de las explotaciones agrícolas de cítricos y de kaki durante la campaña 2021-2022, como consecuencia de la afección de la plaga del cotonet (*Delotococcus aberiae*).

La consellera de Agricultura, Mireia Mollà, ha explicado que se trata de una medida “para atender la demanda de los agricultores afectados de manera relevante por la presencia de cotonet en cítricos y en kakis en determinados municipios, con el fin de contribuir en todos los frentes a frenar el impacto de la plaga sobre la rentabilidad de las explotaciones”.

La convocatoria, publicada en el Diari Oficial de la Generalitat Valenciana (DOGV), indica que podrán acogerse a las ayudas todos aquellos agricultores que acrediten la existencia en sus parcelas de pérdidas de producción superiores al 30% de la cosecha, respecto a la media de las tres campañas anteriores, como consecuencia de los daños causados por la referida plaga.

Las ayudas directas de la Conselleria que dirige Mireia Mollà se añaden a los 5,2 millones para sufragar las actuaciones de lucha



Las actuaciones contra la plaga del Cotonet de Sudáfrica se centran en la lucha biológica. / GVA

Las ayudas directas de la Conselleria de Agricultura se añaden a los 5,2 millones para sufragar las actuaciones de lucha contra la plaga

contra la plaga y aumenta en un 217% el esfuerzo presupuestario en la lucha contra el Cotonet de Sudáfrica. El departamento autonómico viene actuando contra la plaga a través de la lucha biológica, con la suelta del para-

sitoide *Anagyrus aberiae* y del depredador *Cryptolaemus montrouzieri*, la creación de una red de insectarios para contribuir a la producción de estos aliados y la instalación de trampas de feromonas. La del Cotonet de Sud-

áfrica es una plaga importada detectada por primera vez en la Comunitat Valenciana en el año 2009. Causa, entre otros daños, la deformación del fruto y frutos de menor tamaño, lo que impide su comercialización en fresco y, en los casos más graves, también impide su aprovechamiento industrial.

La convocatoria, que contiene la información administrativa necesaria para solicitar la ayuda, se publicó el pasado 15 de julio en el DOGV.

La producción de tomate en la UE baja un 3%

Retrocede la producción, el consumo y la exportación de tomate en la Unión Europea y crece la importación

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Comisión Europea ha publicado su Informe sobre perspectivas a corto plazo para los mercados agrícolas en 2022, correspondiente al verano del presente año, en el que se realizan previsiones para los distintos sectores y en el de frutas y hortalizas analiza la situación del tomate, para el que apunta un descenso de la producción en fresco del 3% hasta 6,2 millones de toneladas, el mismo porcentaje que sube la importación.

La producción de tomate en fresco en la UE decrecerá un 3% en 2022, totalizando 6,2 millones de toneladas, manteniendo la tendencia a la baja de los últimos años, y en concreto el descenso de 2022 supone un 5% menos comparado con la media de los últimos cinco años. Los

principales factores causantes son la menor producción en los invernaderos debido al alto coste de energía, así como un cambio en las especies plantadas, que se están orientando a la variedad Cherry, según informa la Comisión Europea.

En cuanto al consumo anual de tomate en fresco en la UE descenderá un 2% respecto a 2021. Según las previsiones, el consumo per cápita se situará en 14,6 kilos por persona y año.

El informe sobre perspectivas a corto plazo para los mercados agrícolas de verano de 2022, análisis que realiza la Comisión con carácter trimestral, apunta que junto al descenso de la producción y del consumo también se está produciendo un descenso de la exportación comunitaria de tomate fresco, debido “al

Brexit y a la gradual pérdida del mercado de Reino Unido, que supuso en 2021 el 75% de la exportación comunitaria de tomate”. Esta pérdida del mercado se debe, según reconoce la propia Comisión Europea, “al incremento de la competencia de Marruecos”.

En cuanto a las importaciones comunitarias de tomate fresco crecerán este año un 3% respecto a 2021 totalizando 730.000 toneladas, un 23% más que la media de los últimos cinco años. En 2021, el 67% de la importación de tomate fresco de la UE procedió de Marruecos, seguido de Turquía.

Para Fepex preocupa que, ante este análisis, donde la Comisión reconoce el retroceso de la producción, el consumo y la exportación de tomate en la UE



La producción de tomate en la UE alcanzará 6,2 millones de toneladas, manteniendo la tendencia a la baja de los últimos años. / ÓSCAR ORZANCO

y el crecimiento continuado de la importación, no se planteen medidas para frenar esta tendencia y reforzar la producción comunitaria.

Entran en vigor nuevas normas para aumentar el uso de fertilizantes orgánicos

VF. REDACCIÓN.

La Unión Europea ha comenzado a aplicar a partir de este sábado un nuevo reglamento que permitirá comercializar más fertilizantes orgánicos y a base de residuos, ayudando a reducir el impacto de esos productos sobre el medioambiente, según informó la Comisión Europea.

“Este es un paso importante hacia la agricultura sostenible, uno de los objetivos del Pacto Verde. Las nuevas normas abrirán el mercado único a los fertilizantes orgánicos y basados en residuos. Establecerán valores límite para los contaminantes tóxicos en los productos fertilizantes y permitirán la armonización opcional”, explicó la CE en un comunicado.

La CE considera que se trata de un paso importante hacia la agricultura sostenible

El reglamento cubre una amplia gama de productos fertilizantes

A la vez, la normativa limitará el riesgo para la salud humana y reducirá la dependencia de Europa de los fertilizantes importados.

Según Bruselas, en el futuro los fertilizantes elaborados con material de desecho orgánico podrían reemplazar el 30% de los fertilizantes extraídos.

El reglamento cubre una amplia gama de productos fertilizantes, que incluyen materiales calcáreos, sustancias para mejorar el suelo, agentes de crecimiento, bioestimulantes de plantas y mezclas.

Las empresas han contado con un periodo de transición de tres años para adaptar sus procesos de fabricación y cumplir con la legislación.

Para apoyarlas, la Comisión también ha publicado un documento de orientación sobre el etiquetado de los productos fertilizantes en la UE.

A partir de la investigación científica de su Centro Común de Investigación, la Comisión ha ampliado además las normas para permitir la comercialización de fertilizantes adicionales con componentes a partir de residuos recuperados y ha adoptado legislación complementaria sobre el uso seguro de subproductos de otras industrias, como la petroquímica o la metalúrgica, para la producción de fertilizantes de la UE.

El cultivo de mango sigue en auge

La superficie cultivada en Andalucía ha experimentado un fuerte crecimiento en los últimos 20 años

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El mango se ha convertido en el segundo cultivo subtropical en importancia económica en la comunidad de Andalucía, tras el aguacate. La producción de esta fruta ha experimentado un fuerte desarrollo en los últimos 20 años, contando en la actualidad con una superficie de 4.800 hectáreas. Andalucía representa actualmente el 90% de la superficie cultivada en España y el 77% de la producción. El resto se produce en Canarias.

La superficie del mango andaluz sigue incrementándose anualmente. Según los datos del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, en 2021 se registraron 4.800 hectáreas plantadas, de las cuales el 91% se encuentra en producción. El 90% de la superficie se concentra en la provincia de Málaga. El resto corresponde principalmente a Granada, con el 9%. Por su parte, la producción andaluza alcanzó las 31.915 toneladas en la campaña 2021, de las cuales el 86% corresponden a plantaciones malagueñas y el 13% a Granada.

En el terreno comercial, el Observatorio de Precios y Mercados constata que el valor de la producción descendió en el ejercicio 2021 respecto a la campaña anterior. El precio en origen sufrió un descenso del 26% y la cotización media de liquidación al agricultor se situó en 1,02 euros/kg.

Aunque la producción del mango andaluz se concentra en un corto periodo de tiempo, comprendido entre final de agosto e inicio de diciembre, la temporada de comercialización se mantiene durante todo el año gracias a las importaciones de terceros países que complementan la producción propia.

El grueso del volumen comercializado de la campaña se concentra entre septiembre y octubre, con el 42% y 50% respectivamente, meses en los que coinciden en producción las variedades mayoritarias.

En el ejercicio 2021, según el análisis del Observatorio de Precios y Mercados, los precios se han visto muy tensionados por las cotizaciones del mango de ultramar y, especialmente por el brasileño, cuya campaña coincide plenamente con la andaluza. Estos han presionado a la baja a pesar de la diferencia de segmentos de mercado a los que se dirigen ambos.

MERCADO MUNDIAL

La extensión cultivada de mango en el mundo asciende a 5,52 millones de hectáreas con una producción de 54,8 millones de toneladas. Los tres principales productores se localizan en el continente asiático. India, China y Pakistán cultivan el 56% de la superficie mundial, y destaca especialmente la India con el 47% de las hectáreas cultivada y una producción del 45%.

La Unión Europea se abastece principalmente de importaciones de mango procedentes de terceros países que se realizan bien de forma directa, como ocurre con Brasil y Perú, o bien



El precio en origen sufrió un descenso del 26% en el ejercicio 2021, una campaña en la que el mango de ultramar ejerció una gran presión, especialmente Brasil. / ARCHIVO

Las exportaciones e importaciones andaluzas



Fuente: DATACOMEX. Datos 2021, provisionales.



Fuente: DATACOMEX. Datos 2021, provisionales. / JUNTA DE ANDALUCÍA

Evolución de la superficie y producción en Andalucía						
	2018	2019	2020	2021	Variación % 21-20	Variación % 21-18
Superficie total (ha)	4.246	4.749	4.772	4.800	1%	13%
Superficie en producción (ha)	4.343	4.250	4.262	4.356	2%	0%
Producción (t)	32.973	28.183	28.276	31.915	13%	-3%

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía.

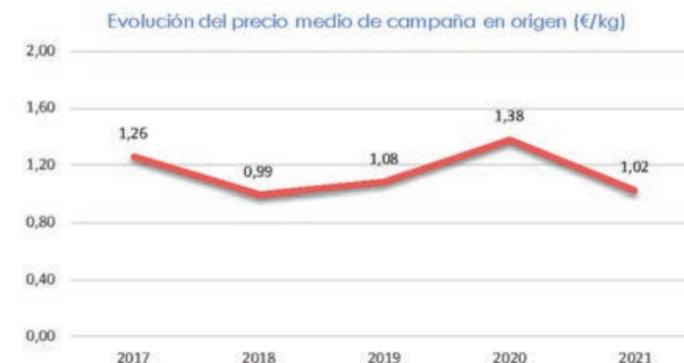
a través de reexportaciones, tal como sucede en el caso de los Países Bajos y parcialmente España. En el caso de España se incluyen tanto las importaciones como la producción propia.

El mercado mundial del mango se encuentra repartido entre diferentes países exportadores de todos los continentes. España participa en este mercado con una cuota del 3%. Los principales destinos del mango comercializado en el mundo son la Unión Europea (35%) y Estados Unidos (29%).

CAMPAÑA ANDALUZA

El 71% del volumen exportado desde Andalucía (32.240 toneladas) se realizó durante la campaña de producción del mango en la comunidad (agosto-diciembre). En términos económicos, le correspondió el 60% del valor de las exportaciones.

Sus principales destinos, en términos de volumen, fueron Portugal, Francia y Alemania que aglutinan el 84%, mientras que en términos económicos, Francia ocupa el primer pue-



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía.

to (32%), seguido de Portugal (28%) y Alemania (22%).

Por otra parte, el volumen y el valor económico de las importaciones realizadas durante 2021 por la comunidad de Andalucía durante el desarrollo de la campaña de producción del mango andaluz (agosto a diciembre) fue de un 29% sobre el total de la temporada. Los principales proveedores fueron Brasil (59% en volumen y 48% de valor económico) y Perú (18% en volumen y 27% de valor económico).

VARIEDADES

Las variedades cultivadas en Andalucía presentan la piel de color rojo en su madurez, abarcando en mayor o menor medida desde tonos anaranjados hasta morados. Las variedades más cultivadas en Andalucía son fundamentalmente Osteen, Keitt y Kent.

Osteen es la variedad predominante en la actualidad. En 2021 tuvo una cuota del 78% de la producción comercializada. El peso medio de la fruta es de 350 a 550 gramos, de forma

oblongo-alargada. La coloración de la piel es rojo púrpura en su madurez, aunque puede presentar zonas de color naranja, amarillo o verde, pulpa de color naranja y semilla pequeña y alargada. La pulpa tiene poca fibra y es de excelente calidad, con buen sabor y olor; la piel es gruesa y bien adaptada al transporte. Se recolecta desde mediados de agosto hasta finales de noviembre.

Keitt es la segunda variedad predominante con una cuota del 17%. La coloración de la piel presenta un fondo verde con chapa parcial de color rosáceo-rojizo en su madurez, pulpa de color amarillo-anaranjado y semilla pequeña. Su forma es ovoide-oblonga, tiene una piel gruesa, muy bien adaptada al transporte. La pulpa no tiene prácticamente fibras, es jugosa y firme, con un sabor ácido y refrescante. Su recolección es tardía, desde mediados de octubre hasta principios de diciembre. El peso medio de la fruta es de 500 a 600 gramos.

Por último, Kent se encuadra dentro de las variedades menos representativas junto a Tommy Atkins, Palmer, Irwin, etc. El peso medio de la fruta es de 470 a 570 gramos, de forma ovoide-redondeada. La coloración de la piel presenta un fondo amarillo con chapa parcial de color rojo, pulpa de color amarillo-anaranjado y semilla pequeña. Variedad de media temporada, desde mediados de septiembre hasta mediados de noviembre.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 27 de junio al 3 de julio de 2022, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	2,34
Fuerte.....	3,20
Otras Variedades.....	1,87
Albaricoque Moniquí.....	2,52
Breva Colar.....	6,36
Cereza Burlat.....	2,73
Picota.....	3,64
Ciruela Otras Familia Black.....	1,20
Santa Rosa.....	0,70
Golden Japan y Songold.....	2,28
Angelino.....	1,68
Coco en Seco.....	1,00
Otras Variedades.....	1,00
Dátil Deglet Nour.....	3,50
Kiwi Kiwigold.....	5,00
Pulpa Verde.....	2,10
Lima Otras Variedades.....	0,70
Mejicana.....	3,00
Persian.....	3,10
Limón Verna.....	1,20
Fino o Primafiori.....	0,59
Mandarina Fortuna.....	1,30
Mango Tommy Atkins.....	2,00
Manzana Fuji.....	0,99
Golden.....	0,90
Royal Gala.....	1,30
Reineta.....	1,51
Granny Smith.....	1,15
Otras Variedades.....	1,35
Melocotón Baby Gold.....	1,96
Melón Piel de Sapo.....	0,84
Galia.....	1,00
Naranja Lane Late.....	0,60
Navel Late.....	0,67
Valencia Late.....	0,60
Navelina.....	0,69
Nectarina de Carne Amarilla.....	1,20
Carne Blanca.....	1,50
Níspero Algerie o Argelino.....	3,63
Papaya Grupo Solo o Sunrise.....	1,74
Papaya o Papayón.....	2,50
Paraguay Ufo 4.....	1,21
Pera Castells o Sanjuanera.....	1,50
Conferencia.....	1,50
Piña Golden Sweet.....	1,10
Plátano Macho.....	1,17
Canarias 1ª.....	2,10
Canarias Extra.....	2,60
Americano o Banana.....	0,95
Pomelo Rojo.....	0,91
Amarillo.....	0,82
Sandía Sin Semilla.....	0,48
Otras Variedades.....	1,78
Uva Red Globe.....	2,50
Blanca Otras Variedades.....	2,60
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas.....	0,60
Hojas Rizadas Lyon.....	0,60
Ajo Morado.....	2,41
Tierno o Ajete.....	2,32
Blanco.....	2,20
Alcachofa Blanca de Tudela.....	0,90
Apio Verde.....	0,50
Berenjena Morada.....	0,56
Boniato o Batata.....	0,52
Brocoli o Brócoli o Brecol.....	1,50
Calabacín Verde.....	1,50
Calabaza De Verano.....	0,60
De Invierno.....	0,40
Cardo.....	0,80
Cebolla Tierna o Cebolleta.....	2,10
Blanca Dulce Fuentes de Ebro.....	0,86
Grano de Oro o Valenciana.....	0,46
Babosa.....	0,36
Chirivía.....	1,00
Col de Hojas Lisas.....	0,40
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,40
Repollo de Hojas Rizadas.....	0,40
Coliflor.....	1,00
Endivia.....	2,20
Escarola Rizada o Frisée.....	1,00
Espinaca.....	0,80

Espárrago Verde o Triguero.....	3,60
Jengibre.....	1,93
Judía Verde Fina.....	6,42
Otras Variedades.....	8,00
Verde Bobby.....	4,56
Lechuga Cogollo.....	2,25
Hoja de Roble.....	1,00
Iceberg.....	1,20
Romana.....	0,50
Maíz o Millo.....	1,00
Nabo.....	0,70
Perejil.....	0,60
Pepino Corto o Tipo Español.....	1,22
Alpicoz.....	1,27
Pimiento Rojo Lamuyo.....	1,50
Verde Italiano.....	1,37
Otras Variedades.....	2,49
Rojo California.....	1,21
Verde Cristal.....	1,00
Puerro.....	1,00
Rábano y Rabanilla.....	1,20
Remolacha Común o Roja.....	0,65
Resto de Hortalizas.....	0,60
Seta / Hongo Shii Take.....	3,20
Tomate Liso Rojo / Daniela /	
Long Life / Royesta.....	0,92
Liso Rojo Pera.....	0,90
Otras Variedades.....	0,59
Verde Rambo.....	1,50
Muchamiel.....	1,39
Verde Mazarrón.....	1,20
Cherry.....	1,76
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,60
Zanahoria Nantesa.....	0,40
PATATAS	Euros/kg
Blanca Otras Variedades (Granel).....	1,48
Blanca Spunta (Granel).....	1,00
Roja Otras Variedades (Confec.).....	1,80
Roja Otras Variedades (Granel).....	0,62

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 8 al 12 de julio de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	2,10-2,25
Cerezas.....	4,25-3,90
Ciruelas.....	1,25
Limonos.....	1,30
Melocotones Rojos.....	2,00
Nectarinas.....	1,95-1,90
Pera Ercolini.....	2,10
Sandías.....	0,75-0,70
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas.....	1,75-1,50
Calabacines.....	0,70-0,75
Cebolla.....	0,56-0,56
Judía Verde Perona.....	3,00-3,20
Lechugas.....	0,66-0,58
Patatas Calidad.....	0,52
Pepinos.....	1,70-1,50
Pimientos Verdes.....	1,95-1,70
Tomate Maduro.....	1,00-1,20
Verde.....	2,20-3,00

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 14 de julio de 2022, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	2,90
Aguacate.....	2,00
Almendra.....	7,00
Pomelo.....	1,10
Avellana.....	6,50
Kaki.....	3,20
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	3,50
Cerezas.....	3,00
Cocos.....	1,00
Membrillo.....	1,20
Dátiles.....	4,00
Fejoas.....	8,00
Higo.....	3,00
Higos Chumbos.....	3,50

Frambuesa.....	1,00
Grosellas.....	10,00
Kiwis.....	2,50
Lichis.....	7,00
Lima.....	2,00
Limón.....	0,90
Fresa.....	6,00
Fresón.....	7,50
Granada.....	1,80
Mandarina Clementina.....	1,65
Nabo.....	1,20
Otras.....	0,90
Mangos.....	5,00
Maracuyá.....	8,00
Melón Galia.....	1,00
Amarillo.....	0,80
Piel de Sapo.....	0,70
Otros.....	1,00
Moras.....	16,50
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca.....	2,00
Amarilla.....	2,00
Níspero.....	3,75
Nueces.....	3,90
Olivas.....	3,80
Papayas.....	2,50
Pera Blanquilla.....	1,40
Verano.....	2,80
Invierno.....	1,20
Temprana.....	0,90
Piña.....	1,40
Pitahaya.....	8,45
Plátanos Canario.....	3,00
Importación.....	0,90
Manzana Bicolor.....	1,20
Amarilla.....	0,70
Verde.....	1,70
Roja Otras Variedades.....	1,20
Otras.....	1,20
Melocotón Amarillo.....	1,80
Rojo Pulpa Blanca.....	2,10
Rojo Pulpa Amarilla.....	2,10
Ciruela.....	1,00
Uva Blanca.....	3,25
Negra.....	1,80
Rambután.....	12,50
Sandía con semilla.....	0,65
Sin semilla.....	0,60
Cerezas.....	0,90
Chirimoya.....	0,80
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	1,20
Redonda.....	1,10
Ajo Seco.....	2,50
Tierno.....	0,60
Apio.....	0,70
Acelgas.....	0,60
Batata.....	1,10
Borracha.....	1,00
Brócoli.....	1,80
Brécol.....	1,50
Calçots.....	0,09
Calabaza.....	0,60
Calabacín.....	0,50
Cardo.....	0,50
Alcachofa.....	1,00
Cebolla Seca.....	0,70
Figueras.....	0,80
Tierna.....	0,70
Pepino.....	1,00
Col Repollo.....	0,70
Bruselas.....	0,90
Lombarda.....	0,50
China.....	0,70
Coliflor.....	1,20
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,60
Larga.....	0,60
Otras.....	0,70
Endivia.....	1,10
Escarola.....	0,70
Espárragos Blancos.....	5,00
Verdes.....	4,50
Espinaca.....	1,00
Haba.....	1,40
Hinojo.....	1,30
Perejil.....	0,45
Judía Bobi.....	3,90

Perona.....	4,00
Fina.....	2,80
Otras.....	2,40
Nabo.....	0,80
Zanahoria.....	0,40
Patata Blanca.....	0,75
Temprana.....	0,75
Roja.....	0,75
Pimiento Lamuyo.....	1,40
Verde.....	1,10
Rojo.....	1,40
Guisante.....	2,90
Puerro.....	1,15
Rábano.....	3,50
Remolacha.....	0,65
Tomate Maduro.....	1,00
Verde.....	1,60
Chirivía.....	1,40
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola.....	3,50
Rovellón-Níscalo.....	10,00
Champiñón.....	2,00
Otras Setas.....	10,00
Maíz.....	0,80
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 4 al 10 de julio de 2022. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	2,77
Albaricoque.....	2,09
Cereza Picota.....	3,47
Ciruela.....	1,26
Fresa / Fresón.....	6,00
Granada.....	1,50
Kiwi / Zespri.....	2,96
Lima.....	2,70
Limón.....	1,23
Mandarina Clementina /	
Fortuna / Nardocott.....	1,00
Mango.....	1,85
Manzanas O.V.....	2,20
Pink Lady.....	2,40
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,18
Royal Gala / Cardinale.....	1,53
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,43
Staking / Red Chief / Glostes /	
Galaxia.....	1,38
Melocotón Baby Gool.....	2,31
Melón / Galia / Coca.....	0,59
Mora.....	11,47
Naranja Navel.....	0,88
Navel Late / Nanelate / Lanelate.....	0,76
Valencia Late / Miaknight.....	0,53
Nectarina.....	1,70
Níspero / Nípola.....	3,92
Nuez.....	4,38
Papaya.....	2,42
Paraguay.....	1,81
Pera Conferencia / Decana.....	1,35
Ercolini / Etrusca.....	1,96
Blanquilla o Agua.....	1,42
Castell o San Juan / Magallona.....	2,33
Piña.....	1,49
Plátano.....	2,42
Banana.....	1,09
Pomelo / Rubi Start.....	1,50
Sandía.....	0,56
Uva.....	2,20
Otros Frutos Secos.....	12,70
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	0,90
Ajo Seco.....	2,44
Alcachofa.....	1,49
Apio.....	1,10
Berenjena.....	1,09
Brócoli / Brecol.....	1,29
Calabacín.....	0,74
Calabaza / Marrueco.....	0,90
Cebolla / Chalota.....	0,55
Cebolleta.....	0,92
Champiñón.....	2,13
Col Repollo.....	0,59

