

valencia fruits

13 de septiembre de 2022 • Número 2.995 • Año LX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Las mandarinas, los pomelos, los limones y las Navel de las zonas libres de Mancha Negra no se verán afectados. / ARCHIVO

Sudáfrica suspende el envío de Valencias a la UE

Esta medida de autorregulación entrará en vigor a partir del 16 de septiembre

► NR. REDACCIÓN.

Cuando falta apenas un mes para la conclusión de la temporada de exportación de cítricos de Sudáfrica, la Asociación de Productores de Cítricos de Sudáfrica (CGA) y los Consejos del Foro de Exportadores de Productos Frescos han tomado la decisión de cerrar voluntariamente la exportación de naranjas Valencia procedentes de las zonas afectadas por *Citrus Black Spot* (CBS) de los Cítricos en Sudáfrica a la Unión Europea a partir del 16 de septiembre de 2022.

La decisión se anunció vía comunicado de prensa el 7 de septiembre, y según explica la CGA, esta suspensión se ha consensuado como respuesta a las diez notificaciones de incumplimiento de la CBS (NONCs) en cítricos de Sudáfrica detectadas en lo que va de temporada y el tradicional riesgo elevado que suponen las naranjas Valencia por incumplimiento de la CBS al final de la temporada de exportación a la UE. Según la asociación sudafricana, el cierre del mercado se llevará a cabo de forma escalonada, siendo el últi-

mo día de inspecciones de Valencias en las regiones del norte el 16 de septiembre, mientras que el Valle de Gamtoos (Patensie), East Cape Midlands y Sundays River Valley cerrarán las inspecciones el 23 de septiembre de 2022. Las mandarinas, los pomelos, los limones y las Navel de las zonas libres de Mancha Negra no se verán afectados.

Las reacciones del sector cítrico español no se han hecho esperar y tacha esta medida de autorregulación como "puro teatro" y no es ninguna novedad, ya

que son muchos los veranos en los que Sudáfrica ha emitido decisiones similares. Este anuncio es una operación de estética ante Bruselas y la opinión pública europea, ya que esta medida es simplemente la dinámica normal de sus exportaciones, que comienzan en las zonas más precoces, en la parte este y donde se concentran los focos de CBS y acaban en las zonas más tardías, en la parte oeste, (que coinciden con las catalogadas como 'free CBS').

Más info. en páginas 3 y 4



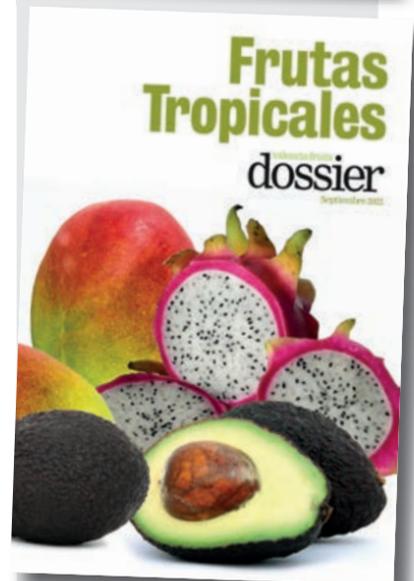
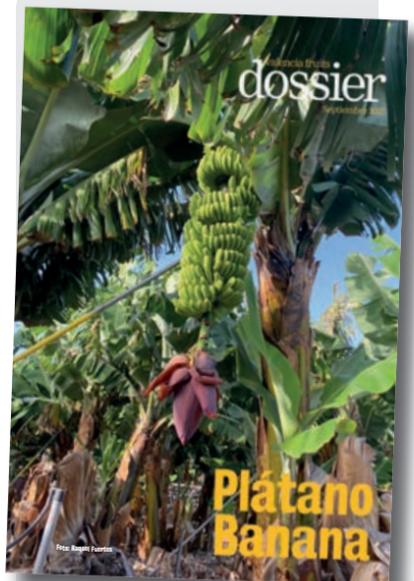
Esta semana

7 "¿Cómo será la campaña de cítricos 2022/23 en la Comunitat Valenciana?". Análisis de Paco Borrás

8 ¿Puede permitirse España las hectáreas agrícolas que tiene en regadío?