Lombarda.....	0,95
Coliflor / Romanescu.....	1,28
Endivia.....	2,40
Espinaca.....	2,92
Judía Verde Fina (Brasileña).....	4,48
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,81
Boby / Kora / Striki.....	2,52
Lechuga O.V.....	0,63
Cogollo.....	1,86
Iceberg.....	0,76
Pepino.....	1,11
Perejil.....	1,37
Pimiento Verde.....	1,22
Rojo (Asar).....	1,33
Puerro.....	1,07
Tomate Maduro.....	1,53
Seta.....	3,52
Tomate O.V.....	1,48
Cherry.....	2,23
Daniela.....	1,26
Zanahoria.....	0,64
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana.....	0,62

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 11 al 15 de julio de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	6,97
Fuerte.....	7,45
Otras Variedades.....	5,45
Albaricoque Otras Variedades.....	2,20
Almendra.....	1,50
Cacahuete.....	1,65
Cereza Picota.....	4,01
Ciruela Otras Familia Black.....	1,61
Golden Japan y Songold.....	2,33
Santa Rosa.....	1,75
Coco Otras Variedades.....	0,95
Dátil Deglet Nour.....	2,35
Fresón Otras Variedades.....	11,95
Granada Otras Variedades.....	2,65
Higo Chumbo.....	4,83
Verdal.....	6,05
Breva Colar.....	5,20
Kiwi Kiwigold.....	4,95
Pulpa Verde.....	4,20
Limón Fino o Primafiori.....	0,96
Otras Variedades.....	0,98
Verna.....	0,92
Lichi o Litchi.....	4,45
Mandarina Clemenlate.....	1,25
Clemenilla o Nova.....	1,25
Ortanique.....	1,25
Manga Kent.....	3,68
Mango Tommy Atkins.....	1,95
Manzanas Fuji.....	1,70
Golden.....	1,79
Royal Gala.....	1,78
Granny Smith.....	1,80
Otras Variedades.....	1,60
Staking o Similares.....	1,65
Reineta.....	1,95
Melocotón Merryly y Elegant Lady.....	2,24
Baby Gold.....	2,20
Melón Galia.....	1,75
Piel de Sapo.....	1,73
Amarillo.....	1,95
Otras Variedades.....	1,90
Naranja Valencia Late.....	0,95
Otras Variedades.....	0,95
Lane Late.....	0,95
Navel Late.....	0,95
Navel.....	0,95
Nectarina Carne Blanca.....	2,20
Carne Amarilla.....	1,84
Nuez.....	4,15
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,35
Papayón (2-3 kg/ud).....	0,95
Paraguay Otras Variedades.....	2,24
Pera Conferencia.....	1,54
Ercolini / Moretini.....	2,70
Agua o Blanquilla.....	1,65
Piña Golden Sweet.....	3,95
Plátanos Canarias Primera.....	1,66
Canarias Segunda.....	1,43
Canarias Extra.....	1,85

MERCADOS NACIONALES

Pomelo Rojo	1,65
Sandía Con Semilla	0,81
Sin semilla	0,85
Uva Blanca, Otras Variedades	2,20
Red Globe, Roja	2,35
Negra Otras Variedades	3,13
Italia o Ideal	1,95
Alelo	2,50
Zapote	2,45
Frutas IV Gama	7,25
Resto de frutas	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	1,45
Ajo Blanco	2,45
Morado	2,45
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	0,84
Berros	1,64
Boniato o Batata	1,48
Brócoli, Brcol o Brócoli	3,06
Calabacín Blanco	1,11
Verde	0,55
Calabaza de Verano	0,79
De Invierno	0,83
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,76
Morada	0,95
Recas o Similares	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna	0,95
Col China o Pekinensis	1,75
Lombarda o Repollo Rojo	0,66
Repollo Hojas Rizadas	0,69
Coliflor	1,82
Endivia	1,30
Escarola Rizada o Frisé	1,04
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Haba Verde o Habichuela	1,35
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby	5,04
Verde Otras Variedades	4,24
Verde Elda	4,95
Laurel	9,50
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,55
Maíz o Mollo	0,67
Nabo	0,95
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o Tipo Holandés	0,90
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,30
Rojo Lamuyo	1,79
Verde Italiano	2,54
Verde Padrón	2,29
Otras Variedades	1,06
Puerro	0,71
Rábano y Rabanilla	0,65
Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	2,30
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,65
Liso Rojo Daniela/	
Long Life/Royesta	1,48
Liso Rojo Canario	1,00
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	2,48
Jengibre	2,25
Ñame o Yame	3,55
Yuca o Mandioca o Tapioca	0,95
Hortalizas V Gama	7,50
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel)	Euros/kg
Blanca, Otras Variedades	0,65
Blanca Spunta	1,19
Otras Variedades	0,75
Roja Otras Variedades	0,65

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 8 al 12 de julio de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	1,60-2,00
Cerezas	2,75-3,60
Ciruelas	1,40-1,25
Limonas	1,15-1,10
Melocotones Rojos	1,64-1,90
Melón Piel de Sapo	1,05-0,95
Nectarinas	1,85-1,90
Nísperos	2,25-3,00
Pera Ercolini	3,00
Sandías	0,60-0,48
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas	1,45-1,60
Calabacines	0,90
Cebolla	0,46-0,45
Judía Verde Perona	2,75-2,55

Lechugas	0,75
Patatas Calidad	0,43-0,45
Pepinos	1,65-1,35
Pimientos Verdes	1,70-1,80
Tomate Verde	1,80-1,40

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 8 al 12 de julio de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	1,80
Cerezas	3,25
Ciruelas	1,20
Limonas	0,70
Melocotones Rojos	1,40
Melón Piel de Sapo	0,95
Nectarinas	1,70
Nísperos	2,50
Pera Ercolini	2,30
Sandías	0,55
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas	1,20
Calabacines	0,75
Cebolla	0,46
Judía Verde Perona	1,80
Lechugas	0,60
Patatas Calidad	0,71
Pepinos	1,50
Pimientos Verdes	1,30
Tomate Maduro	1,50
Verde	1,70

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 11 al 17 de julio de 2022, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates Hass (local)	6,00
Otros (local)	4,00
Albaricoque (local)	2,50
(no local)	2,40
Cerezas (no local)	4,00
Ciruela Morada (local)	2,30
Reina Claudia (local)	2,50
Amarillas (no local)	1,95
Amarillas (local)	2,00
Cocos (no local)	0,90
Fresones (local)	7,50
Guanábana (local)	6,00
Higo Negro (local)	5,50
Limonas Primofiori (no local)	1,10
Común (local)	1,00
Mandarinas Otras (no local)	1,40
Otras (local)	1,30
Manzanas Otras (no local)	2,05
Otras (local)	2,00
Golden (no local)	1,00
Granny Smith (no local)	1,75
Fuji (no local)	1,55
Melocotones Rojo (no local)	2,00
Otros (local)	2,00
Amarillos (no local)	2,10
Melones Piel de Sapo (no local)	1,00
(local)	1,10
Galia (local)	1,60
Naranja Zumos Pequeña (local)	0,75
Extra País (local)	0,90
Valencia Late (no local)	0,85
Nectarinas (no local)	2,05
(local)	1,20
Paraguayos (no local)	1,90
Peras Conference (no local)	1,25
Otras (no local)	1,80
San Juan (local)	1,20
Lima (local)	2,00
(no local)	3,80
Piña Tropical (local)	3,80
Plátanos Extra (local)	1,80
Primera (local)	1,30
Segunda (local)	1,00
Pomelos (no local)	1,40
Sandías (no local)	0,90
(local)	1,00
Sin Pepitas (no local)	0,90
Sin Pepitas (local)	1,00
Uva Red Globe (no local)	1,80
Otras Blanca (local)	3,00
Otras Negras (local)	3,00
Papaya Hawaiana (local)	0,70
Cubana (local)	0,70
Híbrida (local)	0,70
Otras (no local)	0,60
Mangos (local)	2,50
Mangas (local)	3,80
(no local)	3,50
Kiwi (no local)	2,95
Duraznos Grandes (local)	2,50
Higos Picos (local)	3,00
(no local)	3,20

Parchita (local)	4,50
Pitaya Roja (local)	4,00
(no local)	5,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelgas (local)	0,90
Ajos (no local)	3,60
Ajos (local)	7,00
Albahaca (local)	7,50
Apio (local)	1,50
(no local)	1,00
Berenjenas Moradas (local)	0,90
Bubangos (local)	1,50
Calabacines (local)	0,80
(no local)	0,90
Redondos (local)	0,80
Zucchini (local)	1,30
Calabazas (local)	0,80
(no local)	0,70
Cebollas Cebolletas (local)	3,20
Blancas (no local)	0,80
Blancas (local)	0,90
Moradas (local)	1,40
Cebollino (local)	10,00
Coles Repollo (local)	0,70
Lombarda (local)	0,80
Coliflor (local)	1,50
(no local)	2,00
Champiñón (no local)	2,20
Escarolas (local)	0,70
Espinacas (local)	2,00
Escarolas (local)	0,70
Habichuelas Redondas Bobby (local)	2,80
Coco Planas (local)	2,20
Habas Verdes (local)	2,50
Lechugas Batavia (local)	0,85
Romanas Alargadas (local)	1,80
Iceberg (local)	1,10
Cogollos de Tudela (local)	13,50
Hoja de Roble (local)	2,10
Lollo Rosso (local)	1,65
Nabos (local)	2,00
Colinabos (local)	1,80
Pepinos (local)	0,80
Perejil (local)	3,25
Pimientos Verdes (local)	1,20
Rojo (local)	1,70
Rojo (no local)	1,50
Padrón (local)	3,00
Padrón (no local)	3,20
Amarillo (local)	2,20
Puerros (local)	0,80
Rabanillas (local)	1,00
Rábanos (local)	2,00
Romero (local)	15,00
Rúcula (local)	4,80
Champiñón (local)	5,00
Tomates Pera (local)	1,50
Pera (no local)	2,00
Salsa (local)	1,00
Salsa (no local)	1,40
Ensalada (local)	1,60
Ensalada (no local)	1,70
Cherry (local)	2,40
Cherry (no local)	2,20
Tamarillo (local)	1,50
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (no local)	0,65
Segunda (local)	0,90
Primera (local)	1,40
Batatas Otras (local)	1,50
Yema Huevo (local)	2,20
Lanzarote (no local)	1,30
Blancas (local)	1,50
Pimientas Otras (local)	6,00
Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	6,00
Berros (local)	1,80
Beterrada (local)	1,20
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	2,40
Piña Mollo Dulce (local)	1,80
(no local)	3,00
Ñames (local)	5,50
Yuca (no local)	2,55
Jengibre (no local)	2,55
Pantanas (local)	1,50
Hinojo (no local)	1,80
Piña de Mollo (local)	1,50
(no local)	2,70
Brcol (local)	2,60
(no local)	3,00
Hierba Huerto (local)	4,50
PATATAS	Euros/kg
Patatas	
Otras Blancas (no local)	0,70
Otras Blancas (local)	0,80
Up To Date (local)	1,20
King Edward (local)	1,20
Cara (local)	0,65
Cara (no local)	0,80
Rosada (local)	1,00
Bonita (local)	3,00
Negra (local)	2,50

Slaney (local)	0,70
Red-Cara / Druid (local)	0,60
Red-Cara / Druid (no local)	0,80
Colorada Baga (local)	4,00
Galáctica (local)	0,80
Rooster (local)	0,90

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 8 al 12 de julio de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,00
Cerezas	3,00
Ciruelas	1,20
Limonas	1,40
Melocotones Rojos	1,40
Melón Piel de Sapo	1,80
Nectarinas	1,40
Nísperos	3,00
Pera Ercolini	2,70
Sandías	0,70
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjenas	1,50
Calabacines	0,80
Cebolla	0,50
Judía Verde Perona	2,40
Lechugas	0,42
Patatas Calidad	0,60
Pepinos	1,50
Pimientos Verdes	1,10
Tomate Maduro	1,40
Verde	1,50

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 15 de julio de 2022, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.)	1,20
Kiwi	1,60
Limón	1,00
Manzana Royal Gala	0,80
Golden	0,90
Pera	0,95
Conferencia	1,40
VERDURAS Y HORTALIZAS	Euros/kg
Calabacín	0,75
Calabaza	1,40
Guindilla	0,60
Jengibre	1,95
Judía	2,30
Pimiento Verde Italiano	1,05
Padrón	3,90
Tomate Daniela	0,80
MM Raf	1,85
OTROS	Euros/kg
Almendra	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California	1,40

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 12 de julio 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	240,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	347,00
CENTENO	
Centeno	352,00
COLZA	
Importación 34/36%	400,00
GARROFA	
Harina	260,00
Troceada	270,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	384,00
GIRASOL	
Importación 34%	365,00
Semillas de Girasol	690,00
Torta de Girasol	S/C
Importación 28/3	302,00
MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación	382,00
Importación	363,00
Importación CE	375,00
MIJO	
Importación	520,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%	552,00
Harina Soja Nacional 47%	552,00
Aceite Crudo de Soja	1.525,00
Salvados de Soja	318,00
SORGO	
Importación	370,00
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	270,00

Forrajero	375,00
Panificable, mín. 11	390,00
Triticales	S/C
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
ALMENDRAS	
Común 14 mm	5.600,00
Largueta 12/13 mm	6.100,00
Largueta 13/14 mm	7.000,00
Marcona 14/16 mm	11.700,00
Marcona 16 mm	12.000,00
AVELLANA	
Negreta en grano	S/C
PIÑÓN	
Castilla	60.000,00
Cataluña	59.500,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
GUISANTE	
Forrajero	S/C
Forrajero	
Importación	S/C
ACEITE	
Palmiste	
Importación	265,00
Crudo de Palma	1.379,00

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 14 de julio de 2022. Información de EFEAGRO. (Últimos precios recibidos).

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª	243,00
Rama campo 2ª	213,00
AVENA	
Avena	
Blanca	310,00
Rubia	315,00
Forraje Avena	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl	299,00
Pienso +62 kg/hl	304,00
CENTENO	
Centeno	300,00
GIRASOL	
Pipa Alto Oleico	S/C
Pipa de Girasol	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	330,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	470,00
Duro Proté=12%	460,00
Extensible Chamorro	375,00
Forrajero	335,00
Gran Fuerza w 300	400,00
Media Fuerza w -300	390,00
Panificable	345,00
Triticales	330,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	440,00
Yero Grano	410,00

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 12 de julio de 2022. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	493,00
Grupo 2	487,00
Grupo 3	481,00

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 27, del 5 al 11 de julio de 2020, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
(Kg/árbol)		
(Cotización más frecuente)		
LIMÓN		
Verna	0,30-0,50	Alicante
FRUTAS	Euros/Kg	Zona
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Cereza Staking	2,00-2,15	Alicante
Ciruela Tipo Black	0,15-0,35	Valencia
Sandía con Pepitas	0,15-0,23	Castellón
Con Pepitas	0,31-0,35	Valencia
Mini sin Pepitas	0,20-0,23	Castellón
Sin Pepitas	0,27-0,32	Alicante
Sin Pepitas	0,23-0,55	Castellón
Sin Pepitas	0,40-0,44	Valencia
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Acelga	0,47-0,55	Alicante
Berenjena		
Rallada	0,36-0,77	Alicante
Rallada	0,85	Castellón
Rallada	0,50-1,06	Valencia
Negra	0,85-1,30	Castellón

Negra	0,50-0,88	Valencia
Boniato		
Rojo	0,36-0,37	Alicante
Calabacín	0,36-0,47	Alicante
Calabacín	0,25-0,30	Castellón
Calabacín	0,40-0,70	Valencia
Blanco	0,51-0,65	Castellón
Cebolla Babosa	0,34-0,39	Valencia
Col		
Lombarda	0,25-0,30	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,25-0,28	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,20-0,32	Castellón
Haba Roja	3,83-4,68	Castellón
Roja	2,64-2,82	Valencia
Judía Perona	3,83-4,68	Castellón
Lechuga		
Maravilla	0,25-0,57	Castellón
Romana	0,19-0,39	Castellón
Trocadero	0,25-0,64	Castellón
Patata		
Blanca	0,35-0,60	Alicante
Blanca	0,20-0,51	Castellón
Roja	0,15-0,50	Castellón

Pepino		
Blanco	0,72-1,20	Alicante
Blanco	1,19-1,40	Castellón
Pimiento		
California Amarillo	0,40-0,70	Alicante
Rojo	0,50-0,80	Alicante
Verde	0,40-0,70	Alicante
Lamuyo Verde	0,30-1,20	Alicante
Lamuyo Verde	1,00-1,14	Valencia
Lamuyo Rojo	0,30-1,20	Alicante
Lamuyo Rojo	1,20-1,45	Castellón
Lamuyo Rojo	1,00-1,32	Valencia
Dulce Italiano	0,56-1,27	Alicante
Dulce Italiano	0,65-1,35	Castellón
Dulce Italiano	0,75-0,88	Valencia
Industria	0,15-0,31	Alicante
Tomate		
Acostillado	0,97-1,72	Alicante
Valenciana	0,90-2,80	Castellón
Valenciana	1,50-2,64	Valencia
Redonda Lisa	0,99-1,27	Alicante
Redonda Lisa	1,06-1,50	Castellón
Redonda Lisa	1,00-1,76	Valencia

Daniela	0,77-1,01	Alicante
Pera	0,55-0,85	Castellón
Pera	0,70-1,00	Valencia
Muchamiel	0,91-1,29	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)		
ALMENDRAS		
Comuna	3,51-3,61	Alicante
Largueta	5,21-5,31	Alicante
Marcona	7,16-7,26	Alicante
Planeta	3,56-3,66	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
(Entrada almacén. Cotización más frecuente)		
ACEITE		
Oliva		
Lampante >2°	3,15-3,25	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	3,30-3,35	Castellón
Oliva Virgen Extra	3,50-3,60	Castellón
MIEL		
Flor de naranjo	4,50	Castellón
Miflores	3,30-3,50	Castellón
De Romero	4,80-5,20	Castellón

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 13 de julio de 2022, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	335,00
Cebada	320,00
Triticale	325,00
Centeno	S/C
Avena	320,00
Maíz	340,00
FORRAJE	Euros/Kg
Alfalfa Paquete Rama	240,00
Paquete Deshidratado	330,00
Paja 1ª (Cebada)	50,00
Veza Forraje de 1ª	200,00
Forraje	150,00

Lonja de Murcia

Información de los precios de las almenbras, del 14 de julio de 2022. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidor, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona	7,40
Largueta	5,37
Comuna	3,65
Ferragnes	4,07
Garrigues	4,68
Guara	3,70
Ramillete	4,64
Comuna Ecológica	7,94

Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 11 de julio de 2022, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

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

Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 11 de julio de 2022, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	352,00
Cebada P.E. (+64)	327,00
Avena	325,00
Centeno	324,00
Triticale	330,00
Maíz (14°)	366,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Guisantes	397,00
Garbanzo Pedrosillano	S/C

Lenteja Armuña (IGP)	S/C
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol Alto Oleico	S/C
Colza	610,00
FORRAJES	Euros/Tm
Avena Forraje	147,00
Paja Paquete Grande	59,00
Alfalfa Empacada	254,00
Veza	184,00

Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 7 de julio de 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa	
Empacada	177,00
Avena	325,00
Cebada	
Nacional de 62 Kg/Hl	319,00
Centeno	315,00
Girasol	590,00
Girasol 9-2-44	S/C
Paja Empacada	51,00
Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl	335,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 12 de julio de 2021. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	S/O
Grupo 4	S/O
Grupo 5, Pienso	S/O
Pienso Importación	S/O
TRIGO DURO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	S/O
Grupo 4	S/O
Triticale Nacional	S/O
Importación	S/O
Avena Importación	S/O
Nacional	S/O
Cebada, Igual y más de 64	345,00
Menos de 64	340,00
Importación Origen Puerto	S/O
Maíz Importación origen Puerto	365,00
Nacional	S/O
Habas Nacional	485,00
Importación	S/O
Guisantes Nacional	475,00
Importación	S/O
Girasol Alto oleico +80%	S/O
Convencional	S/O
Colza	S/O

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 7 de julio de 2022. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2021-2022).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero	363,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl	325,00

Pienso -62 kg/Hl	319,00
AVENA	
Rubia	340,00
Pienso	340,00
TRIGO	
Duro Pr>12	S/C
Pienso +72 Kg/Hl	365,00
Fuerza +300w +14 pr	S/C
Fuerza -300 +12,5 pr	S/C
Panificable Pr>11, W<200	375,00
Chamorro	S/C
Triticale	345,00
Centeno	S/C
Yeros	430,00
Garbanzo sin limpiar	S/C
Veza	480,00
Guisante	S/C
NOTA: Bajada generalizada de las cotizaciones de los cereales en consonancia con otras lonjas. Ligera subida en veza.	
Próxima reunión el 21 de julio de 2022.	

Lonja de Valencia

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 14 julio de abril de 2022.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible Valencia	S/C
J. Sendra,	
disp. Valencia	S/C
Monsianell,	
disp. Valencia	S/C
Fonsa,	
disp. Valencia	S/C
Guadamar,	
disp. Valencia	S/C
Furia,	
disp. Valencia	S/C
Gladío y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/C
Sirio, disp. Valencia	S/C
Puntal	S/C
Bomba,	
disp. Valencia	S/C
Precios según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado,	
disponible Valencia	800,00-820,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disponible Valencia	820,00-830,00
Guadamar Extra,	
disponible Valencia	740,00-760,00
Largo Índica,	
disponible Valencia	780,00-800,00
Precios por tonelada a granel.	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia	260,00-270,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia	460,00-470,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia	490,00-500,00
CEREALES-LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Maíz Importación,	
disp. Puerto Valencia	365,00-367,00
Maíz Nacional,	
destino Valencia	Sin Operaciones
Cebada	
Nacional, dest. Val.	335,00
Avena Rubia,	
dest. Valencia	345,00
Blanca, dest. Valencia	345,00
Guisantes Nacional,	
dest. Valencia	Sin Operaciones

Veza Nacional	Sin Operaciones
Semilla Algodón,	
destino Valencia	Sin Operaciones
Trigo Pienso Nacional,	
Tipo 1	S/C
Tipo 2	S/C
Tipo 3	S/C
Tipo 4	S/C
Tipo 5	375,00
Trigo importación	S/C
Precios por tonelada a granel.	
TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona	549,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona	559,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona	317,00
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia	120,00
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida	285,00-305,00
14% prot., Aragón/Lérida	265,00-285,00
B. Balas s/calidad A./Lér 320,00-390,00	
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona	302,00-303,00
disponible Andalucía	295,00-297,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona	365,00-366,00
Palmiste,	
disp. Valencia	277,00-297,00
Harina de Colza, dest. Valencia	400,00
Gluten Feed,	
disp. Valencia	335,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia	380,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona	384,00-385,00
Import. disp. Andalucía	383,00-384,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	295,00
Hojas, destino Valencia	380,00
Tercecerillas, destino Valencia	S/C
Precios por tonelada a granel.	
GARROFAS Y DERIVADOS	Euros/Tm
Variiedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia	S/C
Zona Alicante	S/C
Zona Castellón	S/C
Zona Tarragona	S/C
Zona Murcia	S/C
Zona Ibiza	S/C
Zona Mallorca	S/C
Precios tonelada a granel s/rendimientos	
Troceada Integral,	
disp. orig.	Casi sin existencias
Troceada sin Harina	
disponible origen	Casi sin existencias
Troceado Fino,	
disp. origen	Casi sin existencias
Garrofin,	
disponible origen	Sin Operaciones
LEGUMBRES	Euros/Tm
Disponible origen	
ALUBIAS	
Redonda Manteca	S/C
Pintas	
Granberry	1.850,00
Michigan	1.600,00
Canellini	
Argentina 170/100	1.550,00
Blackeyes	1.700,00
Negras	1.500,00
Garrofin	2.500,00

GARBANZOS	
Nuevos 44/46	1.750,00
Nuevos 34/36	2.300,00
Nuevos 50/52	
(tipo café americano)	1.650,00
LENTEJAS	
USA Regulars	1.550,00
Laird Canadá	1.250,00
Stone	1.350,00
Pardina Americana	1.500,00
Precios por tonelada, mercancía envasada.	
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11,	
disponible origen	2.450,00
Chino 11/13,	
disponible origen	2.300,00
CACAHUETE MONDADO	

MERCADOS NACIONALES

OLEAGINOSAS Y PROTEAGINOSAS

La cosecha del grano de colza se encuentra muy avanzada. Los rendimientos medios de esta campaña estarán en torno a los 2.500-3.000 kg/ha.