Páginas Especiales





AgroFresh

We Grow Confidence™

Soluciones innovadoras que te ayudan a extender la frescura y reducir el desperdicio de alimentos



+34 961 323 415
AgroFresh.com

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

Hasta la última gota

Por GONZALO GAYO

Hay un país en el mundo que está ganando la batalla al desierto y a las sequías, e incluso exporta el preciado líquido entre sus vecinos, que han decidido poner fin a enfrentamientos seculares para iniciar un nuevo tiempo de paz y cooperación en torno a las aguas. Ese país es Israel, y en las últimas décadas está revolucionando el mundo con sus nuevas aportaciones en el materia de agua y en otras áreas de las ciencias y tecnologías.

El cambio climático y la escasez hídrica constituyen retos futuros que empiezan a tener respuesta tras años de investigación en Israel, cuyo primer hito fue precisamente que el agua dejara de ser una competencia política para pasar a constituir una Agencia Nacional del Agua, Mekorot. La revolución en torno al agua en la última década ha sido espectacular con la participación de las tecnologías y profesionales consiguiendo dar respuesta lo antes posible, desde la transformación digital que ha sido clave en este sentido, así como la utilización de los datos y convertir la información en inteligencia de negocio. Mekorot, la compañía nacional de agua de Israel, se ha estado sumergiendo en el sector tecnológico, desarrollando innovaciones desde las infraestructuras AMI, los gemelos digitales, la gestión inteligente de activos, los sistemas de información geográfica, elv5G, y la inteligencia artificial, que son las tendencias tecnológicas de 2022 en la gestión del agua y contarán con el potencial suficiente para revolucionar el sector.

Todo ello está sobre la mesa de la cooperación y sin duda nuestro ministro de Agricultura, Luis Planas es conocedor y sabrá cómo impulsar en nuestro país toda una industria y servicios tecnológicos en beneficio de las futuras generaciones para resolver el problema del agua, siendo de partida insuficiente las cantidades en inversiones que baraja su negociado.

De momento, en Valencia se han dado los primeros pasos con la visita de la embajadora de Israel en España, Rodica Radian-Gordon, durante toda la semana pasada para estrechar lazos con la Generalitat que preside Ximo Puig, el Ayuntamiento, así como con empresarios que muestran interés en que Valencia no pierda el tren de la innovación con alianzas hacia la pujante nación de la innovación en la otra orilla del Mediterráneo.

En esta línea apunta la Fundación LAB Mediterráneo, de la Asociación Valenciana de Empresarios (AVE), que organizó la jornada sobre intercambio de buenas prácticas entre España e Israel. Durante la apertura de la sesión, Rodica Radian-Gordon, embajadora de



Reunión embajadora de Israel Rodica Radian-Gordon y el presidente de la Generalitat Ximo Puig. / GVA

Israel, destacó que “en la Embajada de Israel reconocemos el valor de Valencia como centro de innovación y estamos interesados en estrechar los lazos empresariales, tecnológicos y científicos”. Sin duda, una oportunidad que hay que aprovechar en beneficio de las futuras generaciones para resolver un grave problema como es la escasez del agua y las recurrentes sequías.

Una batalla que Israel está ganando y cuya experiencia necesitamos para afrontar el sombrío panorama de las sequías crónicas que asolan nuestro país y arruinan a nuestros agricultores.