FORRAJERAS	Euros/Kg
Heno	

De alfalfa.....17,00
Por segunda semana consecutiva, el heno de alfalfa vuelve a subir ligeramente su cotización, en una coyuntura con una oferta limitada y una demanda continua, principalmente a los mercados de Asia.

CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón,	

Granel (Pie Cortado).....	2,20
Bandeja (Pie Cortado).....	2,40
Industria 1ª Raíz.....	0,90
Industria 2ª Pie Cortado.....	0,80

Seta	Euros/Kg
Ostra Granel.....	2,65
Ostra Bandeja.....	3,50

Seta	Euros/Kg
Shii-Take Granel.....	4,50

La seta de ostra en formato bandeja incrementa su cotización en un momento en el que hay una falta de oferta propiciada por este ambiente caluroso. Sin embargo, el champiñón en fresco mantiene fijos sus precios una semana más.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Borrajá.....	1,10

Lechuga	Euros/Kg
Rizada.....	4,00

Repollo Hoja Rizada.....	0,25
Brócoli.....	0,80
Cebolleta.....	0,50

Alubia	Euros/Kg
Verde Fresco.....	2,50

Pocha (invernadero).....	3,90
Calabacín.....	0,40
Tomate 1ª.....	0,80

Tomate 2ª.....	0,50
Tomata.....	1,00
Pera.....	0,70

Pepino	Euros/Kg
Corto.....	0,80
Largo.....	0,70

Pimiento	Euros/Kg
Verde de Cristal.....	1,90
Verde Italiano.....	1,00

Entrados en el mes de julio, los consumidores han comenzado el periodo vacacional cambiando sus hábitos de consumo y, por tanto, reduciéndose las ventas del producto local. En un contexto de mínima demanda, el incremento de los precios de ciertas hortalizas es consecuencia de la reducida oferta existente, resultado de las elevadas temperaturas producidas en las semanas anteriores.

Los principales cultivos afectados han sido la lechuga, la alubia verde, la alubia pocha, la borrajá y la acelga, la cual, esta semana queda sin cotización, ya que todo el género ha quedado estropeado.

FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO MELOCOTÓN	

Nectarina Amarilla 65+.....	1,10
Paraguay 70+.....	0,90
Albaricoque 40+.....	1,35

CEREZA	Euros/Kg
24-26 mm.....	1,00
26-28 mm.....	1,30
28-30 mm.....	2,00
+30 mm.....	2,70

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

Durante estos días han llegado las primeras nectarinas de producción local registrando un precio elevado gracias a la menor producción ya anunciada. El resto de frutas de hueso mantienen estables los precios en una semana donde la poca oferta actual puede cubrir, por el momento, la demanda existente. Ya se están recogiendo las variedades tardías de cerezas que han visto adelantar su cosecha como consecuencia de las altas temperaturas, en una semana en la que todos los calibres han defendido su cotización.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS	

Común.....	0,62
Largueta.....	1,16
Marcona.....	1,54

Floración	Euros/Kg
tardía.....	1,28
Ecológica.....	1,71

Comienza julio sin cambios en la tablilla, en un mercado con escasas operaciones y esperando a la nueva cosecha.

Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 4 al 10 de julio de 2022.

CEREALES

■ **De invierno:** Avanza la recolección en las provincias orientales de **Almería** y **Granada**, en las que se encontraba algo más retrasada. En el resto de zonas, la campaña está muy avanzada y se realiza la confección y retirada de las pacas de paja, se aprovechan a diente los rastrojos en algunos casos y se labran las parcelas. En la provincia de **Sevilla**, se obtienen rendimientos medios bajos en seco y calidad media, quedando pendientes parcelas que probablemente no se cosecharán por no merecer la pena. En **Jaén**, en las comarcas de **Sierra Morena** y **Campaña Norte**, se han recolectado **trigos duros** de la variedad **Amilcar**, con rendimientos medios para lo que ha sido el año. Los **trigos blandos** y **cebadas** de la zona han tenido una producción algo inferior a la esperada. En **Huelva**, en municipios tales como **Escacena, Paterna del Campo, Manzanilla, Villalba del Alcor, la Palma del Condado** y **Villarrasa**, se recogen **trigos blandos, duros** y **cebadas**. La recolección está siendo más tardía, no existen problemas de humedad, pero sí algo de impurezas y el peso específico es más bajo que en campañas anteriores. En **Granada**, en la comarca de **Huésca, zona de La Puebla de Don Fadrique- Huésca**, las **cebadas** están finalizando la recolección y los rendimientos están siendo en general malos. El **trigo blando** que se recoge está teniendo rendimientos bajos.

■ **De primavera:** Debido a la escasa disponibilidad de agua para riego, en esta campaña finalmente se ha sembrado aproximadamente un tercio de la superficie habitual de **arroz** en la provincia de **Sevilla**, localizada casi toda en la cabecera de ambas márgenes de la zona arrocera. La fenología de este cultivo se acelera con las elevadas temperaturas, en la mayoría de las parcelas el **arroz** se encuentra iniciando el ahijamiento, estando en máximo ahijado las más adelantadas. Se le aplican tratamientos herbicidas. En **Cádiz**, el estado fenológico predominante del **arroz** se observa algo más retrasado que en **Sevilla**, estando en la comarca de **La Janda** y zona de **Medina Sidonia** las plantas emergiendo y con 2-3 hojas. La nascencia no está siendo del todo buena y se ven parcelas con falta de plantas. En las comarcas de **La Janda** y **La Campiña de Cádiz**, encontramos numerosas parcelas de sorgo. Los estados fenológicos varían, desde fincas con las plantas en desarrollo de hojas y crecimiento del tallo, hasta parcelas en estado de floración, con una altura de 1-1,2 metros y abundante follaje. En el cultivo del **maíz**, en **Sevilla** se observa la floración y llenado de las mazorcas en el **maíz** grano, con poca superficie sembrada de este cultivo. En las comarcas de **La Campiña de Cádiz** y **Costa Noroeste** el cultivo presenta las mazorcas en estado fenológico de grano lechoso y llenándose. Las más avanzadas se encuentran en estado pastoso, una vez pasada la fase acuosa. En **Córdoba**, debido a la restricciones de agua para riego, la superficie de **maíz** cultivada en la provincia durante esta campaña es de unas 128 has, un descenso considerable con respecto a campañas anteriores. El estado fenológico se encuentra entre floración y llenado de la mazorca. En **Jaén**, en la comarca de la **Sierra Norte, zona de Andújar y Marmolejo**, el **maíz** observado se encuentra entre el estado fenológico de crecimiento del tallo como más tardío y el más avanzado de floración. Con la panocha saliendo y en su fecha normal. Una de las variedades más empleadas es **Oboe**. Se riega por goteo e inundación según parcelas y presenta un estado fitosanitario bueno.

■ **De primavera:** Debido a la escasa disponibilidad de agua para riego, en esta campaña finalmente se ha sembrado aproximadamente un tercio de la superficie habitual de **arroz** en la provincia de **Sevilla**, localizada casi toda en la cabecera de ambas márgenes de la zona arrocera. La fenología de este cultivo se acelera con las elevadas temperaturas, en la mayoría de las parcelas el **arroz** se encuentra iniciando el ahijamiento, estando en máximo ahijado las más adelantadas. Se le aplican tratamientos herbicidas. En **Cádiz**, el estado fenológico predominante del **arroz** se observa algo más retrasado que en **Sevilla**, estando en la comarca de **La Janda** y zona de **Medina Sidonia** las plantas emergiendo y con 2-3 hojas. La nascencia no está siendo del todo buena y se ven parcelas con falta de plantas. En las comarcas de **La Janda** y **La Campiña de Cádiz**, encontramos numerosas parcelas de sorgo. Los estados fenológicos varían, desde fincas con las plantas en desarrollo de hojas y crecimiento del tallo, hasta parcelas en estado de floración, con una altura de 1-1,2 metros y abundante follaje. En el cultivo del **maíz**, en **Sevilla** se observa la floración y llenado de las mazorcas en el **maíz** grano, con poca superficie sembrada de este cultivo. En las comarcas de **La Campiña de Cádiz** y **Costa Noroeste** el cultivo presenta las mazorcas en estado fenológico de grano lechoso y llenándose. Las más avanzadas se encuentran en estado pastoso, una vez pasada la fase acuosa. En **Córdoba**, debido a la restricciones de agua para riego, la superficie de **maíz** cultivada en la provincia durante esta campaña es de unas 128 has, un descenso considerable con respecto a campañas anteriores. El estado fenológico se encuentra entre floración y llenado de la mazorca. En **Jaén**, en la comarca de la **Sierra Norte, zona de Andújar y Marmolejo**, el **maíz** observado se encuentra entre el estado fenológico de crecimiento del tallo como más tardío y el más avanzado de floración. Con la panocha saliendo y en su fecha normal. Una de las variedades más empleadas es **Oboe**. Se riega por goteo e inundación según parcelas y presenta un estado fitosanitario bueno.

■ **De primavera:** Debido a la escasa disponibilidad de agua para riego, en esta campaña finalmente se ha sembrado aproximadamente un tercio de la superficie habitual de **arroz** en la provincia de **Sevilla**, localizada casi toda en la cabecera de ambas márgenes de la zona arrocera. La fenología de este cultivo se acelera con las elevadas temperaturas, en la mayoría de las parcelas el **arroz** se encuentra iniciando el ahijamiento, estando en máximo ahijado las más adelantadas. Se le aplican tratamientos herbicidas. En **Cádiz**, el estado fenológico predominante del **arroz** se observa algo más retrasado que en **Sevilla**, estando en la comarca de **La Janda** y zona de **Medina Sidonia** las plantas emergiendo y con 2-3 hojas. La nascencia no está siendo del todo buena y se ven parcelas con falta de plantas. En las comarcas de **La Janda** y **La Campiña de Cádiz**, encontramos numerosas parcelas de sorgo. Los estados fenológicos varían, desde fincas con las plantas en desarrollo de hojas y crecimiento del tallo, hasta parcelas en estado de floración, con una altura de 1-1,2 metros y abundante follaje. En el cultivo del **maíz**, en **Sevilla** se observa la floración y llenado de las mazorcas en el **maíz** grano, con poca superficie sembrada de este cultivo. En las comarcas de **La Campiña de Cádiz** y **Costa Noroeste** el cultivo presenta las mazorcas en estado fenológico de grano lechoso y llenándose. Las más avanzadas se encuentran en estado pastoso, una vez pasada la fase acuosa. En **Córdoba**, debido a la restricciones de agua para riego, la superficie de **maíz** cultivada en la provincia durante esta campaña es de unas 128 has, un descenso considerable con respecto a campañas anteriores. El estado fenológico se encuentra entre floración y llenado de la mazorca. En **Jaén**, en la comarca de la **Sierra Norte, zona de Andújar y Marmolejo**, el **maíz** observado se encuentra entre el estado fenológico de crecimiento del tallo como más tardío y el más avanzado de floración. Con la panocha saliendo y en su fecha normal. Una de las variedades más empleadas es **Oboe**. Se riega por goteo e inundación según parcelas y presenta un estado fitosanitario bueno.

■ **De primavera:** Debido a la escasa disponibilidad de agua para riego, en esta campaña finalmente se ha sembrado aproximadamente un tercio de la superficie habitual de **arroz** en la provincia de **Sevilla**, localizada casi toda en la cabecera de ambas márgenes de la zona arrocera. La fenología de este cultivo se acelera con las elevadas temperaturas, en la mayoría de las parcelas el **arroz** se encuentra iniciando el ahijamiento, estando en máximo ahijado las más adelantadas. Se le aplican tratamientos herbicidas. En **Cádiz**, el estado fenológico predominante del **arroz** se observa algo más retrasado que en **Sevilla**, estando en la comarca de **La Janda** y zona de **Medina Sidonia** las plantas emergiendo y con 2-3 hojas. La nascencia no está siendo del todo buena y se ven parcelas con falta de plantas. En las comarcas de **La Janda** y **La Campiña de Cádiz**, encontramos numerosas parcelas de sorgo. Los estados fenológicos varían, desde fincas con las plantas en desarrollo de hojas y crecimiento del tallo, hasta parcelas en estado de floración, con una altura de 1-1,2 metros y abundante follaje. En el cultivo del **maíz**, en **Sevilla** se observa la floración y llenado de las mazorcas en el **maíz** grano, con poca superficie sembrada de este cultivo. En las comarcas de **La Campiña de Cádiz** y **Costa Noroeste** el cultivo presenta las mazorcas en estado fenológico de grano lechoso y llenándose. Las más avanzadas se encuentran en estado pastoso, una vez pasada la fase acuosa. En **Córdoba**, debido a la restricciones de agua para riego, la superficie de **maíz** cultivada en la provincia durante esta campaña es de unas 128 has, un descenso considerable con respecto a campañas anteriores. El estado fenológico se encuentra entre floración y llenado de la mazorca. En **Jaén**, en la comarca de la **Sierra Norte, zona de Andújar y Marmolejo**, el **maíz** observado se encuentra entre el estado fenológico de crecimiento del tallo como más tardío y el más avanzado de floración. Con la panocha saliendo y en su fecha normal. Una de las variedades más empleadas es **Oboe**. Se riega por goteo e inundación según parcelas y presenta un estado fitosanitario bueno.

LEGUMINOSAS Y PROTEAGINOSAS

En las principales zonas productoras de **garbanzo** se va produciendo la granazón y maduración, secado de las vainas e inicio de la recolección. En **Cádiz**, el calibre de los **garbanzos** es medio-bajo, pues no han engordado lo suficiente.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

■ **Huelva:** En las comarcas **Condado Campiña** y **Condado Litoral**, ha finalizado la campaña de la **patata temprana**. Se observaron parcelas en **Almonte, Chucena, Manzanilla y Villalba del Alcor** con rendimientos oscilando entre las 25-35 t/ha. La campaña comenzó tarde y ha sido aceptable en cuanto a precios. ■ **Málaga:** El estado fenológico predominante de los **boniatos** es el BBCH 30-39 (Crecimiento longitudinal de los brotes principales) y en los más avanzados el BBCH 41-49 (Desarrollo de las partes vegetales cosechables). En la comarca de **Vélez-Málaga** el cultivo se encuentra en estado fenológico de crecimiento de brotes laterales y desarrollo de hojas. Se observan parcelas en **Torrox, Nerja** y otros municipios de la costa.

CULTIVOS INDUSTRIALES

La mayoría de las parcelas sembradas de **remolacha azucarera** presentan una fenología de madurez cercana al punto de recolección. Se incrementa la pérdida de masa foliar a medida que transcurren los días desde el último riego. Avanza la recolección, obteniéndose en **Sevilla** rendimientos medios bajos en seco y en regadío. Estado fenológico dispar en el cultivo del **algodón**, muchas parcelas se encuentran en estado de floración y primeras cápsulas pequeñas, las más atrasadas en desarrollo vegetativo y las más adelantadas con las primeras cápsulas grandes. En el cultivo del **girasol**, en **Sevilla**, principal productora de este cultivo de nuestra comunidad, se observa la maduración y llenado de la pipa en la mayoría de las parcelas sembradas y se va generalizando el cambio de la coloración de verde a marrón. En **Huelva**, se observa una maduración acelerada de los **girasoles** a la vez que se van secando las flores. En las parcelas más tardías, hay panochas con las hojas marchitándose y cambiando de color y otras en plena floración y formándose la semilla. En **Córdoba**, los **girasoles** más adelantados presentan las hojas secándose en la zona basal de la planta y los más retrasados siguen en fase de floración, con la planta verde y panochas en crecimiento. Se esperan rendimientos medio-bajos.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Al aire libre:** **Almería:** en los **Vélez**, se están recolectando **lechugas romanas** y **mini**.

El resto sigue en crecimiento vegetativo y desarrollo de hojas. Hay fincas en las que se sigue plantando. En la comarca del **Bajo Almanzora, zona de Pulpí y Cuevas de Almanzora**, se recolectan **sandías rayadas** con y sin pepita principalmente. Los rendimientos están siendo de 70-80 t/ha. En la comarca del **Bajo Almanzora, zona de Pulpí**, se están cortando **melones amarillos tipo Canario** y **melones Piel de sapo** de variedades como **Graciano** y **Macabeo**. Los rendimientos están siendo de 50-60 t/ha, incluso menores. En estos momentos se le está aplicando semanalmente un abonado de nitrato amónico, sulfato potásico, nitrato amónico cálcico y ácido fosfórico, con riegos diarios de unas 2,5 horas. ■ **Córdoba:** En el cultivo de la **sandía**, se está en plena campaña de recolección e iniciándose la de **melones tempranos**.

■ **Granada:** En la comarca de **La Vega**, las **cebollas tardías** se encuentran en estado fenológico de bulbificación, con parcelas adelantadas en maduración debido a las altas temperaturas. En la comarca de **Huésca**, se plantan **lechugas** de las variedades **mini** y **romanas**. Las parcelas más adelantadas se encuentran en recolección. Los **brócolis** de esta zona también se están plantando, estando otras fincas en estado fenológico de desarrollo de las primeras hojitas. En la comarca de **Alhama, riberas del río Alhama**, se han plantado **calabacines**, que se encuentran en estado fenológico de desarrollo de brotes laterales. ■ **Huelva:** En la comarca **Condado Litoral**, la campaña de la **zanahoria** ha terminado. Los tipos cultivados han sido **Baby, Granel** y **Manojos**. Los rendimientos en esta campaña han oscilado entre las 45-47 t/ha de manojos, hasta los 50-52 t/ha de la pelada. La de manojos es de producción y recolección más artesanal, más delicada, mayores descartes y consecuentemente, menor rendimiento. Las labores de recolección del **puerro** han finalizado en la **zona Condado Litoral** hace tan solo unos días, oscilando los rendimientos obtenidos entre las 44-48 t/ha. En la comarca **Condado Campiña, zona de Manzanilla y Villalba del Alcor**, se observan parcelas de **sandía** al aire libre, fundamentalmente negra, con y sin pepitas. No han tenido problemas de plagas ni enfermedades en esta campaña. La recolección ha comenzado en fechas más tardías de lo habitual, los rendimientos, así como las cotizaciones, van siendo buenos. Se observan también parcelas al aire libre de melón, fundamentalmente "**piel de sapo**". La producción y consecuente recolección del fruto se ha retrasado un tanto en esta campaña debido a la adversa climatología en la primavera. Los rendimientos, así como las cotizaciones van siendo buenas. En parcelas de tomate, en **Villalba del Alcor** se observa **tomate pera** en el suelo. El cultivo se encuentra en fase de maduración de fruto. La plantación de esta campaña ha sido más tardía. ■ **Sevilla:** Fructificación y coloración de los primeros frutos en el **tomate de industria**, con poca superficie este año y prácticamente ausente del **Bajo Guadalquivir**. Se está rematando la recolección de **sandías** y se está en plena campaña de los **melones**. Fructificación y engorde de la **cala-**

baza cacahuete. ■ **Protegidos:** **Almería:** En los invernaderos de **Nijar**, se encuentran en solarización y desinfección. Se recogen los últimos **tomates Rama, Rosa, Cherrys** y **Pera**. Ya se dan por finalizada las campañas de primavera y de ciclo largo. Se realizan las primeras plantaciones de tipo **pera** y **ramo**. Se estima que se plante entre un 10 y un 20% más que la campaña anterior. En los invernaderos de **berenjenas**, las del mercado ecológico están produciéndose durante todo el año. Se observan en plena producción las que se pusieron hace 4-5 meses y también otras que están recién plantadas. Además, se están plantando **berenjenas del tipo Larga Negra**. Continúan las plantaciones de **pimientos**, la mayoría del tipo **Palermo**. Fin de campaña prácticamente en los invernaderos de **calabacín**. Hay invernaderos que siguen sacando **calabacines**, pero pocos, la media de kilos ha estado entre 8-12 kg/m². Se están programando los trasplantes de **pepinos** para dentro de 1-2 semanas. En las plantaciones de **sandía** y **melón** está terminada la recolección. En los invernaderos del **Poniente**, se recogen los últimos **tomates de ensalada** y **pera**, por lo que ya se da por finalizada la campaña. Se limpian los invernaderos para desinfectar y preparar el suelo para las próximas plantaciones. Aumenta el número de invernaderos de **pimientos** con plantaciones recientes, las cubiertas están blanqueadas para evitar el exceso de calor en plantas jóvenes. Quedan pocas plantaciones de **berenjenas** en producción, con las cubiertas blanqueadas por el calor y las bandas abiertas. Se realizan las primeras plantaciones de **berenjena** de la nueva campaña. Se están limpiando en los invernaderos de **pepinos** los restos de cultivo y solarizando el suelo, pero ya se empiezan a ver algunos invernaderos con plantaciones nuevas. En los invernaderos de **calabacín**, se está preparando el suelo para el próximo cultivo. Fin de campaña en **sandía** y **melón**. En los semilleros se produce un aumento en el volumen producido, sobre todo de pimientos. ■ **Huelva:** Está finalizando la recolección de **tomates liso redondos** en la comarca de la **Costa**. Se siguen sacando **Cherrys, Cherrys Pera, Cherrys Rama** y **tipo pera**. Los rendimientos oscilan esta campaña entre los 8 kg/mata y los 12 kg/mata. Está finalizando la campaña del **melón** y **sandía** con buenos rendimientos. Los **tomates** y **pimientos** de los invernaderos de **Guadix** y **Baza** se encuentran en estado fenológico de desarrollo de la planta, con algunos pisos sobre los tutores y en floración para las más adelantadas.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Córdoba:** El fruto en los **almendros** va llegando al tamaño de recolección y empieza a endurecerse y cambiar de color. Se realizan labores de grada y eliminación de malas hierbas, así como poda en verde. ■ **Granada:** El estado fenológico más avanzado de los **almendros** en las comarcas de **Montefrío** y **Alhama** es de frutos con el tamaño definitivo y endureciendo el mesocarpio. La pepita también se encuentra en fase de endurecimiento. En las comarcas de **Valle de Lecrín** y **Alpujarras**, el fruto está alcanzando el tamaño definitivo. En las comarcas de **Huésca, Guadix** y **Baza**, el fruto se encuentra en estado fenológico de engorde y endurecimiento. Hay parcelas que tienen una buena carga y con un buen tamaño de pepita, en cambio, en otras hay mermas y se encuentran con la tonalidad verdosa iniciando la maduración. ■ **Málaga:** En los casos más avanzados de **almendros** en las comarcas de **Vélez-Málaga** y municipios como **Colmenar, Riogordo, Villanueva del Rosario, Villanueva del Trabuco, Casabermeja** y **Archidona**, se encuentra en estado fenológico de frutos alcanzando el tamaño de cosecha. Hay zonas muy afectadas por el granizo de semanas atrás, que ha casi acabado con la producción; cayeron dos seguidas y las mermas son muy importantes. El estado de las algarrobas en las comarcas de **Vélez-Málaga** y **Centro Sur** es el de maduración. La recolección se encuentra al 60%, en su fecha natural. Las cotizaciones se encuentran en niveles nunca antes vistos. En las fincas, se eliminan las "sierpes" y varetas del tronco. ■ **Sevilla:** Tamaño definitivo en las **almendras**, endurecimiento del mesocarpio y empezando a separarse el exocarpo. ■ **Frutales de hueso:** **Almería:** En el **Alto Andarax**, se ha iniciado la cosecha en las variedades más tempranas de manzano y peral. ■ **Granada:** Se recogen **cerezas** de la variedad **Starking, Summit, Sylvia** y se prepara la variedad **Hudson** de las más tardías. Los calibres están siendo algo inferiores a otras campañas. ■ **Jaén:** Han acabado variedades de **cerezos** como **Starking** y **Van**. Quedan algunas parcelas de **Picotas** por recolectar. La variedad **Garrafal** todavía no ha finalizado. La variedad **California** ha finalizado. Las producciones para marcos de 8x8m se sitúan entre 6.500-7.500 kg/ha de media. Para las fincas ya recolectadas se riega si tienen agua y el árbol comienza un periodo de reposo vegetativo. ■ **Sevilla:** Crecimiento del fruto en los **kakis**. ■ **Frutos subtropicales:** **Málaga:** En la comarca **Centro Sur**, los **aguacates** presentan frutos en fase de engorde. Las plantaciones de **mangos** al aire libre se encuentran en fase de engorde, en los invernaderos más adelantados se observa la fase de maduración. Se han aplicado fungicidas para combatir el "cenizo". Los árboles de la comarca de **Vélez-Málaga** tienen una buena carga.