De hecho, la patronal agraria Asaja eleva el importe de los daños de la sequía a 2.685 millones, de los que 1.638 millones se registran en producciones agrícolas y 1.002 en ganadería. Por cultivos, las pérdidas son de hasta un 40% en los cultivos herbáceos de secano, del 30% en el almendro, un 25% en el viñedo y un 60% en el olivar, por citar algunos casos cuando aún se está recogiendo información. En solo un año de sequía hemos perdido más que todas las inversiones previstas del Ministerio en los próximos siete años. Es urgente tomarse en serio el problema de la escasez de agua y no relegar a las futuras generaciones nuestras incapacidades. Mientras, Europa sufre una de las peores sequías en décadas con niveles de embalses y ríos que han caído a mínimos históricos.

Israel sufre extremas condiciones climáticas y se ha convertido en líder mundial en el desarrollo de tecnologías de vanguardia en el sector hídrico. En su tarjeta de presentación figura una tasa del 80% en reciclaje de agua, y es el país del mundo con mayor rendimiento de los cultivos por unidad de agua, gracias a la irrigación por goteo, el sistema con la mayor tasa de eficiencia del 75%

y de invención israelí. Además, el 50% del agua de consumo municipal israelí es desalinizada, y en este país se encuentran las plantas desalinizadoras de agua marina por ósmosis inversa (SWRO) más grandes del mundo. Israel ha logrado ser líder mundial en big data, gestión de energía, calidad del agua y protección cibernética con desarrollos innovadores que funcionan bien y han demostrado su eficacia, y todo ello mejora la calidad de la producción de agua y su consumo y brindan una gran cantidad de beneficios a la economía israelí.

Mientras Israel recupera hasta la última gota del agua que utiliza, el resto del mundo vierte el 80% de las aguas residuales al medioambiente sin tratamiento adecuado, y un tercio de todos los ríos, deltas y afluentes de América Latina, África y Asia están gravemente contaminados con patógenos, lo que pone en riesgo la salud de millones de personas. Es sin duda una gran oportunidad para que las empresas valencianas desarrollen tecnología y alianzas con los países más avanzados como es Israel.

Además, el acceso al agua potable y a los alimentos inocuos y nutritivos es un derecho humano básico. Sin embargo cada año mueren en todo el mundo más de 420.000 personas y unos 600 millones enferman tras consumir alimentos contaminados. Israel y muchas empresas españolas aportan soluciones y es hora que las instituciones públicas apoyen la cooperación y alianzas que permitan dejar un mundo mejor. Es importante también estudiar y adaptar el modelo de gestión del agua en Israel y su Agencia Nacional del Agua para su implantación en nuestro país. Tras la derogación del Plan Hidrológico Nacional hace 20 años es una buena alternativa de presente para las futuras generaciones.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Sudáfrica anuncia el cierre de la exportación de Valencias a la UE

El sector citrícola español recuerda que esta medida de los citricultores sudafricanos es la dinámica normal de sus exportaciones, que comienzan en las zonas más precoces y acaban en las más tardías (que coinciden con las catalogadas como 'free CBS') cuando el grueso de la campaña ya ha transcurrido

► EQUIPO DE REDACCIÓN DE VF.

A falta de un mes para que finalice la actual temporada de exportación, la Asociación de Productores de Cítricos de Sudáfrica (CGA) y los Consejos del Foro de Exportadores de Productos Frescos han tomado la decisión de cerrar voluntariamente la exportación de naranjas Valencia procedentes de las zonas afectadas por Citrus Black Spot (CBS) de los Cítricos en Sudáfrica a la Unión Europea (UE) a partir del 16 de septiembre de 2022.

Esta decisión, según el comunicado de la CGA, se ha tomado en respuesta a las 10 notificaciones de incumplimiento de la CBS (NONCs) en cítricos de Sudáfrica detectadas en lo que va de temporada y el tradicional riesgo elevado que suponen las naranjas Valencia por incumplimiento de la CBS al final de la temporada de exportación a la UE.

El cierre del mercado se llevará a cabo de forma escalonada, siendo el último día de inspecciones de Valencias en las regiones del norte el 16 de septiembre, mientras que el Valle de Gamtoos (Patensie), East Cape Midlands y Sundays River Valley cerrarán las inspecciones el 23 de septiembre de 2022. Las mandarinas, los pomelos, los limones y las Navel de las zonas libres de Mancha Negra no se verán afectados.

■ LA 'TRAMPA' DE SUDÁFRICA

Ante este anuncio, voces de peso del sector citrícola español explican que suspender en septiembre o incluso a primeros de octubre la exportación de naranjas Valencia desde zonas donde la Mancha Negra está declarada, es algo que se produce muchos veranos en Sudáfrica. Es una medida de autorregulación —así lo venden los sudafricanos— que se acuerda bastantes años, por lo que no es una novedad. De hecho, el año pasado incluso Argentina aplicó esta medida con la exportación de sus limones, a raíz de las cifras récord de rechazo que tuvieron por motivo de la Mancha Negra.

Hay que recordar que para la Unión Europea, la Mancha Negra, el CBS está en el 'Top 20' de las enfermedades, es decir que es prioritaria por su mayor impacto económico, elemental y social, según el análisis de riesgo realizado y emitido en su momento por la EFSA (Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria). En este sentido,



Desde la perspectiva de los citricultores sudafricanos este cierre supondrá "un nuevo golpe para los productores". / ARCHIVO

Sudáfrica ha venido argumentando reiteradamente y con diferentes informes publicados por la Citrus Research International (Pty) Ltd, (financiado por los propios exportadores sudafricanos), la imposibilidad de adaptación del CBS al clima mediterráneo al ser una enfermedad que para su propagación exige un régimen de lluvias con un alto grado de humedad, que las zonas ribereñas de este mar no tienen.

Sin embargo, en 2019, se confirmaba la presencia de la plaga en Túnez, país con un clima muy similar al de la Comunitat Valenciana. Lo cual desacredita de facto toda la argumentación que venía sosteniendo desde hace décadas.

Volviendo a la noticia de la suspensión de las exportaciones de naranjas Valencia, en opinión de fuentes del sector citrícola español, la Asociación de Productores de Cítricos de Sudáfrica (CGA) comunica esta medida de manera reiterada como una operación estética de autorregulación a favor de la sanidad vegetal, cuando en la práctica, las fechas que establecen el parón de su exportación coincide con el final de la emisión, por parte del ministerio de Agricultura sudafricano, de

El cierre del mercado será escalonado, siendo el último día de inspecciones de Valencias en el norte el 16 de septiembre, mientras que en Valle de Gamtoos, East Cape Midlands y Sundays River Valley se cerrarán el 23

Los operadores van a seguir enviando desde el 17 de septiembre, naranjas desde las zonas libres de Mancha Negra, que son Western Cape y Northern Cape, y algunos distritos de Free State y North West

los certificados fitosanitarios y cuando la campaña está prácticamente acabada.

Las voces del sector también aluden a las diferencias entre países en relación a los regímenes de envío con Sudáfrica. Al contrario que en Estados Unidos, a Europa se pueden exportar naranjas desde zonas declaradas con Mancha Negra y desde zonas no declaradas, mientras que a EEUU solo se pueden enviar desde zonas exentas.

Este año, desde la Comisión Europea se anunció el refuerzo de los controles fitosanitarios fundamentalmente para Argentina y que también se mantuvieron para Sudáfrica.

Analizando lo anunciado por la asociación de exportadores sudafricanos, los operadores de este país van a seguir enviando desde el 17 de septiembre, naranjas desde las zonas libres de Mancha Negra, que son Western Cape y Northern Cape, y algunos distritos de Free State y North West. Observando el mapa de Sudáfrica, la zona del foco de Mancha Negra está al este del país, que es la principal zona productora. Estas zonas del este son las más precoces mientras que las zonas del oeste son las más tardías y las que están libres de la plaga. Entonces, ¿cuál es la jugada de Sudáfrica? Según fuentes consultadas por **Valencia Fruits**,

están vendiendo a Bruselas y a la opinión pública europea una medida de autorregulación de lo que prácticamente es la dinámica normal de sus exportaciones, que comienzan en las zonas más precoces y acaban en las zonas más tardías (que coinciden con las catalogadas como 'free CBS') cuando el grueso de la campaña ya está hecho.