■ **Frutos secos:** **Córdoba:** El fruto en los **almendros** va llegando al tamaño de recolección y empieza a endurecerse y cambiar de color. Se realizan labores de grada y eliminación de malas hierbas, así como poda en verde. ■ **Granada:** El estado fenológico más avanzado de los **almendros** en las comarcas de **Montefrío** y **Alhama** es de frutos con el tamaño definitivo y endureciendo el mesocarpio. La pepita también se encuentra en fase de endurecimiento. En las comarcas de **Valle de Lecrín** y **Alpujarras**, el fruto está alcanzando el tamaño definitivo. En las comarcas de **Huésca, Guadix** y **Baza**, el fruto se encuentra en estado fenológico de engorde y endurecimiento. Hay parcelas que tienen una buena carga y con un buen tamaño de pepita, en cambio, en otras hay mermas y se encuentran con la tonalidad verdosa iniciando la maduración. ■ **Málaga:** En los casos más avanzados de **almendros** en las comarcas de **Vélez-Málaga** y municipios como **Colmenar, Riogordo, Villanueva del Rosario, Villanueva del Trabuco, Casabermeja** y **Archidona**, se encuentra en estado fenológico de frutos alcanzando el tamaño de cosecha. Hay zonas muy afectadas por el granizo de semanas atrás, que ha casi acabado con la producción; cayeron dos seguidas y las mermas son muy importantes. El estado de las algarrobas en las comarcas de **Vélez-Málaga** y **Centro Sur** es el de maduración. La recolección se encuentra al 60%, en su fecha natural. Las cotizaciones se encuentran en niveles nunca antes vistos. En las fincas, se eliminan las "sierpes" y varetas del tronco. ■ **Sevilla:** Tamaño definitivo en las **almendras**, endurecimiento del mesocarpio y empezando a separarse el exocarpo. ■ **Frutales de hueso:** **Almería:** En el **Alto Andarax**, se ha iniciado la cosecha en las variedades más tempranas de manzano y peral. ■ **Granada:** Se recogen **cerezas** de la variedad **Starking, Summit, Sylvia** y se prepara la variedad **Hudson** de las más tardías. Los calibres están siendo algo inferiores a otras campañas. ■ **Jaén:** Han acabado variedades de **cerezos** como **Starking** y **Van**. Quedan algunas parcelas de **Picotas** por recolectar. La variedad **Garrafal** todavía no ha finalizado. La variedad **California** ha finalizado. Las producciones para marcos de 8x8m se sitúan entre 6.500-7.500 kg/ha de media. Para las fincas ya recolectadas se riega si tienen agua y el árbol comienza un periodo de reposo vegetativo. ■ **Sevilla:** Crecimiento del fruto en los **kakis**. ■ **Frutos subtropicales:** **Málaga:** En la comarca **Centro Sur**, los **aguacates** presentan frutos en fase de engorde. Las plantaciones de **mangos** al aire libre se encuentran en fase de engorde, en los invernaderos más adelantados se observa la fase de maduración. Se han aplicado fungicidas para combatir el "cenizo". Los árboles de la comarca de **Vélez-Málaga** tienen una buena carga.

CÍTRICOS

■ **Cádiz:** En la comarca de **La Janda**, municipios de **Benalup** y **Medina Sidonia** se observan fincas de **nanjans** con los frutos en fase de engorde. Se están regando y abonando con abonos complejos. Se han dado tratamientos contra el Pijojo Rojo de California y contra la mosca del mediterráneo, ya que aún quedan fincas de **Valencia Late** por recoger en la zona. ■ **Córdoba:** El cultivo se encuentra en estado fenológico de crecimiento del fruto, no pudiendo regar todo lo necesario. La campaña de recolección no ha acabado, quedando mucha fruta en campo y negociándose los contratos de venta a la baja. ■ **Huelva:** La nueva temporada avanza con frutos en fase de crecimiento y engorde, tanto en **mandarinos** como en **nanjans**. ■ **Sevilla:** La fenología dominante es la de frutos al 40% de desarrollo. Se están rematando las últimas parcelas de **Valencias** y **Barberinas**.

VIÑEDO

■ **Almería:** En los **Vélez**, el cultivo presenta un buen estado fitosanitario y se observa una cantidad media de racimos. Variedades de **uva blanca** que se dan en la zona son **Airén, Chardonnay** y **Macabeo**, entre otras. Las tintas que se observan: **Merlot, Cabernet-Sauvignon** y **Syrah**. En el **Alto Almanzora, Municipios de Oria, Cantoria, Albox** y **Partaloo** la **viña** presenta un estado fenológico de racimo compactado y cambio de color. Variedades que encontramos por la zona son **Moscatel** en blancos y **Petit Verdot** y **Garnacha** en tintas. ■ **Cádiz:** Las parcelas más adelantadas en la provincia se encuentran en fase de envero, las altas temperaturas han acelerado la maduración. Las más tardías se encuentran finalizando la compactación del racimo. Se observan fincas en la zona de **Jerez** con los racimos en fase de cambio de color, mientras que en la comarca **Costa Noroeste** la fenología está más retrasada. ■ **Córdoba:** El estado fenológico dominante se sitúa entre K (Grano tamaño guisante) y L (Compactación del racimo). Se realizan trabajos de eliminación de malas hier



Unica amplía su catálogo de producto con la incorporación de Bonafru. / UNICA

Bonafru acuerda su integración en Unica

La cooperativa incorpora por primera vez a su catálogo los frutos rojos y desembarca en Huelva

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Unica amplía su catálogo de producto y, por primera vez, comercializará frutos rojos, gracias a la incorporación de la entidad Bonafru (Cooperativa Hortofrutícola de Bonares), dedicada a la producción y comercialización de fresas, frambuesas y arándanos, con sede en la localidad de Bonares (Huelva).

Bonafru cuenta actualmente con 60 socios activos, y fincas en las localidades onubenses de Bonares, Niebla, Moguer, Lucena del Puerto y San Juan del Puerto, además de Rociana del Condado, Almonte, Lepe y Villablanca. La producción de esta firma alcanzó en la última campaña 2020/21 unos 4,5 millones de kilos, cultivados en 350 hectáreas, y facturó 19 millones de euros en el mismo periodo. En los momentos de mayor actividad productiva, la cooperativa onubense llega a generar 2.500 empleos. Entre sus principales mercados de destino figuran Alemania, además de Reino Unido, Bélgica, Holanda, República Checa, Eslovaquia y Hungría. En menor medida exporta a destinos como Francia y Portugal.

El presidente de Bonafru, Lucas Domínguez, valora como “un privilegio” el hecho de haber entrado en Unica “como la primera empresa de berries. Tenemos un compromiso fuerte por ambas partes para complementar la oferta de productos, aprovechar sinergias y tener acceso a nuevos clientes, al estar en un grupo de esa dimensión, lo que nos permitirá mejorar la rentabilidad de nuestros socios. Esperamos que

Bonafru alcanzó en la campaña 20/21 una producción de 4,5 millones de kilos, cultivados en 350 h

Unica continúa con el objetivo de seguir creciendo en gama y volumen y dar el mejor servicio a los clientes

sea una relación muy duradera y que esta operación nos ayude a unir más al sector de los frutos rojos en Huelva”.

■ AMPLIANDO ZONAS

La entrada de Bonafru supone un paso significativo para la cooperativa de segundo grado, no solo desde la perspectiva de la concentración de la oferta. Como explica el presidente de Unica, José Martínez Portero, “ampliamos nuestra presencia geográfica, ya que es la primera cooperativa de la zona de Huelva en unirse a Unica y nos permite, además, añadir los frutos rojos a la gama que ofertábamos. Los berries son un producto de alto valor nutricional, muy apreciados en los mercados. Bonafru viene, por tanto, a reforzar la oferta de Unica, siempre con el objetivo de seguir creciendo en gama y volumen, y de dar el mejor servicio a los clientes”.



Las dos compañías esperan que sea una relación muy duradera. / UNICA

“El envase de cartón Uniq apoya a todo el sector hortofrutícola”

Joaquín Fernández, director de desarrollo estratégico, señala que “seguridad, confianza y responsabilidad son los tres pilares fundamentales de Uniq”

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Es una realidad que el sello de calidad Uniq, la gran apuesta de la Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado (AFCO), apoya al sector de la fruta y hortaliza. Y en esta línea, Joaquín Fernández, director de desarrollo estratégico de Uniq, señala que “año a año continuamos apoyando la labor del sector hortofrutícola y al conjunto de sus profesionales: operadores, cooperativistas, productores, comercializadores, distribuidores, mayoristas...”.

Bajo esta filosofía durante las últimas semanas Uniq ha estado presente en diferentes eventos, actos y congresos. Participó como colaborador, patrocinador y asistente en la XIX edición del Día Internacional de Cooperativismo 2022 (11 de julio, Níjar). En CitrusForum – I Foro Internacional de Cítricos (21 a 23 de junio, Alicante) surgió la idea de optimizar y alargar la vida del mobiliario, sillas y mesas, de cartón ondulado usados en anteriores eventos, incidiendo en el concepto de sostenibilidad de este sello agrí-

El sello Uniq es garantía del transporte de fruta y hortaliza fresca y el cartón un aval de sostenibilidad

cola líder. Un año más no faltó a la cita del 24º Congreso AECOC Frutas y Hortalizas (14 y 15 de junio, Valencia) como patrocinador y expositor.

Los responsables de AFCO y Uniq también asistieron al VII Congreso Internacional de Frutos Rojos (22 y 23 de junio, Huelva) y a la celebración del 60 aniversario de Valencia Fruits (15 junio, Valencia).

En palabras de Joaquín Fernández, “han sido unas semanas muy intensas y, al mismo tiempo, gratificantes al poder contactar cara a cara, y dejar atrás restricciones por la pandemia, y conocer de primera mano sensaciones y opiniones de los diferentes agentes del sector fruta y hortaliza”. Y en referencia a la efeméride de Valencia Fruits añade que “queremos

dar la enhorabuena a Valencia Fruits por su 60 aniversario y por ser uno de los grandes medios de comunicación del sector hortofrutícola, y con más solera, que informa a diario con rigor y acerca el mundo de los productos frescos a toda la población”.

■ GARANTÍA

El sello de calidad Uniq es garantía del transporte de fruta y hortaliza fresca y el cartón, un aval de sostenibilidad. Los envases Uniq protegen los productos de los daños, del contacto con residuos y de la contaminación cruzada. De hecho, Uniq es el único sello colectivo de calidad para cajas agrícolas que ofrece una alternativa de envase sostenible, eficiente y fiable, aportando valor añadido a la cadena de productos frescos. Joaquín Fernández habla de que “seguridad, confianza y responsabilidad son los tres pilares fundamentales de este sello de calidad” y que “desde Uniq trabajamos día tras día para mejorar y hacer nuestras cajas y barquetas más seguras, más resistentes, más responsables y mucho más sostenibles”.



Patricia Vallejo y Joaquín Fernández, directora de relaciones institucionales y director de desarrollo estratégico de Uniq, en el 24º Congreso AECOC Frutas y Hortalizas. / ÓSCAR ORTEGA

CMR Group abre nueva sede en Portugal

► V.F. REDACCIÓN.

Como parte de su estrategia de internacionalización, CMR Group ha abierto una oficina comercial próxima al Mercado Central Hortofrutícola de Lisboa (MARL). Desde esta privilegiada situación se dará servicio a los clientes ubicados en territorio portugués, poniendo a su disposición la amplia gama de productos del grupo, tanto internacional como procedente de remitentes locales ubicados en

La nueva oficina en el mercado central de Lisboa responde a su estrategia de internacionalización

la península ibérica. Gracias a esta amplia y seleccionada red se estará en disposición de cubrir todas las diferentes cam-

pañas anuales con frutas y hortalizas certificadas de primera calidad.

La oficina estará dirigida por Carlos Serodio, que cuenta con una dilatada experiencia y reconocimiento profesional en el sector hortofrutícola gracias a su amplia trayectoria en el mercado.

Cabe destacar que el grupo cuenta ya con presencia en Barcelona, Madrid, León, Holanda, Francia y Brasil.

Citroguanida LU

LIMPIEZA + DESINFECCIÓN

Nebulizador X3

INNOVADORA TECNOLOGÍA
PARA LA DESINFECCIÓN EFICAZ
DE CÁMARAS Y CENTRALES
HORTOFRUTÍCOLAS

La higiene de la Central Hortofrutícola es imprescindible para el control del podrido en frutas y hortalizas; es necesario evitar la acumulación de esporas R (resistentes) a los fungicidas en uso.

Citroguanida LU es un desinfectante biocida, listo para usar, de amplio espectro de acción. Formulado con nuevas materias activas biocidas, una sal orgánica y biguanida polimérica, que actúan sinérgicamente controlando eficazmente la proliferación de hongos, bacterias y levaduras tanto en ambientes como en superficies.



@Citrosol_com



CITROSOL

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com

info@citrosol.com

Melón y Sandía de La Mancha y Villacañeros

Información elaborada por Nerea Rodríguez

valencia fruits
dossier



CRISTÓBAL JIMÉNEZ / Presidente de la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha

“Que sea una buena campaña depende de las estrategias de la gran distribución”

El mal recuerdo del pasado ejercicio y el aumento generalizado de los costes de producción no han logrado intimidar al sector, que afronta esta campaña de melón y sandía con una mirada positiva. Sin embargo, un repunte de precios en un momento muy poco oportuno ha desencadenado una situación poco alentadora: campañas de desprestigio contra el melón y la sandía en un intento de convertirlos en “productos reclamo”. Que la campaña siga su curso con precios favorables está en manos de las cadenas de supermercados. En palabras del presidente de la Interprofesional, Cristóbal Jiménez, “de las estrategias comerciales de la gran distribución dependerá que la campaña sea, o no, una ruina”.

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. El ejercicio anterior de melón y sandía en Castilla-La Mancha no obtuvo unos resultados muy alentadores. Para que no vuelva a ocurrir lo mismo este año, desde la Interprofesional ya advertían de un descenso de la superficie sembrada de ambos productos. ¿Qué datos de superficie y producción manejan para esta campaña? ¿Hay un posible solapamiento con la producción andaluza y del Levante?

Cristóbal Jiménez. Este año la superficie sembrada de melón en Castilla-La Mancha se ha reducido en unas 650 hectáreas, hasta quedarnos con 5.033 y en sandía, con una reducción de 321 hectáreas, la superficie para esta campaña alcanza las 2.826 hectáreas. Todo esto supone unas 55.000 toneladas menos de producción entre los dos productos.

En cuanto al coste de producción, asumiendo el aumento generalizado del precio de los insumos y materias primas, plantar una hectárea de sandía cuesta unos 13.000 euros, mientras que la hectárea de melón ronda los 10.400 euros.

El ejercicio anterior supuso un punto de inflexión para muchos productores manchegos, ya que muchos perdieron 4.000



Cristóbal Jiménez dice que “muchos agricultores no pueden permitirse otro ejercicio perdiendo dinero”. / IMSCLM

euros por hectárea de sandía debido a las lluvias y a las bajas temperaturas estivales de los países europeos. Por eso, este año los agricultores han sido cautos y han hecho su trabajo, pues con

“Entre 0,34-0,36 euros / kilo en melón, y 0,23-0,25 en sandía, es la media que debe pagarse en el campo para que el agricultor obtenga un margen razonable”

esta reducción de cosecha debería equilibrarse la oferta con la demanda para poder movernos en unos precios razonables, que el melón se venda al consumidor entorno al euro el kilo y la sandía entre 80 y 90 céntimos el kilo. Así, los tres eslabones de la cadena — productor, comercializados y distribuidor — pueden salir adelante y obtener beneficios.

Respecto al solapamiento, no va a ser muy grande si empezáramos a cortar a partir del día 20 de julio. Será una semana la que coincidamos con Andalucía y el Levante. Pero a partir del 10 de agosto prácticamente todo el melón y sandía que circula por España y por Europa es exclusivamente de Castilla-La Mancha, en torno al 98%.

VE. Algunos consumidores han llegado a pagar más de 10 euros por un melón o sandía, aunque como explicaron desde la Interprofesional, esto ocurrió en un momento muy puntual. ¿Qué factores han hecho que este producto alcance estos precios? ¿Han recuperado ya la normalidad?

CJ. Durante poco más de una semana, España estuvo desabastecida de melón y sandía. El único producto que entraba a España y a Europa eran el melón y la sandía procedentes de Marruecos. Pero una vez finalizadas las importaciones, unido al retraso de las campañas nacionales de Andalucía y el Levante por las lluvias de primavera, impidió abastecer el mercado durante un periodo puntual de tiempo. Al estar en un mercado “puro y duro”, sabemos que cuando la oferta excede a la demanda los precios bajan y, al contrario, cuando la oferta es escasa, los precios suben para poder contener la demanda.

No obstante, una vez que han pasado esos días y las producciones nacionales han abastecido el mercado, los precios ya se han ajustado y el mercado ya está equilibrado. Ahora mismo el precio real de la sandía ya está por debajo de los 90 céntimos y el del melón sobre un euro, el umbral mínimo para que ninguno de los tres eslabones de la cadena empiece a perder dinero. Si el precio del producto baja un poco más, el productor podría empezar a vender a pérdidas, algo que está prohibidísimo por la Ley de la Cadena Alimentaria.

VE. El momento en el que estos productos alcanzaron precios tan elevados se han traducido en una campaña de “desprestigio” para el melón y la sandía, y ahora su imagen está encuadrada como si fueran productos de lujo y delicatessen. ¿Por qué cree que ha sucedido esto?

CJ. El melón y la sandía alcanzaron precios elevados en un momento muy determinado por el desabastecimiento del mercado y esto ha sido aprovechado por la gran distribución para hacer una campaña desafortunada contra ambos productos. Sabemos que siempre ocurre, pero este año ha sido de una forma muy descarada. En la Interprofesional consi-

(Pasa a la página 4)

AgroBORJA S.L.

Ctra. N.430 Manzanares - Daimiel • Tels.: 620 729 747 / 639 882 418
E-mail: agroborja.sl@gmail.com • Web: www.agroborjasl.com

Producción y Comercialización de Melones y Sandías



an AgroFresh solution

SmartFresh™ ProTabs lleva tu fruta más lejos.

- Ayuda a mantener la firmeza de la pulpa del melón.
- Retrasa la desecación del pedúnculo.
- Mantiene la apariencia externa.
- Conserva la calidad organoléptica por más tiempo.

AgroFresh

We Grow Confidence™

agrofresh.com

**RESPONSABLE COMERCIAL
ESPAÑA/NORTE:**

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

REGIÓN DE MURCIA:

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

SUR/EXTREMADURA:

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

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

Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo.

©2022 AgroFresh. Reservados todos los derechos. SmartFresh es una marca registrada de AgroFresh.

Titular: AgroFresh Holding France SAS, 23-25 avenue Mac-Mahon, 75017 Paris, Francia
Responsable de la puesta en el mercado: AgroFresh Spain SL, Ciudad de Sevilla, 45-A Paterna, Valencia, 46988, España

SmartFresh™ ProTabs, 1-Metilciclopropeno 2.0% p/p inscrito en el Registro Oficial de Productos Fitosanitarios con el n° ES-00179

INDICACIONES DE PELIGRO:
H315 Provoca irritación cutánea.

H412 Nocivo para los organismos acuáticos, con efectos nocivos duraderos.

“Que sea una...”

(Viene de la página 2)

deramos y entendemos que estos son lobbies de presión que, coincidiendo con que el producto se ha puesto caro y que dentro de poco empieza la campaña en La Mancha, y somos más débiles comercialmente hablando, han aprovechado para utilizar el melón y la sandía como ‘productos reclamo’.

Algunos medios han llegado a afirmar que “la inflación se ceba con las frutas estrella del verano (...) el precio de la sandía y el melón se dispara” como si estos productos fueran los culpables de la inflación que sufrimos. Pero ahora ya se han ajustado los precios e incluso se ha deslizado alguna que otra oferta que puede rozar la venta a pérdidas. Ante estas maniobras comerciales, quien siempre sale perdiendo es el productor y el consumidor. Por este motivo, hacemos un llamamiento a la Administración para que, a través de sus observatorios de precios, se cumpla la Ley de la Cadena Alimentaria.

Que sea una buena campaña o no depende de las estrategias comerciales de la gran distribución. De hecho, nos gustaría que la gran distribución formara parte de la Interprofesional —que actualmente está compuesta por productores y comercializadores—, ya que, una vez incluidos los tres eslabones de la cadena, se podrían analizar los costes de manera más exhaustiva para garantizar que ninguna de las partes pierda dinero y se cumpla la Ley de la Cadena.

El 70% de nuestra producción se comercializa a través de la gran distribución, mientras que las tiendas gourmet, las tiendas de barrio y los mercadillos representan el 30%. Si bien estos últimos son necesarios y se complementan, estamos condenados a entendernos con la gran distribución, y ella con nosotros.

VF. ¿Cómo están respondiendo los consumidores?

CJ. Debido al desabastecimiento puntual que hubo en el mercado, tanto el consumo como las ventas de sandía y melón se redujeron. Sin embargo, una vez superado el “bache”, la oferta está siendo equilibrada y todo el producto que está



En 2022, hay sembradas 7.859 ha de melón y sandía en La Mancha. / VF

disponible en los lineales se está vendiendo. Así que podemos afirmar que, ahora sí, la balanza entre la oferta y la demanda está equilibrada.

VF. En cuanto a los costes de producción, el año pasado el kilo de melón se situaba entre los 0,26 y 0,28 euros y el de sandía entre los 0,18 y los 0,20 euros. Con los costes de producción al alza, ¿cuál sería el baremo de precios que habría que pagar este año en el campo para cubrir los costes y garantizar una mínima ganancia del productor?

CJ. Si no continúan las maniobras comerciales en detrimento del melón y la sandía, nosotros tenemos el precio del coste de producción del melón entre los 34 y los 36 céntimos, y la sandía entre 23 y 25 céntimos para el productor. Esta es la media de precios que deben pagarse en el campo para que el agricultor obtenga un margen empresarial razonable, aunque al tratarse de medias no puede generalizarse a todos, pues habrá quien cubra gastos de manera más raspa y habrá quien pueda obtener un poco más de margen.

VF. ¿Qué sensaciones tienen los productores ante la subida de costes? ¿Preocupa no poder cubrir los gastos si los precios siguen a la baja?

CJ. Siempre hay incertidumbre. El año pasado plantar una hectárea de melón tenía un coste de 8.000 euros, y una de sandía 10.000 euros, pero este ejercicio los costes han tenido un incremento generalizado del 30%. Esto es un 30% más de preocupación para los productores porque eso los puede llevar, si no cubren los costes, a la ruina. Y tras la situación de la pasada campaña, muchos no pueden permitirse otro ejercicio perdiendo dinero, ya que se verían obligados a dejar de sembrar.

VF. Hay voces que dicen que, en La Mancha, en general sobra el 30% de la superficie plantada en sandía y que, con menos hectáreas dedicadas a este cultivo, el producto podría defenderse mejor en el mercado. ¿Opina igual?