Desde los sindicatos agrarios, Cristóbal Aguado, presidente de AVA-Asaja considera este anuncio como "el teatro de todos los años". En su opinión, "Sudáfrica sigue haciendo agua en seguridad fitosanitaria, es incapaz de garantizar la salud de sus cítricos. Y después de que el sector citrícola y la UE le afean el intolerable número de interceptaciones, hace ver ante la galería que voluntariamente quiere suspender sus envíos".

Aguado añade que "va a dejar de exportar desde algunas zonas afectadas de Mancha Negra, pero podrá seguir enviando naranjas desde el resto de áreas productoras a los mercados que se lo consientan. Y como la decisión solo incluye a las naranjas Valencia, continuará exportando otras variedades de naranjas que entrañan el mismo riesgo fitosanitario".

En palabras del presidente de AVA-Asaja, "Sudáfrica vuelve a intentar ir de víctima, pero ya les vamos conociendo y sabemos que no son de fiar. Lo que tienen que hacer es garantizar su seguridad fitosanitaria y cumplir la normativa europea".

El secretario general de La Unió de Llauradors, Carles Peris, por su parte, señala que "desde La Unió vemos positivo que, después de la reiterada denuncia que hacemos de las interceptaciones que hay en frontera de plagas o enfermedades de Sudáfrica, este país haya adoptado la medida, de forma temporal, de suspender las exportaciones de la variedad Valencia, que era la que estaba teniendo un alto nivel de detección de la Mancha Negra. Algo que nosotros ya habíamos denunciado en los puertos europeos".

Para Peris, "al final es una medida positiva, pero solo se verán afectadas las Valencias, el resto de variedades de cítricos de Sudáfrica van a continuar viniendo y esperamos que sea cumpliendo ese protocolo del tratamiento en frío que tanta polémica está creando. Porque si los niveles de detección de

(Pasa a la página siguiente)

“Sudáfrica anuncia...”

(Viene de la página anterior)

plagas en los puertos europeos continúan siendo elevados, significará que Sudáfrica no está haciendo las cosas bien y tendremos que pedir la suspensión de las exportaciones”.

En estos momentos lo más importante para el sector cítrico valenciano, según el secretario de La Unió, “es que Sudáfrica cumpla ese nuevo tratamiento en frío y que la Unión Europea lo efectúe también para los pomelos y las mandarinas y estandarice un modelo y un reglamento para todos aquellos países terceros que quieran exportar cítricos al bloque europeo”.

EL IMPACTO EN SUDÁFRICA

Desde la perspectiva de los citricultores sudafricanos, aunque este cierre supondrá “un nuevo golpe para los productores”, que se han enfrentado a una de las temporadas más difíciles hasta la fecha, según informa el comunicado de la Asociación de Productores de Cítricos de Sudáfrica, debe priorizarse el acceso continuado al mercado de la UE a largo plazo. Esta decisión también demuestra que “el Sistema de Mitigación de Riesgos Fitosanitarios de Sudáfrica se está aplicando eficazmente”.

Hasta la fecha, se han envasado 138 millones de cajas de fruta (15 kg) para su exportación a los principales mercados del mundo. La última predicción es que se enviarán 167,2 millones de cajas de cítricos al final de la



Esta ha sido una de las temporadas más duras para los citricultores. / ARCHIVO

Desde el sector cítrico valenciano señalan que Sudáfrica vuelve a intentar ir de “víctima”, pero “no es de fiar”. Lo que se le exige es que garantice su seguridad fitosanitaria y cumpla la normativa europea

temporada de 2022, lo que supone 3,3 millones de cajas menos de lo que se preveía al principio de la temporada.

Si bien estas cifras siguen mostrando un crecimiento constante del volumen en comparación con años anteriores, la mayoría de los productores locales se enfrentan a la perspectiva muy real de importantes pérdidas de ingresos este año, según el comunicado emitido por la CGA. “Expertos del sector opinan que menos del 20% de los productores

de cítricos probablemente lograrán un rendimiento superior al punto de equilibrio al final de la temporada de 2022”, según la nota de prensa de la asociación cítrica sudafricana.

Esto supone una gran amenaza para la sostenibilidad y la rentabilidad del sector y los 130.000 puestos de trabajo que mantiene, así como los 30.000 millones de rands (unos 1.710 millones de euros) de ingresos por exportación que genera anualmente.

■ A 10 DE SEPTIEMBRE

Exportados 402.853 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2022/2023, a 10 de septiembre, se han enviado a países terceros, en exportación (347.140) y reexportación (55.712), un total de 402.853 kilos según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2021/2022, a 11 de septiembre de 2021, lo exportado eran 506.630 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 22/23		Campaña 21/22	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	16.549		11.759	
Armenia	1.179			
Cabo Verde	4.582	1.419	13.100	6.753
Costa de Marfil	900	318		11.515
Emiratos Árabes Unid	15		957	
Gibraltar	7.878	3.233	9.002	1.101
Gran Bretaña	197.742	1.650	178.310	16.600
Guinea				3.504
Guinea Ecuatorial	3.856	1.660	3.082	20.951
Kazajistán	108			
Kuwait	118			
Mali				3.435
Noruega	3.727	1.414		
Qatar	250		640	
Serbia			20.480	
Suiza	110.236	46.018	166.074	39.368
Por variedades (Kg):				
Clausellina	319		219	
Satsuma	16.284		55.558	
Clementina	54		254	
Clementina con hoja				251
Otras mandarinas	578	351	1.038	6.645
Uso industrial			2.880	
Nadorcott				9.601
■ TOTAL MANDARINAS	17.235	351	59.948	16.496
Navelina	12.344		6.594	
Navel	1.621	1.860	5.497	677
Navel Late	40		3.121	
Lane Late			62	
Salustiana	105		105	
Valencia Late	93.095		125.032	21.368
Verna	1.256		263	
Otras	2.933	3.445	11.112	14.142
Uso industrial	131.000			
■ TOTAL NARANJAS	242.395	5.305	151.786	36.187
■ TOTAL LIMONES	85.225	49.739	189.851	47.510
■ TOTAL POMELOS	2.287	318	1.367	3.034

■ ARAGÓN

Luis Planas: “Ningún acuerdo se hará en contra de los intereses de los agricultores y ganaderos”

El ministro de Agricultura visitó la semana pasada Aragón y afirmó que “nadie tiene en su mano la posibilidad de fijar precios” en la cadena agroalimentaria

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, estuvo la pasada semana en Aragón, donde se interesó por las obras de los regadíos de Los Monegros, visitó la sede de Casa de Ganaderos en Zaragoza y Oviaragón-Grupo Pastores, donde destacó el papel de las cooperativas en el desarrollo del mundo rural.

Asimismo, el ministro se pronunció después de que la vicepresidenta segunda, Yolanda Díaz, planteara a la gran distribución una cesta de la compra de productos básicos con precios “congelados” o “limitados”.

Junto con el presidente de Aragón, Javier Lambán, y el consejero de Agricultura, Joaquín Olona, Planas visitó el sector VIII de los regadíos de Monegros II para ver el avance de los proyectos que están en marcha en el ámbito de la creación de nuevos regadíos financiados por regantes, Gobierno aragonés y Ministerio. También los proyectos de modernización de regadíos financiados por el Ministerio con los fondos europeos del Plan de



Planas en su visita a los regadíos de Los Monegros / GOBIERNO DE ARAGÓN

Recuperación Transformación y Resiliencia.