CJ. No. Y a mi juicio, quien diga eso desconoce la realidad. En el año 2020, que fue el primer año de pandemia, en Castilla-La Mancha se sembró una superficie de sandía dentro de la media de los últimos cinco años, es decir, unas 2.700 hectáreas. La preocupación se extendió a lo largo del sector por ese flujo de 40 millones de personas que no iban a venir a España en la temporada estival, pero fue un verano muy bueno en Europa y llegamos a exportar el 45% de la sandía a los países que nosotros generalmente venimos exportando: Francia, Alemania, Reino Unido y Países Bajos. Es decir, todos aquellos europeos que no pudieron venir a España y consumir sandía, la consumieron en sus países de origen.

En 2021, dados los buenos resultados del año precedente, plantamos un poco más de sandía, hasta alcanzar las 3.100 hectáreas. Pero ocurrió todo lo contrario: de ese 45% de producción que exportamos en 2020, en 2021 no llegó ni al 12%, y las bajas temperaturas en Europa fueron, mayoritariamente, las responsables de este descenso, porque el consumo interior fue el mismo.

En resumen, no es que nos sobre sandía, es que no estamos preparados para vaivenes como los del año pasado. El consumo de sandía está muy ligado al calor, y el clima es un factor que no podemos controlar.

VF. ¿Qué destaca del melón y la sandía de Castilla-La Mancha?

CJ. En primer lugar, su inmejorable calidad, fruto de nuestro clima, nuestra agua y la tecnología punta que utilizamos. Y también por nuestros productores. Además, los consumidores pueden tener una tranquilidad absoluta cuando consumen nuestros productos, porque todos cumplen estrictos criterios de trazabilidad. Cada melón y cada sandía que sale de cualquier almacén de La Mancha lleva su DNI en el palet: polígono, parcela y productor. Esto es síntoma de una transparencia total y una calidad garantizada.



La asociación pide a la Administración que actúe, obligando a cumplir con la Ley de la Cadena Alimentaria. / ASAJA CIUDAD REAL

La Mancha denuncia la campaña de desprestigio contra el melón y la sandía

La Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha denuncia la campaña ‘orquestada’ en redes sociales y WhatsApp que busca el descenso de los precios en detrimento del productor

El pasado 7 de julio, los miembros de la Asamblea General de la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha denunciaban la campaña de desprestigio que había contra estas frutas y que, durante el mes de junio, inundó las redes sociales y WhatsApp. Una campaña que parece haber sido orquestada buscando el descenso de los precios en detrimento del productor y que ha propiciado fuertes campañas promocionales, convirtiendo al melón y a la sandía en los productos reclamo de las grandes superficies. Por eso, la Interprofesional aclaró en la reunión celebrada a principios de julio que “el alza de los precios fue algo puntual, derivado de la falta de producto en un momento dado, y que ya está totalmente normalizado”.

A menos de dos semanas del inicio de la campaña del melón y la sandía en Castilla-La Mancha, la Interprofesional trasladaba su preocupación por esta situación y pidió la actuación de las diferentes administraciones. Por un lado, la organización regional exigió el cumplimiento de la Ley de la Cadena Alimentaria y

perseguir las prácticas desleales que vayan en contra de esta. Y es que, “la Ley de la Cadena de nada sirve si no se cumple, y la mayor indefensión la tiene el primer eslabón”, señalaba Cristóbal Jiménez, presidente de la interprofesional manchega. Por otro lado, también se solicitó la puesta en marcha de una campaña de estímulo al consumo, para así ayudar al sector y contrarrestar las difamaciones que se han estado vertiendo sobre el melón y la sandía, cuya imagen se ha encuadrado como si de productos de lujo y delicatessen se trataran.

En este sentido, Jiménez, defendía que “el melón y la sandía de La Mancha son frutas de temporada, de gran calidad, con precios competitivos con respecto al resto de frutas, de grandes cualidades, valor nutritivo y cultivos muy sociales, que generan muchos puestos de trabajo”. Además, el presidente de la interprofesional incidió en que “el sector ha hecho hasta el momento todo lo que podía hacer para que no se desplomen los precios: sembrar casi mil hectáreas menos de melón y sandía en La Mancha y trabajar para obtener un producto de gran calidad, como cada año”.

Sin embargo, los productores no han podido hacer nada contra el incesante aumento de los costes de producción. Tanto es así que si el año pasado el kilo de melón se situaba entre los 0,26 y 0,28 € y el kilo de sandía entre los 0,18 y los 0,20 €; este año producir un kilo de melón pasará a costar entre 0,34 y 0,36 € y el kilo de sandía entre 0,23 y 0,25 €, según estimaciones de la Interprofesional.

Cristóbal Jiménez recalcó en que “todos los eslabones de la Cadena Alimentaria deben tener sus márgenes comerciales, pero no a costa del productor”, y recordó que en la campaña pasada hubo pérdidas de 4.000 euros por hectárea, y esto “no se puede repetir porque sería la ruina del sector. Estamos ante una campaña importante, con mucho dinero invertido; pero necesitamos ayuda para incentivar el consumo, porque estimamos que las ventas se están reduciendo sobre un 40% con respecto a una campaña normal por estas fechas”.



PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

“Nosotros sí somos agricultores”





C/ Morales Antequera N° 29
LLANOS DEL CAUDILLO
(Ciudad Real)
Tel.: 926 644 155
E-mail: info@agricolajjf.es
Web: www.agricolajjf.es



INFORMACIÓN PROFESIONAL

BOLLO y DECCO, la calidad del melón desde el campo hasta la mesa

AEMET pronostica que el verano de 2022 se verá afectado por las altas temperaturas, esta tendencia a venido precedida por una ola de calor sin precedentes en la península ibérica por lo temprana que ha sido. El calor continuado, con temperaturas más altas de lo normal, durante los próximos 3 meses van a ser la tónica habitual, unida con bajas posibilidades de precipitaciones.

La radiación solar es necesaria para el desarrollo de las plantas, sin embargo, situaciones extremas estresa el normal desarrollo de tanto la planta/árbol como el fruto. Se producen desajustes internos que perturba todos los aspectos: el crecimiento, el calibre, la producción, la calidad, el nivel de azúcares...

DECCO trabaja diariamente para traer más y mejor fruta al mercado, por eso hemos desarrollado DECCOshield para corregir el estrés que sufre tanto la planta como el fruto por el exceso de radiación solar. DECCOshield es una solución líquida de calcio complejo que funciona especialmente bien para las cucurbitáceas, concretamente en melón y sandía.

DECCOshield es una solución que no se entiende sin la colaboración entre DECCO y BOLLO, ambas empresas comparten su pasión y dedicación para ofrecer fruta de la mejor calidad. DECCOshield es una historia de éxito que ayuda cada verano a los productores de los mejores melones y sandías del mundo a potenciar la calidad del fruto de su trabajo.

Rodrigo Marí del departamento de Desarrollo, Calidad e I+D en Bollo Fruits "DECCOshield nos ofrece seguridad en el manejo de nuestros

melones y sandías, ya que para Bollo la calidad es uno de los atributos principales en nuestros productos. Somos conscientes que la fruta ha de venir buena desde campo por eso para nosotros es importante minimizar los daños provocados por el exceso de sol ya que van más allá del resultado

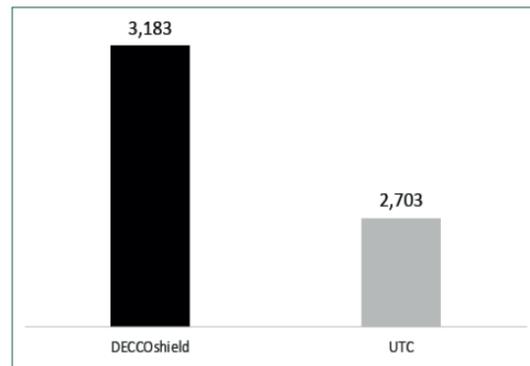


Ilustración 1 Producción de Sandía Próxima cv Kg/HA

visible, una mancha ocre en la piel de los melones provoca un estrés que no se puede revertir, una vez lo sufre la planta no hay vuelta atrás, se verá condicionada la calidad, la vida útil del fruto y condicionará el precio final". Por eso es necesaria la prevención.

DECCOshield ofrece una capa protectora sobre la piel de la fruta actuando como barrera física difundiéndose la radiación, lo que potencia la fotosíntesis. La aplicación es sencilla y su lavado en el almacén lo es aún más gracias a la

formulación única en formato líquido. "Que el producto sea sencillo de aplicar explica en parte la rápida aceptación del mercado, hacer la vida más fácil al agricultor con una solución única y efectiva es necesario sobre todo con un clima que tiende a los eventos extremos. Si queremos producir sandías de calidad, DECCOshield es más que recomendable"

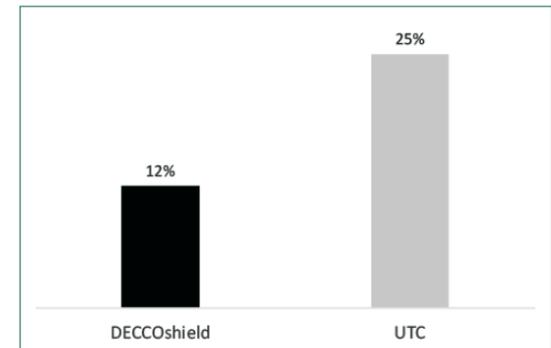


Ilustración 1 Producción de Sandía Próxima cv Kg/HA

INFORMACIÓN TÉCNICA DEL PRODUCTO

DECCOshield® es un fertilizante foliar que contiene Carbonato Cálcico al 60% y se recomienda para corregir deficiencias en calcio. Forma una fina película de partículas sobre la planta lo que le permite una mejor absorción de este. Además, el calcio induce resistencia mecánica en la planta frente a factores abióticos y actúa como osmoprotector y protector frente a la exposición solar.

Por todos los hechos compartidos a lo largo de este artículo, en DECCO Ibérica podemos afirmar que cuando la campaña aprieta, DECCOshield responde. Si quieres saber más sobre nuestras soluciones para la postcosecha, no dudes en ponerte en contacto con nosotros en info@deccoiberica.es

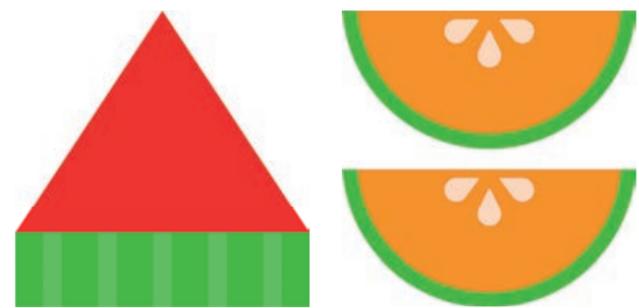
Información elaborada por



DECCOshield

Fertilizante foliar líquido que reduce el estrés y potencia la calidad

- Mayor calibre y homogeneidad de la producción gracias al incremento de la efectividad de la fotosíntesis.
- Protege de la radiación solar excesiva difundiendo la luz.
- Certificado orgánico.



Para Sandía y Melón



deccoiberica.es

Villa de Madrid 54, P.I. Fuente del Jarro
46988, Paterna - Valencia, España

T: +34 961 344 011
E: info@deccoiberica.es



RAMÓN LARA / Presidente de la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya

“Si la temporada 2022 resulta tan negativa como 2021, habrá una criba importante de productores”

Este es uno de los mayores temores de Ramón Lara, presidente de la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya. La temporada se presenta complicada. Después del desastre del año pasado, ahora toca lidiar con costes de producción disparados, un consumo retraído por culpa de la inflación y precios disparados en los lineales, y problemas de mano de obra. La gran esperanza es la exportación porque de ella depende que la demanda fluya, pero para ello es necesario que el verano sea caluroso y sin lluvias.

Valencia Fruits. La Mancha está a pocos días de comenzar su temporada de sandía y melón. En el caso de la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya, ¿cómo se presenta la campaña 2022?

Ramón Lara. Con la vista puesta en el 20 de julio, que es cuando tenemos previsto comenzar a cortar las primeras partidas de sandía, las perspectivas son buenas viendo los precios que hay ahora mismo en el campo con las producciones murcianas.

Sin embargo, nos preocupa cómo afectarán los precios que se han registrado en los lineales, que han estado por las nubes durante la campaña de Almería, y esto ha influido negativamente en el consumo.

VF. Por las informaciones que se han ido publicando, en Murcia, con las producciones al aire libre, la situación se está normalizando y los precios en campo ya están bajando. ¿Se confirman estas informaciones?

RL. Sí. De hecho, a finales de junio, en la zona de Sevilla y Córdoba, en campo la sandía estaba alrededor de los 0,35 €/kilo, nada fuera de lo normal. Lo que no es normal es que con ese precio pagado al agricultor, el precio de mercado supere el 1,30 €/Kilo, porque es desproporcionado y retrae el consumo.

Los precios en campo respecto al año pasado están más altos debido a incremento de los costes de producción, por las razones que todos conocemos. Pero, no se entiende que una vez en el lineal, lleguen a superar 1,30 €/kilo. Esto significa que alguien está fijando unos márgenes abusivos.

VF. ¿Qué podemos avanzar de las cifras de Nuestra Señora de Peñarroya en superficie plantada?

RL. En el caso de nuestra cooperativa, hay menos hectáreas plantadas, especialmente en sandías, aunque al final, esta bajada



Ramón Lara avanza que la cosecha de Peñarroya será de 10,5 millones de kilos. / NR



El melón y la sandía en La Mancha son cultivos, que cuando todo va bien, son producciones rentables, generan puestos de trabajo y dan vida a la región. / ARCHIVO

no ha sido tan fuerte como cabía esperar después del desastre de 2021. En melón, en cambio, la caída es más pronunciada. En total, la superficie rozará las 200 hectáreas, 65 en sandía y 130 en melón, que supone un 18% menos respecto al año pasado. En volumen, si el tiempo acompaña,

la cosecha rondará los 10,5 millones de kilos en total.

VF. ¿Cómo se ha desarrollado la siembra? ¿Cómo evolucionan las plantaciones de los socios?

RL. Las siembras se desarrollaron correctamente durante la primavera, y las plantaciones evolucionan bien a falta de ver

“La gente está muy nerviosa. El año es difícil en todos los aspectos”

“Los costes de producción se han disparado, hay falta de mano de obra y el consumo está bastante parado”

cómo afecta al cuaje el episodio de la ola de calor a principios de junio. La previsión es empezar con los primeros cortes entre el 15 y 20 de julio con la sandía y sobre el 20-25, el melón.

En los primeros días, en melón, no se espera mucha producción ya que no hay mucho temprano plantado, para evitar el solapamiento con Murcia, que está más retrasada de acuerdo a sus fechas tradicionales.

La planificación de las plantaciones ha seguido la misma línea de años anteriores para garantizar producto desde la cuarta semana de julio hasta el mes de octubre.

VF. ¿Cómo están los ánimos entre los socios de la cooperativa?

RL. La gente está muy nerviosa. El año es difícil en todos los aspectos. Los costes de producción se han disparado aumentando casi un 30%, hay falta de mano de obra y el consumo está bastante parado. Hay miedo e incertidumbre entre los productores manchegos, máxime con la nueva reforma laboral que obliga a sustituir la figura del contrato temporal por el “fijo discontinuo”. Un modelo de contratación

poco eficiente y muy alejado de la realidad de campo, que es una nueva complicación, ¿cómo si ya no hubiera suficientes!

Vamos a ver cómo se traduce todo esto una vez que comience nuestra temporada.

VF. ¿La exportación seguirá siendo clave a pesar de batacazo que supuso el año pasado?

RL. Efectivamente, hay que seguir abriendo puertas en la exportación. Para ello, la sandía es nuestra mejor tarjeta de presentación.

El año pasado fue un desastre por la falta de calor en Europa. Pero está demostrado que si el verano es caluroso, la demanda se activa y todo fluye, mejoran los precios, el melón también se vende mejor y el mercado nacional se equilibra. Así las cosas, esperemos que este verano sea caluroso y la exportación funcione como hace dos años, porque eso ayudará a la buena marcha de la campaña.

VF. ¿Cuándo está prevista la primera reunión de la Lonja de Melón y Sandía de La Mancha?

RL. La primera reunión se llevará a cabo entre el 24 y 26 de julio. Aquí me gustaría hacer hincapié en su importancia. En estos años ha demostrado ser una herramienta muy útil tanto para productores como para almacenistas, comercializadores, incluso para las cadenas de supermercados, que llaman una vez concluyen estas reuniones para informarse ya que aporta un buen análisis de los precios por variedades y categorías, y sirven de referencia.

VF. Y hablando de la Interprofesional, ¿por qué no acaba de despejar?

RL. Lamentablemente no está funcionando como nos gustaría por la falta de apoyo de la administración. Es un órgano que podría ayudar a la ordenación de la producción y la comercialización; podría gestionar campañas de promoción inclusive reactivar la figura de calidad de la IGP Melón de La Mancha. Pero en un sector tan atomizado, con tantos intereses encontrados, sin apoyos institucionales... lograr que la Interprofesional funcione como tal es muy complicado.

VF. Otro mal año para la sandía y el melón de La Mancha ¿puede suponer el abandono para muchos productores?

RL. Ya en los últimos años se está viendo cómo muchos productores de melón y sandía están sustituyendo sus producciones por cultivos alternativos como la almendra o el pistacho.

Pero este año, la situación es más crítica con el incremento de todos los costes. Por lo tanto, si la temporada 2022 resulta tan negativa como 2021, habrá una criba importante de productores, sobre todo pequeños y medianos.

Estos últimos años no están siendo nada fáciles. Entre los productores reina la preocupación y el desánimo, con unos costes disparados, problemas con la mano de obra, la inflación, un consumo retraído... A pesar de ello, tenemos que seguir adelante y esperar a que este verano 2022 sea caluroso y la demanda sea fuerte con unos precios justos para todos.

El melón y la sandía en La Mancha son cultivos con muchos años de tradición, que cuando todo va bien, son producciones rentables, generan puestos de trabajo y dan vida a la región. ¡Intentemos entre todos que esto siga siendo así!

FRUTAS MANZANARES, S.L.

Frutas y Verduras

Especialidad en melón de La Mancha

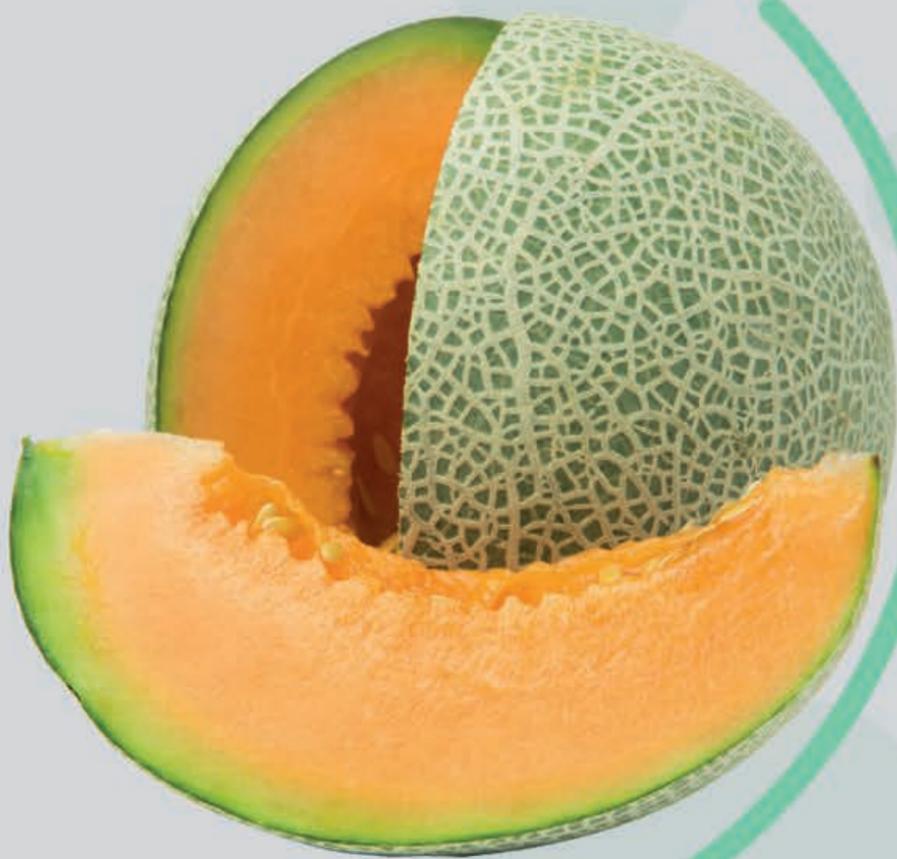


Ctra. N-430 • 13200 MANZANARES (Ciudad Real)
Tel.: 926 61 34 77. Fax: 926 61 33 46. E-mail: info@frutasmanzanares.es
www.frutasmanzanares.es

La Calidad y el buen hacer, distinción de nuestra marca



La **solución postcosecha** sin residuos para su aplicación **en melones.**



- Ralentiza la senescencia.
- Reduce las mermas y evita la deshidratación.
- Mantiene el aspecto original de la fruta.
- Reduce las oxidaciones y pardeamientos que se producen en la piel.

SANI-M

FORMULADO PARA EL TRATAMIENTO
POSTCOSECHA DE MELÓN EN DRENCHER O BALSA

SANI-M L

FORMULADO PARA EL TRATAMIENTO
POSTCOSECHA EN LÍNEA DE MELÓN

www.sanifruit.com



JUAN PEDRO MADRIGAL / Agrícola JJF

“Sabemos cuál debe de ser el precio de venta para cubrir gastos, la cuestión es que el mercado te lo acepte”

Desde Agrícola JJF, Juan Pedro Madrigal opina que en esta campaña una de las premisas será tener paciencia a la hora de vender y mantenerse fuerte para defender lo mejor posible el producto y obtener un precio que pueda cubrir el aumento de costes. Sin embargo, el responsable de campo de Agrícola JJF se muestra escéptico ante la posibilidad de repercutir todo este aumento. Dependerá mucho de la oferta y del comportamiento de la demanda dentro y fuera de España, pero admite sentirse perdido y no saber este año por dónde tirará el mercado.

Valencia Fruits. ¿Cómo fue el ejercicio 2021 para Agrícola JJF?

Juan Pedro Madrigal. No se terminó mal pero no hubo las ganancias que se esperaban con la planificación de producción y comercialización que teníamos. El melón funcionó relativamente bien, fue la sandía el gran problema.

VF. ¿Cómo se ha planteado la campaña 2022?

JPM. Al igual que la tónica general en La Mancha, nosotros también hemos preferido reducir ligeramente el volumen de siembra, alrededor de un 20% entre melón y sandía. En total este año contamos con 85 hectáreas plantadas.

Al final, la bajada de superficie plantada ha sido menor de lo que se preveía en primavera cuando se comenzó a sembrar. En La Mancha hay un 10% menos de superficie plantada. No es un gran porcentaje, sobre todo si tenemos en cuenta que hay muchas hectáreas de más, especialmente en sandía.

Para evitar un exceso de oferta, habría que bajar hasta un 30% esta superficie y equilibrar así la oferta con la demanda.

VF. ¿Cómo han transcurrido los meses desde la siembra hasta ahora, desde el punto de vista meteorológico?

JPM. Las lluvias que cayeron en primavera, aunque no fueron tan fuertes como en otras zonas, impidieron realizar la siembra de acuerdo al calendario previsto, y esto ha supuesto un pequeño retraso, pero nada grave. La cosecha se ha desarrollado sin problemas con la vista puesta en el 20 de julio, que es cuando tenemos previsto empezar a cortar las primeras sandías y los melones unos dos-tres días más tarde.

VF. ¿Hay novedades en variedades?

JPM. Hemos probado alguna variedad nueva que el año pasado



Juan Pedro Madrigal no confía en que los precios cubran todos los costes. / ARCHIVO

“La bajada de superficie plantada ha sido menor de lo que se preveía en primavera cuando se comenzó a sembrar. Al final, en La Mancha hay un 10% menos de superficie plantada”

en su primera prueba en campo nos gustó. Seguimos en la línea de optar por semillas que den más calidad que producción.

VF. ¿La escasez de agua es un problema que preocupa en La Mancha?