El sector VII de los regadíos de Monegros cuenta con 6.150 hectáreas y 370 propietarios de los términos municipales de Bujaraloz, Peñalba y Fraga, donde se han invertido 40 millones de euros.

Pero faltaba una inversión de otros 77 millones de euros para la ejecución de la Tubería de

Valdurrios (de 22 km) y las cuatro estaciones de bombeo que toman agua de ella y presurizan las redes.

El coste de la tubería de 51,7 millones se ha asumido a través de un convenio entre el Gobierno de Aragón y los regantes y, por parte del Ministerio de Agricultura, se ejecutan las cuatro estaciones de bombeo por importe de otros 26 millones de euros.

Aragón tiene en marcha un plan de regadíos, incluyendo creación y modernización, con una inversión de 552 millones de euros, con un apoyo público de 274 millones, con un horizonte de finalización de las inversiones en 2025-2026.

■ CADENA AGROALIMENTARIA

En declaraciones a los medios, Planas, respondiendo a Yolanda Díaz, dijo que “nadie tiene en su mano, ni desde un punto de vista del sentido común, ni desde un punto de vista de la ley, la posibilidad de fijar precios o indicarle precios a la distribución”.

Añadió que “es una cuestión que tiene que hacerse de acuerdo con las reglas del funcionamiento de la sociedad de nuestro mercado y de las reglas de la propia Unión Europea”.

Y precisó: “Lo que pide el Gobierno, que es lo que pido yo como ministro de Agricultura y de Alimentación, es que cada eslabón de la cadena asuma su responsabilidad y que todos seamos conscientes de que, evidentemente, un incremento de precios excesivo sobre los

ciudadanos, afecta a su estilo y a su condición de vida”. En su opinión, “hay una posición del Gobierno, defendida por todos los miembros del Gobierno, empezando por el presidente”.

Planas precisó que no tiene prevista “ninguna medida para intervenir en una cadena que funciona de forma adecuada y eficiente”. Al mismo tiempo quiso dejar claro que las competencias de los ministerios están “perfectamente delimitadas”.

Aseguró que la cadena agroalimentaria “funciona muy bien” y que, ni durante la pandemia ni con la escalada de precios, ha habido “ninguna ruptura de stock ni de alimentos ni de bebidas”. Y, “en esta cadena, nadie puede vender por debajo de los costes de producción ni comprar sin satisfacerlos. Cualquier consideración debe partir de este principio”.

Planas advirtió que “cualquier decisión sobre la cadena alimentaria pasará por mis manos”, y “no tengo previsto ninguna medida para intervenir” en los precios.

“Hemos dado un gran paso adelante en la modernización del suministro alimentario a través de la ley de cadena, y mi intención es preservarla y que los ciudadanos disfruten de los alimentos al precio más asequible posible”.

También dijo que “ninguna oferta comercial en España por parte de la distribución se realizará en contra de los intereses de los agricultores y ganaderos ni de la industria. Estaremos siguiendo de cerca los comportamientos para asegurarnos de que cada actor cumpla la ley y que todos tengan un comportamiento responsable”.

Valencia Fruits donde y como quieras

Recibe **Valencia Fruits** cada semana.
 Además, llévalo siempre en tus dispositivos digitales y disfruta de dossiers especiales, nuestra hemeroteca, directorio profesional y toda la actualidad del sector.



El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

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

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

EMPRESA:

DE ACTIVIDAD: DNI/NIF:

CON DOMICILIO EN: CP:

CALLE: NÚMERO: TEL.:

E-MAIL:

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

BANCO/CAJA: IBAN Nº

Firma

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

OPINIÓN

Desconozco cuál era el objetivo, pero las últimas declaraciones de la vicepresidenta segunda del Gobierno, y ministra de Trabajo y Economía Social, Yolanda Díaz, han servido para activar el avisero político a pocos meses de las próximas elecciones autonómicas y municipales. Entrar en las mentes de las personas para averiguar sus intenciones es una cuestión de lo más difícil, pero lo que sí es cierto es que las últimas propuestas de Díaz son una mezcla de compromiso social, populismo, y de desconocimiento del funcionamiento de la cadena alimentaria.