JPM. Puede llegar a ser un problema en el futuro. En estos momentos no podemos decir que haya un problema de sequía en nuestra zona. La cuestión aquí

es la dotación de agua fijada procedente de los acuíferos, que no aumenta. No digo que no sea suficiente, pero no vendría mal incrementar esa dotación algunos metros cúbicos más, al menos a los productores que menos tierras tienen porque si no llegará un momento en el que no puedan seguir cultivando.

VF. Hay noticias de falta de obra en algunas zonas productoras.

VF. En La Mancha ¿también se está viendo este problema?

JPM. Se está convirtiendo en un problema. Si en entrevistas anteriores he comentado que echaba de menos una mayor profesionalización y especialización, este año añadiría dificultades para encontrar mano de obra dispuesta a trabajar en las campañas de sandía y melón. Me consta que es un problema generalizado en esta zona y que también está habiendo en otros cultivos como en la fruta de hueso.

VF. Otro de los problemas es el aumento de los costes de producción. Desde Agrícola JJF ¿han calculado en cuánto han subido?

JPM. En los primeros cálculos que realizamos, este año producir una hectárea de sandía o melón es un 25-30% más caro que el año pasado tras el aumento de los insumos, la energía, el gasóleo...

VF. ¿Se va a poder repercutir este incremento en los precios?

JPM. Repercutir todo este aumento en el precio es muy complicado, porque nosotros no somos lo que fijamos los precios, es el propio mercado, la oferta y la demanda, el que marca si los precios van para abajo o para arriba. Dependerá mucho de la oferta y del comportamiento de la demanda dentro y fuera de España. Hoy por hoy, veo complicado que podamos trasladar estos incrementos de costes al precio de venta al cien por cien.

VF. Hasta ahora, los precios en campo han sido más altos que en años anteriores. ¿Se podrán sostener estos niveles una vez que entren en juego las producciones manchegas?

JPM. Con estos productos dependemos totalmente del calor, sobre todo en el caso de la sandía. Es muy repetitivo pero es la realidad de este sector. Si el tiempo es bueno, habrá demanda y el producto podrá defenderse mejor en lo que a precios se refiere. No obstante, tengo mis dudas de

“Con la tasa de inflación disparada, las familias tienen menos poder adquisitivo, y si la fruta está cara, no se consume tan rápido”

que puedan situarse en niveles para cubrir totalmente todos los costes.

En campo, 0,45 euros/kilo sería un precio con el cual se cubrirían estos incrementos y habría incluso ganancias, sin embargo esto significa que el consumidor estaría pagando alrededor de 1,10-1,20 euros/kilo, y con esos precios no compra.

También hay que recordar que no estamos hablando de tornillos sino de productos que tienen una vida comercial limitada y hay que venderlos una vez cortados. Fijar nosotros nuestros precios, contemplando estos incrementos y añadiendo el margen de beneficio es prácticamente imposible al estar supeditados a la ley de la oferta y la demanda.

Ahora mismo estoy bastante perdido y no sé por dónde va a tirar el mercado. Habrá que esperar a estar en plena campaña y ver cómo evoluciona todo.

VF. ¿Lo ocurrido en Andalucía y Murcia no da pistas para tener una idea de cómo puede funcionar La Mancha?

JPM. Algo que todos ya sabemos, que se repite todos los años, es la bajada de precios que se produce una vez comienza nuestra temporada. El hecho de tener más producción hace que los precios vayan a la baja. Luego pueden ir remontando o bajando más dependiendo de cómo esté el mercado. El aspecto positivo es que de julio a septiembre es cuando más melón y sandía se consumen, y en este periodo, en el mercado solo estamos nosotros presentes con producto. Aunque por las informaciones que tengo, en melón habrá semanas en las que se solaparán nuestras producciones con las de Murcia... Sinceramente, hacer una previsión ahora mismo es muy complicado. Nosotros sabemos cuál sería el precio de venta para cubrir gastos, la cuestión es que el mercado te lo acepte.

Es un año para plantar pero sin quemarnos y ver qué pasa en el futuro. Con la tasa de inflación disparada, las familias tienen menos poder adquisitivo, y si la fruta está cara, no se consume tan rápido.

VF. ¿Cómo se presenta la exportación en Agrícola JJF?

JPM. Tener otro año tan malo como el anterior, es imposible. Todos sabemos cuál fue el motivo del desastre: la falta de calor en Europa. Esperemos que eso no se vuelva a repetir este verano.

VF. ¿Otro año malo puede suponer más abandono de tierras?

JPM. Esto es una realidad. Si el año no acompaña, a muchos les resultará imposible continuar cultivando. Es tal la cantidad de dinero que invertimos antes de cosechar, que si no hay un retorno, es inviable seguir con la actividad, sobre todo para los pequeños productores.

VF. ¿Cuál sería el mensaje final para esta campaña?

JPM. Paciencia a la hora de vender e intentar mantenernos fuertes para defender lo mejor posible nuestros productos y obtener mejores precios.

Núñez-García y Perico, S.L.

EL CABALLERO ANDANTE
R.G.S.A. 21.13472/CR
TEL. 926 61 42 81
MANZANARES-BOHOLA (CIUDAD REAL)

■ **Dirección:**
Ctra. Nacional 430 - Km 365
Apdo. de Correos, 154
13200 Manzanares (Ciudad Real)
meloneselcaballeroandante@gmail.com
www.elcaballeroandante.net

■ **Teléfonos:**
Almacén: 926 614 281
Fax: 926 620 953
Paco Núñez: 696 980 499
Fco. Javier Núñez: 669 955 196

MELÓN Y SANDÍA
¡Obsesión por la calidad!

LIDER VILLACONEJOS®

El Melón por Excelencia



"Líder en los mejores platos"



www.lidervillaconejos.com



FRANCISCO JAVIER NÚÑEZ / Director gerente de Núñez García y Perico - “El Caballero Andante”

“Los precios en campo han empezado a bajar a un ritmo más rápido de lo esperado”

Núñez García y Perico, más conocida por su marca insignia ‘Caballero Andante’, comenzó su temporada de melón y sandía el pasado 15 de junio con las producciones de Córdoba, Sevilla y Murcia. Su director gerente, Francisco Javier Núñez, señala que las ventas en este primer periodo han funcionado bien, pero lamenta que a pocos días de iniciar su campaña fuerte con las producciones de La Mancha, los precios en el campo ya están bajando, y a un ritmo más rápido de lo previsto. Con el objetivo de alcanzar la misma cifra de ventas que el año pasado, Caballero Andante encara otra nueva temporada con la misma filosofía de siempre: ofrecer un producto de calidad y buen servicio.

Valencia Fruits. El objetivo de ventas en 2021 de Caballero Andante era alcanzar las 7.000 toneladas entre melón y sandía. ¿Se llegó a esta cifra teniendo en cuenta cómo fue la campaña en general?

Francisco Javier Núñez. No alcanzamos el volumen que nos marcamos al principio de la temporada, pero tampoco nos quedamos muy lejos.

VF. ¿Este año se mantiene ese objetivo?

FJN. Con las previsiones a la baja que hay, si logramos la cifra de ventas del año pasado, estaríamos más que satisfechos.

VF. Hablando de estas previsiones a la baja, en el caso de la producción propia, ¿también se ha plantado menos?

FJN. En nuestro caso, mantenemos las hectáreas de producción propia igual que el año pasado, 8 hectáreas de melón y 6 de sandía. Sin embargo, en el caso de los productores con los que trabajamos y nos sirven, sí que han plantado menos, sobre todo sandía, por lo que esperamos menos producción.

VF. ¿Cuáles son las perspectivas para la presente campaña teniendo en cuenta de que la empresa ya empezó la temporada con las producciones de Murcia, Sevilla y Córdoba?

FJN. Aún falta todo el grueso de nuestra campaña fuerte, pero lo cierto es que los precios ya han empezado a bajar en campo y a un ritmo más rápido de lo esperado.

Los retrasos en las zonas de Murcia, Córdoba y Sevilla, que sembraron más tarde por el temporal de lluvias que hubo, y el adelanto que se está dando ahora en La Mancha, debido a la ola de calor de estos días de julio, han ocasionado un solapamiento entre zonas y una concentración de producto que se está aprovechando para bajar los precios.

VF. Las fechas de inicio en La Mancha, oficialmente, se fijaron



Francisco Javier Núñez apunta que la ola de calor ha adelantado la cosecha. / CA

“Nosotros mantenemos las hectáreas de producción propia igual que el año pasado, sin embargo, los productores con los que trabajamos y nos sirven, sí que han plantado menos, sobre todo, sandía”

“En 2021 sufrimos mucho por la falta de demanda en Europa, en uno de los veranos más frescos y lluviosos de los últimos años. Este año esperamos que sea mejor, el mes de junio, en principio, ha sido positivo”

alrededor del 20 de julio. ¿Se confirma que hay un adelanto?

FJN. La ola de calor del 12 de julio ha adelantado unos cuantos días las producciones de melón más tempranas, las

que se han plantado bajo manta térmica y principalmente la de sandías.

En nuestro caso, aún no hemos empezado a cortar (a día 12 de julio), pero la idea es empezar



Los melones de Caballero Andante son piezas de entre 3 a 4 kilos de gran calidad que se comercializan tanto en el mercado nacional como en Europa. / ARCHIVO

“En nuestro caso, el Piel de Sapo es un producto que funciona bien fuera de España. Trabajamos muy buen género y tenemos buen servicio”

la semana del 18, pero si el calor sigue apretando, es posible que durante el fin de semana (16-17 de julio) y lunes, 18 se podrá empezar ya a cortar.

VF. ¿El melón se mantiene como el producto estrella de Caballero Andante?

FJN. Nuestra empresa es conocida por el melón Piel de Sapo. Es nuestro ‘buque insignia’. Son piezas de entre 3 a 4 kilos de gran calidad que se comercializan tanto en el mercado nacional como en Europa. El 60% de las ventas de la empresa es el melón Piel de Sapo y el 40% restante, sandía.

VF. ¿El melón Piel de Sapo tiene buena exportación?

FJN. En nuestro caso es un producto que funciona bien fuera de España. Trabajamos muy buen género y buen servicio. Eso hace que el cliente esté satisfecho

y repita porque le gusta el producto y cómo trabajas.

Por ejemplo, en el mes de junio la exportación supuso el 50% de las ventas realizadas.

Francia, Reino Unido, Países Bajos, Alemania, Suiza y Portugal son los principales destinos de nuestros melones.

VF. Este porcentaje de exportación se mantiene cuando empieza la temporada de La Mancha?

FJN. No, pero la razón es porque nos centramos más en el mercado nacional. Nuestras marcas están muy bien posicionadas en la zona sur, el Levante y en los principales mercados nacionales, y esto hace que gran parte de las ventas se realicen a nivel nacional. De hecho, en plena campaña los porcentajes son de un 80% España y un 20% Europa.

VF. El año pasado, la exportación fue, literalmente, un desastre en La Mancha por la falta de calor en Europa. ¿Este año, las perspectivas son más optimistas?

FJN. Efectivamente, el año 2021 fue bastante peor que el ejercicio de 2020 en la parte de exportación. Sufrimos mucho por la falta de demanda en Europa en uno de los veranos más frescos y lluviosos de los últimos años.

Respecto a las perspectivas para este 2022, en principio, el mes de junio ha funcionado bien. Tal como he comentado anteriormente, el mes pasado la exportación representó el 50% de las ventas que realizó la empresa. En julio, las dos primeras semanas también han funcionado bien con una buena demanda por parte de los mercados internacionales.

Esperemos que el calor se mantenga en Europa o al menos que no llueva durante los meses de julio a septiembre, porque eso garantizará a La Mancha unas buenas ventas en exportación y más fluidez en el mercado nacional.

Ctra. Nac. 430A, Km. 366,2. 13230 Membrilla, Ciudad Real
Tlfs.: 926 636 322 / 649 416 768 / 615 977 291 | villaltavalero@villaltavalero.com

Productos en La Mancha



www.dulcinealamancha.com

MANUEL PÉREZ / Frutas Manzanares

“Con precios en los supermercados por encima de 1,20 €/kilo, lo único que se consigue es que el consumo se paralice”

Manuel Pérez se pregunta qué familia media española es capaz de pagar casi 9 euros por una sandía. Lo ocurrido esta primavera con las producciones almerienses no tiene por qué repetirse. De hecho, los precios en campo ya han comenzado a normalizarse y de cara a la temporada manchega, donde no hay problemas de cosecha, a pesar de haber un ligero descenso en las hectáreas sembradas, desde Frutas Manzanares esperan que la campaña sea mejor que año pasado, con precios justos para todos los eslabones de la cadena y también para el consumidor final. Esa es al menos la esperanza que tiene Manuel Pérez.

Valencia Fruits. ¿Qué sabor de boca dejó el ejercicio 2021?

Manuel Pérez. En La Mancha, el año pasado fue un desastre. Se tiró mucha sandía por el fallo que hubo en la exportación y el colapso del mercado nacional, que no fue capaz de absorber toda la producción que había, y los precios fueron irrisorios.

VF. Hacemos borrón y cuenta nueva, y hacemos frente a una nueva campaña... ¿con qué ánimos y qué primeras informaciones?

MP. Como viene siendo habitual, en Frutas Manzanares, la temporada de melón y sandía comienza con la producción murciana de melón del Campo de Cartagena y con sandía de Sevilla.

En Murcia estamos en los días fuertes, algo retrasados respecto a otros años por culpa de las lluvias de primavera, que han trastocado el calendario normal de plantación. La cosecha arrastra bastante retraso con una producción más centrada en variedades tardías. Con un descenso de volumen significativo respecto a otros años, las producciones al aire libre de melón murciano están funcionando bien el mercado.

Si se mantiene este ritmo, no tendría por qué darse un solapamiento con La Mancha, que sin esos problemas de lluvias, sus siembras se han desarrollado correctamente y las plantaciones están en un estado óptimo.

VF. En las primeras zonas de producción —Andalucía y Murcia— ha habido un descenso de hectáreas plantadas, por diferentes motivos. ¿En La Mancha, entre sus productores, se constata también menos superficie cultivada?

MP. Es la tónica general. Este año se ha sembrado menos. Los malos resultados económicos del año pasado han dejado a muchos productores bastantes ‘tocados’, y si esto fuera poco, tienen que



Manuel Pérez confirma que las plantaciones de melón y sandía en La Mancha están en estado óptimo. / FRUTAS MANZANARES



El almacén de Frutas Manzanares ya está a pleno rendimiento. / F. MANZANARES

hacer frente a los incrementos de costes derivados del aumento de las materias primas, los insumos, la energía, el gasóleo. El coste de producir una hectárea de melón, por ejemplo, ha pasado de costar 5.000 euros a casi 10.000 euros. Una subida que no todo el mundo puede asumir.

VF. En el caso de que se confirmara que hay menos melón y sandía en La Mancha, ¿es de esperar que los precios al consumidor se mantengan tan caros como estas semanas atrás?

MP. Los precios que se han registrado en Almería, que han sido noticia en todos los medios de

comunicación, no se han repetido una vez iniciada la temporada de las producciones al aire libre de Sevilla, Córdoba o el Campo de Cartagena. Parece que la situación en los mercados se está normalizando, aunque los precios en campo son ligeramente más altos que el año pasado, sencillamente porque se está repercutiendo el incremento de costes.

Lo que no es de recibo, sin embargo, es el precio que presentan algunos supermercados, que escudándose en que no hay producto y que ellos también tienen que repercutir la subida de sus costes están vendiendo la sandía por encima de 1,20 euros/kilo. ¿Qué familia media española está dispuesta a pagar por una sandía, por ejemplo de 7 kilos, 8,40 euros? Con estos precios lo único que se está consiguiendo es que el consumo se estanque o que se opte por otro tipo de productos, que sin ser de temporada estival, resultan más económicas.

Esperemos, por el bien de todos, que la situación se normalice una vez comience la temporada de La Mancha, y los precios sean justos para todos los eslabones de la cadena y también para el consumidor.

VF. Teniendo en cuenta el desastre del año pasado en la exportación y el aumento de los costes en 2022, ¿esta línea de trabajo sigue siendo interesante para Frutas Manzanares?

MP. Las ventas fuera del territorio nacional se han convertido en La Mancha en una línea de negocio necesaria y que todas las empresas, en mayor o en menor medida, ya trabajan. En el caso de Frutas Manzanares, vamos poco a poco porque no es tan sencillo. Recibimos llamadas desde mercados europeos interesados en nuestros productos, pero cuando se habla de condiciones, precios, etc., las cosas se complican.

El año pasado se trabajó con Países Bajos, y no fue mal del todo. Este año estamos en conversaciones con un posible cliente nuevo en Francia. Veremos cómo va.

VF. ¿Cómo se reparte el peso entre sandía y melón en Frutas Manzanares? Y ¿cuáles son las variedades que más de trabajan?

MP. La sandía sigue liderando el consumo, especialmente en exportación.

Las preferencias se mantienen en cuanto a variedades, siendo la negra y la rayada sin pepitas las sandías más demandadas por los mercados.

En melón, seguimos fieles al Piel de Sapo. Solo las empresas, con clara vocación exportadora, son las que están introduciendo en su oferta otras variedades como el melón amarillo, el Galia o el Cantaloup, más del gusto de los consumidores europeos.

VF. ¿Cuáles son los miedos o preocupaciones ante esta nueva campaña?

MP. La situación económica general de las familias españolas no es buena, y esto crea bastante incertidumbre ante el devenir de la temporada. Otro de los aspectos —derivados de la situación económica actual— son los impagos. Ya el año pasado hubo un contratiempo de este tipo y, con la que está cayendo este año, debemos ser muy cautelosos para que no ocurra lo mismo. También nos preocupa que el agricultor no reciba un precio justo por sus cosechas, no pueda cubrir sus costes de producción y tampoco tenga una pequeña ganancia para poder seguir con su actividad el año que viene.

La situación actual es muy complicada para todos. Ya hay muchos agricultores que han abandonado por falta de rentabilidad y no poder hacer frente a una nueva cosecha. Otro año malo sería la puntilla para otros muchos que están haciendo un esfuerzo ingente por sacar adelante su explotación.

Esperemos que este año todo vaya bien, que todos podamos trabajar, vender bien, con precios que nos permitan cubrir los costes y ganar algo de dinero para seguir viviendo y trabajando de este negocio, todo ello sin que el consumidor tenga que pagar un precio similar a un producto de lujo.

La sensación es que los precios aguantarán y no llegarán a los niveles tan ruinosos de 2021. Al menos esa es la esperanza que tenemos todos.

OFICINAS:
Cañizares, s/n
Tel.: 926 64 40 02
Fax: 926 64 41 14

ALMACENES:
Los Pozos, s/n
losllanos@ucaman.es
LLANOS DEL CAUDILLO (Ciudad Real)

Datos en tiempo real accesibles y procesables donde y cuando quieras

FreshCloud™ es la plataforma digital de AgroFresh que ayuda a mejorar la planificación y toma de decisiones

► AGROFRESH.

Los productos frescos pasan por un largo proceso desde que son cultivados hasta que llegan al hogar de los consumidores. Cuando se deterioran en el trayecto del campo al minorista, se debe principalmente a un deficiente control de calidad o a unas malas prácticas postcosecha.

AgroFresh dispone de una nueva herramienta que ayuda a detectar y prevenir estas mermas, combinando IA (inteligencia artificial), GPS y otros instrumentos técnicos para supervisar la calidad, detectar y avisar rápidamente de posibles problemas.

FreshCloud™ es una aplicación virtual que permite a los productores y envasadores

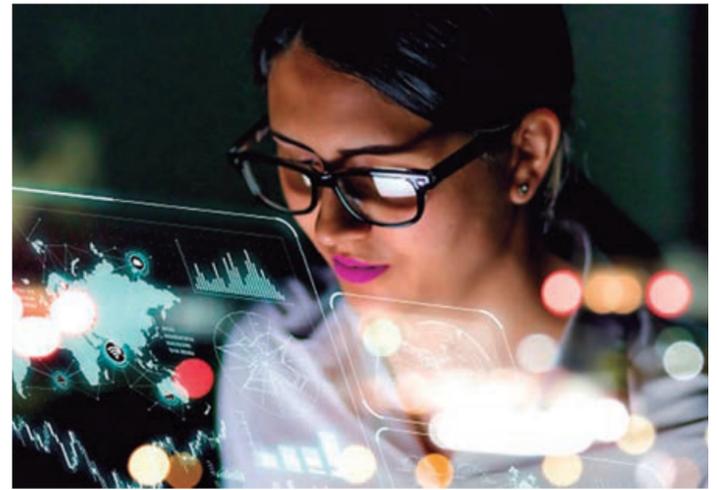
responder a preguntas clave a lo largo de la conservación. Utilizando los datos obtenidos se facilita la toma de decisiones sobre la calidad del producto, el momento de la cosecha, el envasado, el almacenamiento, expedición y las condiciones del mercado.

“La plataforma proporciona visibilidad para ver dónde se ha producido un fallo a lo largo de la cadena de suministro, los productores están informados en tiempo real para que puedan hacer cambios operativos para ayudar a reducir descartes o rechazos en destino u otros problemas de calidad”, indica Kim Bui, responsable global FreshCloud™ en AgroFresh.

La nueva herramienta de AgroFresh ayuda a detectar y prevenir las mermas

FreshCloud™ funciona a través del almacenado de datos en la nube, es accesible desde una aplicación móvil, ordenador o tablet y tiene tres funciones: harvest, storage and inspection (cosecha, almacenamiento e inspección).

FreshCloud™ Harvest permite una amplia comprensión del nivel de maduración de la fruta y su potencial de almacenamiento durante la cosecha. Facilita



FreshCloud™ funciona a través del almacenado de datos en la nube. / AGROFRESH

la visibilidad de la progresión del almidón, el nivel de hidrólisis y centraliza las pruebas de madurez.

FreshCloud™ Inspection, la aplicación estrella adaptable a todo tipo de cultivos, ofrece inspecciones de calidad optimizadas y objetivas, proporcionando una visibilidad inteligente de los datos de principio a fin. Permite compartir informes automatizados en tiempo real que incluyan fotos, para ayudar a simplificar la comunicación durante las operaciones y en toda la cadena de valor.

FreshCloud™ Storage es un servicio de monitorización y análisis que combina puntos de muestreo dinámicos durante el

almacenamiento en atmósfera controlada con equipos de diagnóstico y análisis de última generación, que ayudan a detectar problemas, anticipar la apertura de las cámaras y reducir residuos.

En la aplicación capturamos toda esta y otra información, que se organiza de forma visual, con el objetivo de proporcionar detalles en un formato fácilmente accesible y que pueda ayudar a los productores, centrales hortofrutícolas y transportistas a tomar las decisiones correctas.

Para más información y agendar una demo, contacte con el representante local de AgroFresh o visite su página web: AgroFresh.com/FreshCloud.

Amador®
CALIDAD SUPREMA



FRANCISCO SERRANO / Presidente de la Cooperativa Los Llanos

“La buena marcha de la exportación es clave para que la temporada se desarrolle correctamente”

La cooperativa Los Llanos cuenta con 110 socios y familias enteras que viven de la sandía y el melón. Su presidente, Francisco Serrano, no oculta su preocupación ante esta nueva campaña después de los malos resultados de 2021. Otro mal año podría suponer la puntilla para muchos pequeños productores. No obstante, Serrano no quiere dejarse vencer por el pesimismo. El año es muy extraño pero prefiere ser optimista y pensar que este verano la exportación funcionará bien y con ello, las ventas fluirán y los precios mejoraran.

Valencia Fruits. ¿Cómo se presenta la nueva campaña para los socios de la Cooperativa Los Llanos?

Francisco Serrano. Es un año muy extraño. Desde que se iniciaron las labores de preparación de las tierras, la siembra, los tratamientos... hemos tenido que hacer frente a un incremento de todos los productos, del gasóleo, la energía, etc., lo que ha encarecido los costes de producción en más de un 20%. Ante esta situación es necesario repercutir este aumento en los precios, sin embargo no sabemos cómo van a fluctuar los precios una vez entren en el mercado nuestras producciones y si será posible cubrir los gastos de más o no.

VF. Esta primavera hemos visto en los lineales sandías a 3 euros el kilo... un producto de lujo para muchas familias. ¿Cómo afecta esto a las producciones manchegas?

FS. A parte de que este tipo de noticias no benefician a nadie, lo grave de todo esto es que no deberían darse casos así de sandías a 3 euros el kilo en los supermercados.

La cuestión aquí es la enorme diferencia de precios que se produce desde el agricultor hasta el supermercado. Ese diferencial debería de controlarse de alguna manera.

El problema de que se venda la sandía a 3 euros el kilo es que se paraliza completamente el consumo y nos perjudica muchísimo. La sandía, como mucho, debería de situarse en torno al euro el kilo en plena temporada. Fuera de temporada, en mayo cuando solo hay sandía de invernadero, podría entender precios por encima de los dos euros. Pero con la llegada del verano y las producciones al aire libre, con sandías en los lineales a 1-1,20 euros el kilo, al productor le llegaría para cu-

“La sandía se mantiene como nuestro cultivo principal, que representa el 80% de la producción total de la cooperativa. Este año se ha sembrado menos, confirmándose una reducción del 10%”

brir estos costes de más, todo el mundo ganaría y se consumiría más.

VF. ¿Cómo se han preparado los socios de la cooperativa para esta nueva campaña? ¿Cómo se ha planteado la producción de Los Llanos?

FS. La sandía se mantiene como el cultivo principal, que representa el 80% de la producción total de la cooperativa. Se ha sembrado menos que el año pasado, pero tampoco mucho menos, alrededor de un 10% menos. Las familias de la cooperativa viven de este cultivo, es su principal fuente de ingreso y tienen que seguir produciendo para poder vivir y ver si este año se consigue ganar algo de dinero para pagar las deudas que se contrajeron el año pasado, o pueden guardar algo para seguir produciendo el año que viene.

La cosecha de 2022 de la cooperativa rondará, en sandía, los 3 millones y medio de kilos; y en melón, nos moveremos entre el millón y medio y dos millones de kilos.

VF. En los periodos de siembra, de tratamientos o cuajado, ¿se han registrado problemas meteorológicos?

FS. Meteorológicamente, el año no ha sido malo, si bien a finales de abril hubieron días de lluvias y descenso de temperaturas; pero luego cambió radicalmente, con episodios de



Francisco Serrano señala que un precio final de un euro el kilo en lineal para la sandía podría considerarse un buen precio para todos. / ARCHIVO



Así lucen las plantaciones de sandía de la Cooperativa Los Llanos. / LOS LLANOS

“El problema de que se venda la sandía a 3 euros el kilo es que se paraliza completamente el consumo. Su precio debería de situarse en torno al euro el kilo en plena temporada”

temperaturas por encima de los 42 grados a principios de junio. Por suerte, fueron unos pocos días y las plantaciones no sufrieron en exceso, aunque es de esperar algún fallo de rendimientos por problemas de cuaje, pero será poco destacable. Ahora mismo, podemos confirmar que en todas las parcelas, las matas están sanas.

VF. Volviendo al tema de los precios, los supermercados ya han empezado a bajar los precios en sus lineales, por ejemplo, Carrefour el 8 de julio bajó el precio de la sandía de 1,29 €/kilo a 0,69 y el melón de 1,19 euros/kilo a 0,89. ¿Son precios más razonables? ¿Bajarán más cuando La Mancha entre en juego?

FS. Con la llegada de las producciones al aire libre del Campo de Cartagena, los precios han empezado a bajar. Esto significa que en el campo también se ha empezado a pagar menos al agricultor.

¿Qué pasará cuando empece nosotros? Esta es la gran pregunta.

Un precio final de un euro el kilo en lineal para la sandía podría considerarse un buen precio para todos. Eso supondría que al productor le llegaría en torno a los 0,50 euros kilos. Un precio con el que cubrir gastos y tener algo de ganancia. Y en melón, tendría que ser un poco más alto, en torno al 1,50 euros kilos al consumidor y 0,75 euros pagados al productor para solventar la fuerte subida de costes que hay en el campo.

VF. ¿Cuál es planteamiento comercial este año?

FS. El planteamiento es el mismo de los últimos años, seguir trabajando todos los mercados que tenemos abiertos en el territorio nacional y avanzar en exportación.

Sobre las ventas fuera de España, después del desastre del año pasado, esperemos que este verano funcionen mejor, porque de ello depende que los precios se mantengan en niveles rentables.

La buena marcha de la exportación es clave para que la temporada se desarrolle correctamente. Una buena demanda en Europa supone la salida de gran parte de la producción de sandías, precios más altos y un mercado nacional más fluido con capacidad de absorber parte de la oferta a precios más remunerativos.

VF. Otro año malo ¿podría suponer el abandono total de la actividad?

FS. Con otro año malo, no es que se quede gente por el camino sino que además van a quedar grandes deudas por pagar.

La cooperativa ayuda a sus socios para, en un año malo, intentar solventarlo y al año siguiente recompensarlo. Pero si se repite un año con resultados tan malos como el anterior, se tardará mucho en poder cubrir esas deudas y recuperarse económicamente.

Especialidad melón Piel de Sapo

Sociedad Cooperativa Agraria “Nuestra Señora de Peñarroya”

Ctra. Villarta de San Juan, s/n • 13710 ARGAMASILLA DE ALBA (Ciudad Real)
Tel.: 926 52 34 56 / 52 34 35 • Fax: 926 52 21 75 • E-mail: penarroya@ucaman.es
www.coopdepenarroya.es

PRODUCTO DE CASTILLA LA MANCHA
ARGAMASILLA DE ALBA CIUDAD REAL
Ctra. Villarta de San Juan, s/n. Tels. 926 52 34 56-34 35
COOPERATIVA NTRA. SRA. DE PEÑARROYA

ARGAMASILLA DE ALBA CIUDAD REAL
Ctra. Villarta de San Juan, s/n. Tels. 926 52 34 56-34 35
COOPERATIVA NTRA. SRA. DE PEÑARROYA

Indicación Geográfica Protegida “Melón de la Mancha”

ALBERTO MONTAÑA PERIS / CEO de Vicente Peris

“Los cortes de melón y sandía están siendo excelentes”

La compañía valenciana sigue apostando fuerte por la sostenibilidad, con su compromiso de aumentar su eficiencia al mismo tiempo que reduce su huella de carbono e introduciendo nuevas marcas respetuosas con el medioambiente, como Peris Nature Cero Residuos. Así, Vicente Peris confirma que sí es posible obtener una buena calidad mientras se respeta y protege el planeta.

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Vicente Peris cerró 2021 con un incremento del 30% en sus ventas de melón Piel de Sapo con respecto al ejercicio anterior. ¿Qué datos manejan en la actual campaña?

Alberto Montaña Peris. Este año nos estamos moviendo en un volumen de ventas menor al del año pasado debido a los retrasos en el comienzo de la campaña de melón motivados por el mal tiempo y una menor producción en las plantaciones.

Los elevados precios de salida también han provocado una menor demanda en un contexto donde las frutas de máxima calidad han retrasado su entrada en los circuitos comerciales.

VF. ¿Cómo prevé que se desarrolle el ejercicio de melón y sandía en Castilla-La Mancha?

AMP. Los primeros cortes de sandía en Castilla-La Mancha ya han comenzado y pronto comenzaremos con el melón. Esperamos que la campaña se desarrolle con normalidad y con buenas calidades, siempre y cuando las olas de calor no precipiten la maduración de las frutas.

VF. A finales de junio, Peris iniciaba su campaña nacional de melón gourmet a cielo abierto. Y es que de toda la producción, solo el 18% alcanza la categoría de gran selección y porta las marcas 18 Quilates y Vicentín. ¿Qué denota el nivel de calidad de es-



Montaña explica que la premisa de Peris es crecer sin renunciar a la calidad. /VP

tas piezas? ¿A qué mercados están destinadas?

AMP. En general, este año las campañas nacionales de melón se han retrasado un par de semanas, sin embargo, esto no ha afectado a la calidad de los cortes del mes de julio, que están siendo excelentes. Hemos podido elaborar 18 Quilates y Vicentín sin problemas y con una media de calibres muy alta, además de una gran calidad organoléptica.

En cuanto a los mercados de destino, los productos gourmet

de Vicente Peris se destinan principalmente a España y Francia, ya que estas calidades y precios requieren de públicos acostumbrados a lidiar con precios de más de 4 kilos.

VF. ¿Cómo afronta Vicente Peris los elevados costes de producción y comercialización?

AMP. Trabajamos todas las variables que puedan ayudar a minimizar —o a repercutir lo menos posible— las subidas en todos los procesos productivos de la compañía, desde los abona-

dos hasta el packaging, pasando por el transporte, la energía y la logística.

Todo es importante en estos momentos, por eso tratamos de optimizar y pulir cada detalle para evitar desviaciones que reviertan en el precio final al consumidor.

VF. Producir más sin que esto conlleve una mayor huella de carbono es un objetivo que Peris lleva trabajando desde hace varios años. ¿Qué medidas han incorporado y cuáles son sus previsiones de eficiencia para este 2022?

AMP. En Peris trabajamos bajo el certificado ISO 14001, una norma internacional que nos permite demostrar nuestro compromiso con la protección del medio ambiente a través de la gestión de los riesgos ambientales que pueda generar nuestra actividad. Esto implica que cada proceso de nuestra cadena de producción ha sido revisado con la finalidad de reducir nuestro impacto ambiental.

Además, hemos instalado placas fotoeléctricas y nuestros ahorros en el consumo de agua y electricidad se han optimizado en más de un 10%.

Aumentar la eficiencia reduciendo nuestra huella de carbono es un proceso muy costoso y exigente, pues esto supondrá rediseñar en profundidad muchos aspectos de la producción,

descartando elementos de la dinámica actual para inventar otros nuevos.

VF. El cultivo con “residuo cero” es una tendencia que confirma las buenas prácticas en agricultura y supone una garantía extra para el consumidor. Peris lanzó la pasada campaña melones Piel de Sapo con total ausencia de residuos químicos bajo la marca Peris Nature Cero Residuos. ¿Tiene la compañía previsto incluir más productos? ¿Qué papel juega la producción sostenible en Vicente Peris? ¿Y respecto a la producción ecológica?

AMP. Hasta el momento, no hemos incorporado más productos a Peris Nature Cero Residuos, pero este año, la marca agrupará más producción de melón que la campaña pasada.

Asimismo, seguimos realizando pruebas con agricultores de la casa que, tras un primer contacto y apartando receles, están comprobando que hay otra manera de obtener una buena calidad mientras se respeta y protege el medio ambiente.

En cuanto a producción ecológica, parece que el interés del mercado se ha estancado. Vicente Peris cuenta con una referencia de calabaza de cultivo ecológico en la IV Gama, pero con escasas perspectivas de crecimiento.

VF. A modo de conclusión, ¿cuáles son los objetivos de Vicente Peris para esta campaña?

AMP. En un año que se presenta complejo, vamos a intentar crecer sin renunciar a la calidad, aumentando la proporción de melón Residuo Cero e incorporando a la compañía nuevos procesos que nos permitan afianzar nuestro compromiso con el planeta. El aumento generalizado de costes y la inflación auguran un escenario complejo que requiere de mucha atención, pero esperamos acabar la campaña nacional con éxito y veremos cómo llega el melón y la sandía de importación para la campaña de Navidad.



ENFOCADOS EN TU FRUTA.

Con MSC puedes llegar a cualquier mercado del mundo. Gracias a décadas de experiencia, podemos cuidar de tu mercancía 24/7, ya sea en puertos, mares, camiones o trenes.



MOVING THE WORLD, TOGETHER.

msc.com/fruit

AGUSTÍN BORJA / Agroborja SL

“La campaña de La Mancha es larga. Tenemos por delante tres meses en los que puede pasar de todo”

Antonio y Juan Borja son los propietarios y fundadores de esta empresa familiar, que tiene asegurado su relevo generacional, con sus cinco hijos trabajando codo con codo en la empresa, unas perspectivas de futuro excelente y una salud empresarial que muchas empresas ya quisieran para sí. Agustín Borja, representante de esta segunda generación, explica a Valencia Fruits cómo ha conseguido Agroborja convertirse en una de las firmas de referencia en el mundo de la sandía.

Valencia Fruits. Antes de analizar la campaña 2022, ¿cómo cerró Agroborja el ejercicio 2021, calificado en general como ‘un desastre’ por el fallo de la exportación?

Agustín Borja. Afortunadamente, Agroborja consiguió salvar el año. En años en los que los precios están por los suelos, como el pasado, queda más patente la importancia de tener una estructura como la nuestra y un modelo de trabajo mediante el cual controlamos el producto desde el campo hasta que llega a la casa del cliente. Sin ser un año bueno, conseguimos sacar adelante la temporada.

VF. Y ¿qué primeras informaciones podemos avanzar de la cosecha de sandía y melón en La Mancha este año?

AB. Las plantaciones de La Mancha, a 5 de julio, están a pocos días de empezar su temporada. En torno al 10-15 de julio está previsto iniciar los cortes tanto en sandía como de melón.

En esta zona hay alrededor de una semana de adelanto respecto a las fechas tradicionales. En estos primeros días las cantidades no serán muy importantes, será a partir del 20-25 cuando los volúmenes empiecen a ser más cuantiosos.

VF. El año pasado, Agroborja comenzó a colaborar con productores de otras zonas. ¿Cómo está siendo esta experiencia? Y ¿cuál es el motivo de estas colaboraciones?

AB. Efectivamente, hace un par de años que comenzamos a trabajar género de otras zonas, concretamente de Sevilla y Córdoba. Esta apertura es una iniciativa más para cumplir con las peticiones de nuestros clientes, que nos pedían iniciar antes la temporada. El año pasado fue la primera experiencia y este año hemos repetido aumentando cantidades.

La idea es llevar nuestro modelo de producción a estas zonas, y así garantizar un producto como nos gusta trabajar en Agroborja un mes antes.

La experiencia está siendo positiva y enriquecedora.

VF. ¿Hay diferencias varietales entre zonas? ¿Hay novedades en Agroborja en su selección varietal?

AB. Cada zona tiene sus variedades predominantes. No son variedades desconocidas ni tampoco nuevas, y las características en todas ellas se repite. Son variedades todas sin pepitas, bien negra o rayada.

En cuanto al melón, en La Mancha seguimos con la incertidumbre de dar con la variedad que reúna las condiciones deseadas. Todos los años se prueban cosas nuevas pero pasados dos años, no terminan de cumplir



Segunda generación de la familia Borja, que trabaja codo con codo en la empresa fundada por sus padres. / AGROBORJA

“Hay que mantener el optimismo y pensar que este año irá mejor que el pasado”

con las expectativas que tenías y dejas de plantarla. Seguimos a la espera de que las casas de semillas nos ofrezcan alguna variedad que realmente funcione.

VF. ¿Cómo ha planteado Agroborja la cosecha de 2022?

AB. Si bien se confirma que en La Mancha hay menos superficie plantada, en el caso de Agroborja, la cifra es similar al año pasado, tanto en sandía como en melón, por lo que la cosecha en volumen también será pareja al 2021. Destacar sobre el planteamiento de las diferentes producciones que este año hemos plantado menos variedades tempranas. Hemos dispuesto las siembras de forma que los volúmenes más importantes lleguen a partir de la cuarta semana de julio.

En cuanto a manta térmica, llevamos muchos años, sobre todo en sandía, que por mucho que se adelante cosecha utilizando la manta térmica, en el mercado no se consigue más precio. En melón en cambio ocurre lo contrario, por mucho que haya solapamiento con otras zonas, lo que hemos vivido es que esa semana antes su precio es mejor que la semana siguiente cuando empieza oficialmente la temporada de La Mancha. De hecho, históricamente y tenemos que vivir con ello, cuando La Mancha inicia su campaña automáticamente el mercado se viene abajo.

Inversión constante

Una de las particularidades de Agroborja es que destinan buena parte de los beneficios en la mejora de sus infraestructuras. Tal como señala Agustín Borja, en el almacén y en el campo “siempre hay cosas que mejorar”. El año pasado, por ejemplo, “los beneficios de 2020 se invirtieron en las obras de mejora del almacén “para cumplir con las exigencias de la certificación IFS”.

Las mejoras en las instalaciones de Agroborja son constantes y se llevan a cabo poco a poco y por fases. “Es nuestro modo de hacer, como creemos que debemos hacerlas, para evitar males mayores cuando el año viene regular”.

El resultado de estas inversiones es que Agroborja cuenta, a nivel de España, con una de las mejores instalaciones de sandía y melón. Y en el campo, para que el trabajo salga bien y relativamente fácil, se ha invertido en maquinaria de última generación para riego, abonado, fitosanitarios... “La mejor maquinaria disponible en el mercado, Agroborja la tiene”. ■

“En sandía, a partir de 0,20 €/ kilo se cubren gastos, y en melón sería a partir de 0,25 €/kilo”

VF. Si esta circunstancia vuelve a repetirse, ¿con qué perspectivas afrontan la temporada comercial?

AB. Hay que mantener el optimismo y pensar que el año irá mejor que el pasado. La campaña de La Mancha es larga, empezamos ahora y estaremos presentes en el mercado hasta casi el mes de octubre, son casi tres meses en los que puede pasar de todo.

Es cierto que lo que ha ocurrido en este último mes, con publicaciones de que la sandía es se ha convertido en un producto de lujo, no nos beneficia en absoluto.

Me temo que con estas informaciones el consumidor no demande sandía y melón como otros años por considerarlo un producto caro.

Lo que tenemos que dejar claro es que La Mancha es otra zona de producción, sin problemas de cosecha y con precios asequibles, como siempre ha sido. Es muy probable que los precios sean un poco más altos que el año pasado, por el aumento de costes, pero aún y todo, no tienen por qué llegar a los precios marcados por Almería, que recordemos tenía un fallo importante de producción y mucho destriero. En Sevilla tampoco la cosecha está siendo como se esperaba por problemas con el agua, y los precios también están siendo altos si bien no tanto como en las producciones

bajo invernadero. Sin embargo en La Mancha, la cosecha se está desarrollando con normalidad. Las plantaciones evolucionan correctamente, habrá volumen y calidad, al igual que otros años. Por lo tanto, es de esperar que los precios se normalicen en el campo y esto debería traducirse en precios más asequibles para el consumidor.

VF. ¿Cuál sería el precio pagado en campo que permita cubrir los costes de producción y manipulación, y ganar algo de dinero en La Mancha?

AB. En sandía, a partir de 0,20 euros/kilo se cubren los gastos y deja algo de ganancia. En melón, podríamos fijarlo en 0,25 euros/kilo, para tener rentabilidad.

VF. ¿Cree que el fallo de producción que está teniendo la fruta de hueso podría beneficiar al melón y la sandía?

AB. Tradicionalmente, cuando la fruta de hueso ha tenido problemas de cosecha por heladas, lluvias o granizo, tal como ha ocurrido este año, para La Mancha suele ser una buena campaña, con más demanda en melón y sandía.

VF. ¿Qué podemos comentar de la línea de exportación en Agroborja?

AB. En general, en La Mancha se ha convertido en una línea de trabajo clave, especialmente para la sandía. El desastre que se vivió el año pasado fue, precisamente, a causa del fallo que hubo en la exportación. Debido al mal tiempo en Europa, sandías que estaban destinadas a exportación se quedaron en el campo o se malvendieron en los mercados nacionales.

En el caso de Agroborja, las ventas fuera de España representan entre el 30 y el 35% del total comercializado. Exportamos principalmente sandías, tanto en calibres pequeños como grandes.

Ahora mismo, el mercado europeo está funcionando bien, sin embargo, no sé sabe lo que pasará en dos-tres semanas cuando La Mancha entre en plena campaña. Todo dependerá de la meteorología y de las temperaturas que se alcancen en Europa. Si no llueve y calor aprieta, la exportación irá bien y todo será más fluido. Si por el contrario llega el mal tiempo, volverá a suceder lo mismo del año pasado.

VF. Cuando hay un fallo así en el mercado, ¿cómo se reacciona y se consigue capear el temporal?

AB. Tener capacidad de reacción es muy complicado, aun así, en Agroborja, incluso en años malos, hemos sido capaces de salvar el ejercicio. La clave está en trabajar siempre bien, vengamos como vengamos las cosas. Si eres capaz de mantener ese nivel de auto-exigencia y ofrecer producto de calidad, el cliente seguirá confiando en ti; podrá comprarte más o menos, dependiendo de cómo está el mercado, pero te seguirá comprando.

VF. ¿Cuáles serán las claves de la campaña en su opinión?

AB. Pese a las dificultades por el incremento de los gastos de producción, este año es clave trabajar muy bien, hacer más hincapié en este aspecto porque es la manera de que los números salgan y las cosas vayan para adelante. No podemos fallar porque un rechazo en exportación, con el transporte un 30-40% más caro que el año pasado, te hace polvo. Siempre hay que hacer las cosas bien, pero este año ¡un poco más si cabe!



Imagen de la rueda de prensa de la presentación de Ferimel 2022. / CD

Vuelve Ferimel

La feria del melón de Membrilla contará con 70 expositores

Membrilla, la capital del melón, volverá a celebrar su feria más emblemática, Ferimel, después del parón obligado por la situación sanitaria.

Este año vuelve con las pilas cargadas y con más fuerza que nunca. Alrededor de 70 expositores junto con diversos grupos de comercialización nacionales e internacionales serán los protagonistas de esta V edición de la Feria Regional del Melón, que se celebrará del 4 y el 6 de agosto en el recinto ferial de Membrilla.

Al igual que en ediciones anteriores, de su organización se encargan Amfar —la Federación de Mujeres y Familias del Ámbito Rural— y el ayuntamiento de Membrilla, que tienen como reto convertir el municipio en 'la capital del melón de La Mancha', ganar unidad en el sector, hacer más rentable el cultivo y atraer a más consumidores.

El pasado mes de mayo se presentaba esta nueva edición, en la que participaron Lola Merino, presidenta provincial y nacional de Amfar; Manuel Borja, alcalde de Membrilla; Mariani Fuentes, presidenta de Amfar en este municipio y de la Asociación de Productores del Melón; y Gloria Márquez,

Uno de los objetivos es impulsar las ventas y el consumo del melón de La Mancha

directora de la feria. Durante la rueda de prensa, Lola Merino explicó que Ferimel "vuelve con más ganas y fuerza que nunca", tras cuatro años sin celebración, tras la suspensión de la edición de 2020 por la pandemia, dado su carácter bienal".

Teniendo en cuenta el momento delicado que vive el sector primario ante la subida de los precios de los insumos, derivada de la crisis económica, los organizadores de Ferimel quieren que esta feria sea "el escaparate del melón Piel de Sapo", que es la seña de identidad de la región, "para su promoción y la comercialización".

El melón es un cultivo con gran tradición en la región y en especialmente en Membrilla, considerada la cuna del Piel de Sapo manchego. Su cultivo tiene un peso específico en la economía de la provincia, es generador de puestos de trabajo y tiene un marcado carácter social.

Recomendaciones Sanifruit para mejorar la postcosecha del melón

DPTO TÉCNICO DE SANIFRUIT.

Estamos en campañas atípicas en muchos cultivos de primavera-verano. En melón, las precipitaciones ocurridas durante la etapa de plantación del temprano han dado lugar a una falta de frutos en la primera etapa de la campaña y de aquí en adelante se verá una acumulación de melones, especialmente en julio. Si la demanda no acompaña al ritmo de producción, las centrales de confección se pueden ver obligadas a estocar en cámara y retrasar envíos a destino.

En campañas anteriores, las soluciones de Sanifruit en línea se centraron más en variedades como Galia y Cantaloup, pero este año también deberían ser tratados los Piel de Sapo, para evitar oxidaciones, pardeamientos y reducir las mermas por la actuación de agentes externos.

Es importante iniciar el estocado con una desinfección completa de las cámaras haciendo limpieza y desinfección de suelos y paredes, aplicando al final botes de aerosol Dybac para conseguir una higiene completa en todas las superficies.

El mantenimiento de la sanidad ambiental se consigue aplicando botes de aerosol Sani Aerofruit que pueden ser usados sobre fruta en forma periódica puesto que están formulados en base a productos naturales sin residuos, por tanto, no dejan ninguna huella sobre la superficie de la fruta.

Una práctica adecuada para fruta destinada a estocaje es el paso por línea donde se recubre con una disolución de Sani-M L y Sani-RC L que brinda una protección frente a la aparición de podridos y las pérdidas de peso, manteniendo por mayor tiempo la firmeza y fortaleza de los fru-



Comparativa de melones 'sin y con' los tratamientos de Sanifruit. / SANIFRUIT

tos. También el tratamiento de Sani-M L + Sani RC en cera mejora la apariencia externa y refuerza la eficacia de los mismos. Cabe destacar la gran eficacia sobre variedades como Amarillo y Piel de Sapo en la reducción y retraso en la aparición de manchas y pardeamientos.

Es vital mantener una higiene de la línea de manipulado, limpiando y desinfectando a diario. Los melones, a diferencia de otros frutos, no solo son afectados por hongos, también las bacterias causan grandes daños por descomponer totalmente el fruto.

Por otra parte, el etileno afecta a la vida útil de los melones, especialmente a las variedades más sensibles como Cantaloup o Galia. Si se hace estocado en cámara, es muy recomendable usar absorbentes de etileno Greenkeeper.

Sanifruit ofrece unos filtros que son muy sencillos de colocar detrás de los evaporadores con eficacia comprobada.

La temperatura de conservación para melón Galia y Cantaloup es de 2 a 5°C, pudiendo conservarse hasta 15 días. Por debajo de 2°C la fruta puede presentar daños por frío.

MELÓN

Peris dulce melon Premium

multiplica el sabor

Peris es calidad

www.vicenteperis.com

YouTube LinkedIn Facebook Instagram

► ÓSCAR ORZANCO. MURCIA.

¿Quién dijo que comer melón y sandía era aburrido? Y es que aunque este mercado se puede considerar ya 'maduro', sigue ofreciendo nuevas oportunidades. Para arrojar luz sobre todas, o al menos muchas de ellas, BASF abrió las puertas de su centro de investigación en la Finca Lo Ruiz (La Palma, Murcia), en una nueva edición de su Melon & Watermelon Business Event For Experts (BEFE), que tuvo lugar el 4 al 8 de julio.

Bajo la atenta mirada de productores, comercializadores y distribuidores de las principales zonas de producción a nivel mundial, su negocio de semillas hortícolas, que opera bajo la marca Nunhems, ha demostrado su liderazgo en sandía y ha dado otra vuelta de tuerca al cultivo de melón, gracias a la introducción de nuevos conceptos y soluciones innovadoras.

En sandía, la multinacional ha completado su gama de polinizadores y ha introducido novedades en midi y fresh cut, manteniendo el alto sabor de sus referencias para fresco. En melón, la compañía ha actualizado su línea Magenta con variedades que marcan el punto de corte, completa el ciclo en Charentais y Piel de Sapo para La Mancha y 'revolucionan' el mercado con nuevos tipos y sabores.

"Desde BASF, hemos contribuido a la profesionalización y tecnificación del cultivo de sandía con el objetivo de generar valor para las empresas productoras y ofrecer variedades de alta calidad al consumidor", explica Pere Montón. El Senior Account Manager de sandía de BASF añade que su objetivo "es seguir siendo pioneros en la introducción de nuevos conceptos y soluciones", como ya hicieron con Fashion F1, Premium F1, Style F1 o Bazman F1 y Harmonium F1, abanderadas del concepto de doble aptitud. Y todo ello para "ayudar a nuestros clientes a desarrollar nuevos proyectos de sandía exitosos y rentables".

Fiel a esta misión, BASF presenta este año nuevas propuestas en los segmentos de microsemilla, calibre midi y fresh cut. En el primero de ellos, la novedad es Kalimba F1*, con la que completa su gama de microsemilla, que ya cuenta con referencias como Kalandia F1 y Premium F1, la líder del mercado. Con Kalimba F1, "cerramos toda la campaña con una línea de sandías de muy buena aptitud polinizadora, alta calidad interna y con el mismo color de piel", señala Pere Montón. Y es que actualmente la gama de microsemilla y polinizadora de la multinacional cubre todas las fechas de trasplante, con todos los calibres que demanda el mercado.

En calibre midi, introducen tres novedades: MJS MIDI 901 F1°, CSS MIDI 812 F1° y Bolita F1* de carnes más crujientes, mejor comportamiento postcosecha y gran calidad interna.

Por último, en el segmento de fresh cut, la multinacional presenta Elite Slice F1, una sandía con la que reitera su compromiso con el consumidor de productos mínimamente procesados, ofreciéndole el mismo sabor que al consumidor de fresco.

■ GAMA DE MELÓN

En melón, BASF ha presentado nuevas soluciones y conceptos en distintas tipologías que atienden a tres líneas claras de trabajo: in-



Parte del equipo de la compañía BASF que mostró las novedades en melón. / ÓSCAR ORZANCO

BASF 'revitaliza' el sector del melón y la sandía con nuevas variedades

La multinacional ha reunido a productores, comercializadores y distribuidores en una nueva edición de su BEFE en Murcia



Productores, comercializadores y distribuidores pudieron conocer su amplia gama de sandías. / BASF

BASF completa en sandía su gama de polinizadores e introduce novedades en calibre midi y fresh cut, manteniendo el alto sabor de sus referencias para fresco

En melón, actualiza su línea Magenta, completa el ciclo en Charentais y Piel de Sapo para La Mancha y 'revolucionan' el mercado con nuevos tipos y sabores

novación, fresh cut y, finalmente, nuevos tipos y sabores.

En el capítulo de innovación, y sin perder de vista su liderazgo en melón Cantaloup de carne magenta, la compañía conti-



BASF abrió su centro de investigación en la Finca Lo Ruiz en Murcia. / BASF

núa complementado su gama Magenta con variedades como Magverik F1, para invernadero de Almería y ciclo medio de la Región de Murcia al aire libre, con resistencias a oídio y pulgón. Y, además, da un paso más en la búsqueda de la excelencia en sabor con el lanzamiento de una nueva gama de variedades con un indicador claro de corte. "Su piel vira de color y aparece un microcracking alrededor del pedúnculo cuando alcanzan su

punto óptimo de madurez", explica Antonio Izquierdo, responsable de desarrollo de melón en Europa de BASF.

Dentro de esta nueva gama, son tres las novedades: CA 119 F1° y Pearl 788 F1, de carne naranja y con un viraje de piel a color crema cuando están maduros; y el CA 200 F1°, de carne color magenta intenso, con resistencias a oídio (3.5) y pulgón. "Con CA 200 F1° mejoramos nuestra gama Magenta con una nueva variedad

para ciclo tardío, muy uniforme en presentación, tanto en calibre como forma de los frutos, y que además marca el punto de corte", detalla Izquierdo.

En melón Charentais, la compañía ha logrado completar su gama cubriendo todo el ciclo de producción con la introducción de Saramir F1, para ciclo temprano, de gran calidad organoléptica, resistencia a oídio y buen comportamiento frente a pulgón; y con NUN 14160 F1*, para trasplantes tardíos, de calibre más pequeño y buena vida postcosecha, cualidad difícil de lograr con altas temperaturas.

Por último, en Piel de Sapo, introducen el PDS 320 F1°, que junto con Quintero F1 y Rockero F1 —ambos para ciclo medio— completa el ciclo de La Mancha con trasplantes más tempranos y tardíos. "Esta variedad ofrece una gran uniformidad en formato y calibre en distintas zonas de producción", apunta Izquierdo, quien destaca su "estabilidad en diferentes condiciones climáticas y buen sabor".

■ NUEVOS TIPOS Y SABORES

En lo que respecta a nuevos tipos y sabores, Mayan 510 F1* es la nueva referencia de la compañía BASF, un tipo Dino de carne crujiente y elevado nivel de Brix. Esta tipología de melón, de carne blanca y piel de color crema con pintas verdes, se está desarrollando principalmente en América, si bien poco a poco comienza a introducirse también en el mercado europeo.

Junto a él, han mostrado también su línea Tiare, muy aromática y de sabor excepcional, con hasta 20 grados Brix para el mercado italiano; o su línea Mango Melon para Oriente Medio.

Por último, y bajo el concepto de fresh cut, han seleccionado una serie de variedades de distintas tipologías que, por su firmeza de carne y vida postcosecha, se adaptan al mínimo procesado. Entre ellas, se encuentran Magestium F1 (línea Magenta) y el CA 119 F1°, un Charentais de carne naranja; su nuevo tipo Dino y un Golden, ambos de carne blanca; además de Rockero F1. Todos ellos cuentan con un buen sabor y firmeza que permite su uso tanto para la comercialización en fresco como procesados.

Y es que para BASF, que la sandía y el melón tengan sabor y buena textura es prioritario para ganarse la confianza del consumidor, sin dejar de lado la productividad de cada variedad. Por ello en su gama de productos cuentan con opciones para todos los gustos, e incluso edades, y trabajan todo el abanico de sandías y melones que demanda el comprador para cubrir sus necesidades.

La multinacional demuestra una vez más su compromiso con la innovación para ofrecer nuevas soluciones que contribuyan a revitalizar y refrescar el mercado de melón y sandía adaptándose a las nuevas tendencias. Y es que la compañía tiene claro el objetivo de hacer que la alimentación saludable sea divertida y sostenible.

(*) APC concedido y en proceso de solicitud para la inclusión en el EC Common Catalogue of Vegetable Varieties

(°) La variedad es solo para prueba y solo para inspección visual. El material de la variedad no está disponible para terceros sin acuerdo

DAVID BALDOVÍ / Responsable de marca y comunicación de Etygraf

“Ofrecemos a nuestros clientes diferenciación en sus etiquetas y un alto valor añadido”

Hace más de 40 años Etygraf supo cómo acercar su conocimiento y experiencia en el etiquetado al melón de Castilla-La Mancha y adaptarlo a esta fruta, alzándose como pionero en el sector. Ahora, con la sostenibilidad y el respeto por el medioambiente como bandera, la compañía ofrece a sus clientes nuevos materiales y procesos que garantizan una diferenciación frente a la competencia y un valor añadido extra en la imagen de sus productos.

■ JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Desde sus inicios, Etygraf ha reivindicado que su misión es ofrecer a sus clientes una diferenciación y alto valor añadido con un compromiso firme por el medioambiente. ¿Cómo trasladan esto al sector hortofrutícola?

David Baldoví. La diferenciación y el valor añadido —siempre con el compromiso de ser más sostenibles— lo logramos gracias a la experiencia y conocimientos que tenemos en el sector del etiquetado. Por ello, podemos asesorar a las empresas del sector hortofrutícola sobre cuáles son los materiales existentes en el mercado más adecuados para el etiquetado de alimentos.

Sabemos que la etiqueta se debe adaptar a la realidad de cada producto. De este modo, lo primero que tenemos en cuenta es la composición de las etiquetas, es decir, su tratamiento, el frontal, el adhesivo y el soporte siliconado. En este sentido, trabajamos con etiquetas procedentes de materiales reciclados presentes en los papeles, los films y los soportes, así como con materiales cuyo origen sea responsable.

VF. En lo que se refiere al etiquetado del melón y la sandía de Castilla-La Mancha, Etygraf ha estado siempre presente. ¿Qué llevó a la empresa a esta región, y más concretamente al melón y la sandía?

DB. Dado el desconocimiento y/o ausencia de etiquetado en esta fruta, Fermín Baldoví, fun-

dador de Etygraf, observó una gran oportunidad de negocio para la empresa que, de hecho, fue pionera en Villaconejos y La Mancha en lo que se refiere al etiquetado del melón. Etygraf supo acercar su conocimiento y experiencia en el etiquetado y adaptarlo a esta fruta.

VF. El melón y la sandía son frutos con una piel gruesa y, en ciertas variedades, rugosa y con textura. Además, al ser un producto raro vez envasado, está expuesto directamente en el punto de venta y es altamente manipulado. Para Etygraf, ¿qué cualidades deben presentar las etiquetas de melón y sandía?

DB. En cuanto al melón y la sandía, su piel se convierte en su propio *packaging*, por lo que la etiqueta debe estar pensada para ello. Las principales cualidades del etiquetado de estos productos son la resistencia y la flexibilidad dado que tiene que adaptarse a la curvatura de la fruta.

En general, para estos casos utilizamos papel *couché* de 60 micras, un papel que va recubierto por una o varias capas que le proporcionan un aspecto suave y liso. También se pueden utilizar polipropilenos o incluso etiquetas con dorso de aluminio, especialmente para el melón ya que su piel es más rugosa y necesita una mayor adhesión.

Respecto a las tintas utilizadas, deben ser de baja migración al estar en contacto directo con el alimento, de acuerdo con la normativa europea, ya que la tinta no debe transferirse al ali-



En Etygraf cuentan con distintos tipos de etiquetado inteligente. / ETYGRAF

mento en cantidades que puedan suponer un riesgo para la salud o suponer cambios en las características del producto.

Además, también existen multitud de acabados que podemos añadir a la etiqueta, como la estampación de láminas, re-

lieves, troqueles personalizados e incluso escritura braille para invidentes.

VF. El desarrollo tecnológico y la innovación industrial están más que nunca a la orden del día en el sector del etiquetado. Las nuevas tecnologías han permiti-

do a Etygraf impulsar sistemas de etiquetado inteligente. ¿Qué características tiene este tipo de etiquetado y qué puede aportar al sector de las frutas y hortalizas?

DB. El principal objetivo del etiquetado inteligente es ofrecer transparencia y seguridad al cliente además de aportar distintas experiencias adicionales.

En cuanto a lo que puede aportar al sector hortofrutícola, se resume en todo un avance tecnológico potenciando aspectos como la sostenibilidad, la trazabilidad del producto y su seguridad.

En Etygraf contamos con distintos tipos de etiquetado inteligente, como las tintas termosenesibles, las tintas con olor, las etiquetas de seguridad y la holografía.

VF. Hoy por hoy, la sostenibilidad marca el rumbo del etiquetado, tanto en las nuevas marcas como en las ya existentes. ¿Qué hoja de ruta sigue Etygraf para sus etiquetas más sostenibles?

DB. Tenemos una hoja de ruta a seguir muy bien definida con la finalidad de producir etiquetas “ecológicas”. En primer lugar, para producir etiquetas compostables, utilizamos materiales reciclados, que sean de origen responsable y que permitan el reciclaje posterior. La sostenibilidad también llega a todos nuestros procesos internos, contamos con máquinas de bajo consumo, placas solares que nos permiten autoabastecernos y un servicio de recogida y soporte.

Otro de nuestros objetivos es producir etiquetas autoadhesivas reduciendo la cantidad de material utilizado, lo que se traduce en una reducción de la huella de carbono.

VF. Para finalizar, desde Etygraf, ¿cuáles creen que serán las tendencias que marcarán el futuro del etiquetado agroalimentario?

DB. Aún queda mucho camino por recorrer en cuanto a sostenibilidad en el mundo del etiquetado, tanto en materiales como en sistema de impresión. En Etygraf creemos que el sector debe evolucionar mezclando los canales físicos y digitales y, por supuesto, interactuando con el consumidor. La creatividad jugará también un papel importante, pues cada vez son más los negocios agroalimentarios que apuestan fuertemente por el diseño y la publicidad.

Distribución Nacional Import-Export

El Melonero
DE VILLACONEJOS

S.A.T. 9213 HNOS. AGUDO CONTRERAS

EST. 1988

El Melonero
DE VILLACONEJOS
BODEGA
Dulce Salud

El Melonero
DE VILLACONEJOS
ORO

El Melonero
DE VILLACONEJOS
ETIQUETA NEGRA

El Melonero
DE VILLACONEJOS
ETIQUETA ROJA

ALMACÉN: Ctra. Titulcia, nº 37 - 28360 VILLACONEJOS (MADRID) - Tel.: 91 893 80 81 - Fax: 91 893 93 29
ANTONIO: VENTAS 609 712 798 - ÁNGEL: ALMACÉN 696 444 102 - EMILIO: COMPRAS 608 591 737
E-mail: hnosagudo@melonero.com - elmelonero@melonero.com - Web: www.melonero.com

ANTONIO AGUDO / Responsable de Ventas de 'El Melonero' - SAT Hnos. Agudo Contreras

“Los precios se están estabilizando por lo que confiamos en la recuperación de la fluidez en el mercado”

El saber hacer empresarial de toda familia de El Melonero se traduce en un duro trabajo bien hecho, solventando complicaciones con la mayor claridad posible siempre en miras de satisfacer la demanda de sus clientes al mejor precio permitido por las circunstancias. Tal como señala Antonio Agudo, “nuestra forma de trabajar siempre es correcta”. Ante una nueva campaña complicada, desde El Melonero están haciendo lo imposible para solventar la situación, consiguiendo así, proveer a sus clientes y mantener los precios a un nivel asequible en la medida de lo posible para facilitar la fluidez de la demanda y que la materia prima no sea excesivamente cara para el consumidor final.

Valencia Fruits. Cuando hablamos en abril ya comentaba que esta campaña 2022 de melón y sandía se presentaba como una de las más complicadas. En estos 4 meses, ¿se han confirmado estos temores?

Antonio Agudo. El arranque de la campaña nacional ha sido atípico por la carencia de materia prima durante los comicios, pero con el paso de los días y la estabilización del cultivo, estamos retomando el ritmo de actividad de campañas anteriores.

VF. ¿Qué está pasando para que 2022 esté siendo otro año complicado para el melón y la sandía?

AA. Son muchos los factores que influyen en el transcurso de la campaña. No podemos olvidar que todavía quedan secuelas de la pandemia; en Europa, Ucrania está siendo invadida y en cierto modo, sufrimos consecuencias como el encarecimiento de los costes que se traducen en precios más altos. Asimismo, como comentábamos con anterioridad, al comenzar la campaña, la materia prima escaseaba a causa de las lluvias que imposibilitaban la plantación en las zonas de cultivo en el tiempo apropiado.

No obstante, desde El Melonero, estamos haciendo cuanto está a nuestro alcance para solventar la situación, consiguiendo así, proveer a nuestros clientes como hasta ahora.

VF. En plena temporada de Murcia, (entrevista hecha a principios de julio) ¿cómo está la situación en el campo? ¿Hay producto suficiente? ¿Cuál es su estado cualitativo?

AA. Finales de mayo y principios de junio fueron unas semanas difíciles por la carencia de materia prima, pero afincados ya en julio, la producción está respondiendo bastante bien y el contamos con el volumen de producto necesario para satisfacer la demanda. Asimismo, la calidad de la materia prima, según avanzamos la temporada, va siendo cada vez mejor. De hecho, estamos muy satisfechos tanto con el melón y la sandía que estamos comercializando porque presentan una calidad excepcional, aliciente fundamental para incentivar el consumo.

VF. ¿Cómo está respondiendo el mercado y los clientes a la hora de comprar después de lo ocurrido en Almería, con falta de producto y precios disparados?

AA. El mercado hortofrutícola no dista mucho de la situación sufrida en otros mercados. Es evidente que estamos vivien-



Antonio junto a sus hermanos, Emilio y Ángel, en una de las plantaciones que gestiona la SAT Hnos. Agudo. / EL MELONERO

“Se está hablando mucho de los altos precios de melón y sandía en los medios, algo que no incentiva su consumo”

do una época atípica de precios disparados en cualquier ámbito. Al ser algo generalizado, no podemos evitarlo. De hecho, los clientes responden bastante bien porque no solo ocurre con el melón y la sandía, sino como el resto de productos.

Cabe destacar que, a día de hoy, el precio de nuestra materia prima se está estabilizando y ya no hablamos de los precios de inicio de campaña nacional, que estaban ligados a la falta de producto. En todo momento, nuestra cartera de clientes ha sido muy comprensiva con la situación y hemos hecho todo lo posible por surtirlos en las mejores condiciones, apretándonos el cinturón y sorteando las adversidades.

VF. Una vez comience La Mancha, ¿se previsible que la situación en el campo y los precios se estabilicen de modo que el mercado recupere su fluidez?

AA. En principio, desde El Melonero, sí prevemos la estabilización de los precios y confiamos en la recuperación de esa fluidez en el mercado, puesto que la oferta y la demanda estarán bastante equiparadas.

VF. En 2022, El Melonero ha realizado renovado la maquinaria de su almacén para sandías. ¿Cómo está funcionando esta línea de trabajo?

AA. La apuesta por la comercialización de sandía está siendo



Antonio Agudo junto a su hijo Richard en la pasada edición de Fruit Attraction. / 00

todo un éxito. De ahí nuestra inversión en la renovación de maquinaria, un factor que nos está ayudando mucho esta campaña.

Contamos con una sandía de calidad excepcional muy demandada por nuestros clientes, por lo que estamos muy orgullosos de este lanzamiento y funciona bastante bien, por lo que estamos más que satisfechos.

VF. Con la introducción de la sandía en su oferta, ¿se ha ido ganando mayor cuota en exportación?

AA. En principio, la comercialización de nuestra sandía se centra en el mercado nacional. No quita que un pequeño volumen se destine a la exportación, pero la mayor demanda

la tenemos por parte de nuestro territorio.

VF. En junio, El Melonero participó en el congreso de frutas y hortalizas de AECOC, donde acudieron los principales responsables de compras de los supermercados. ¿En las conversaciones de pasillo, cuáles eran las preocupaciones transmitidas entre unos y otros?

AA. Básicamente, la preocupación general es el disparo de costes del que hablaba con anterioridad. Son muchos los proveedores relacionados con el sector hortofrutícola y todos han sufrido este aumento en su producto, lo cual, repercute en el mercado con la subida de precios.

Pese a ello, nosotros nos esforzamos para mantener los precios a un nivel asequible en la medida de lo posible para facilitar la fluidez de la demanda y que la materia prima no sea excesivamente cara para el consumidor final.

VF. Desde el sector productor, una de las críticas a los medios de comunicación es las noticias alarmantes del aumento de precios de las sandías y melones, unas informaciones parciales que están influyendo negativamente en el consumidor. ¿Comparte esta crítica? ¿Cuál sería el mensaje de El Melonero al consumidor y que le gustaría que los medios de comunicación se hicieran eco?

AA. Efectivamente se está hablando mucho de los altos precios de melón y sandía en los medios de comunicación, aliciente que no incentiva el consumo de esta materia prima. Desde El Melonero, compartimos esta crítica porque no ayuda al consumidor a apostar por la compra de estas frutas.

Estamos en el punto de mira porque se trata de las frutas de verano por excelencia y al tratarse de piezas grandes, es normal que los precios nos asusten. Pero si nos paramos a pensar, un kilo de melón no está más caro que un kilo de cualquier otra fruta de verano. La cuestión es que una sandía nunca va a pesar lo mismo que una ciruela, por ejemplo. Por ello, hay que tener en cuenta que un melón o sandía nos proporcionan más porciones, de ahí el mayor precio final.

Nuestro mensaje para los medios de comunicación y consumidores se basa en que el melón y la sandía responden a los precios del mercado actual. Particularmente, nadie quiere inflar los precios, sino todo lo contrario, al menos desde El Melonero. Sí que es cierto que si los costes suben, el precio final encarece, pero no a mayor nivel que el resto de frutas u hortalizas. Por ello, animamos a todos a consumir nuestra materia prima, ligada a la mejor relación calidad-precio.

VF. Ser optimista y mirar al futuro con ilusión es una filosofía de vida que El Melonero sigue a raja tabla en su día a día... Con la que está cayendo, ¿hay motivos para pensar en que será una campaña correcta?

AA. Sí, el optimismo es algo asociado a nuestra compañía, así como la seriedad y la transparencia. Por ello, no tenemos motivos para pensar que no será una campaña correcta, sino todo lo contrario. El saber hacer empresarial de nuestra empresa se traduce en un duro trabajo bien hecho, solventando complicaciones con la mayor claridad posible siempre en miras de satisfacer la demanda de nuestros clientes al mejor precio permitido por las circunstancias.

Nuestra forma de trabajar siempre es correcta, por lo que el transcurso de la campaña nacional no puede ser de otro modo sino correcto.