A buen seguro se ha dejado aconsejar por fuentes muy concretas del orbe de la representación de los agricultores, y no cabe duda tampoco de que lo ha hecho con la mejor de las intenciones. Pero también es cierto que ha invadido competencias de otros ministros que, con total seguridad, saben más de esta cuestión de lo que pueda aportar la señora vicepresidenta segunda del Gobierno, y que albergan las mejores intenciones para la ciudadanía.

Yolanda Díaz se ha lanzado pues en beneficio de los más necesitados para que la actual situación de incremento de precios no afecte a los más desfavorecidos en un tema tan sensible como es la alimentación, como parte de una propuesta política personal que someterá a la consideración de los ciudadanos en la próximas elecciones, previstas para el mes de mayo. Eso explicaría que se lance de modo particular a hacer propuestas sin consultar con el resto de los miembros del Gobierno de España del cual forma parte, cuando la lógica dice que realizar propuestas consensuadas en su seno facilitarían su buen fin en beneficio colectivo, mejorando con ello la imagen del gobierno proponente.

Pero no adelantemos acontecimientos, y más allá de la intencionalidad, vamos a ver qué ha propuesto la señora Díaz, y qué consecuencias se derivan de ello. Pero antes de verter cualquier opinión, conviene definir el contexto en el que nos encontramos. El sector agroalimentario se declaró como esencial en el contexto de la pandemia, mostrando un comportamiento ejemplar en la labor de suministrar alimentos en cantidad y calidad a la población en momentos tan difíciles. Finalizado el periodo pandémico, la economía se ha desatado en lo referente a la demanda, mientras que la oferta lleva ritmos más lentos en lo tocante a la disponibilidad de materias primas y de generación de bienes de consumo. La consecuencia de esto es evidente: demanda superior a la oferta, precios al alza y aumento de la inflación.

En este escenario —y en cualquier otro, en verdad— las clases sociales más pudientes no se ven afectadas por los vaivenes económicos, lo que sí ocurre con las clases sociales menos favorecidas. Ser pobre siempre ha sido un mal negocio, ahora y desde que el mundo es mundo. Los estamentos políticos deben de esforzarse para que todas las clases sociales tengan un nivel de vida digno, haciendo propuestas acordes con la legislación vigente en cada momento que puedan

Hay que pensar antes de proponer



La propuesta de la vicepresidenta segunda del Gobierno, Yolanda Díaz, es que la distribución se autorregule, de modo voluntario, ofreciendo un carro de la compra con una serie de productos básicos a bajo precio. / ARCHIVO

“Las últimas propuestas de Yolanda Díaz son una mezcla de compromiso social, populismo, y de desconocimiento del funcionamiento de la cadena alimentaria”

“Sus propuestas no están lo suficientemente meditadas en relación con los efectos colaterales que producirían. Si todo esto fuera así de fácil, seguro que ya se habría puesto en marcha en otros lugares y para más productos. Si la solución a la inflación es saltarse las reglas del mercado y apostar por el intervencionismo, hágase en todos los productos y sectores, y tema resuelto”

“Desde el campo denunciamos la ausencia de rentabilidad, motivada en parte por el desequilibrio existente entre la gran distribución y los productores. Animar a unos precios de venta todavía más bajos, cuando en la cadena de comercialización el precio se fija en destino y se van descontado los distintos servicios y márgenes comerciales, hasta que al agricultor le llega lo que queda, no haría más que infringir un serio revés en las rentas de los productores, en esta ocasión por incentivo político”

para conseguir este objetivo. No parece muy loable, sin embargo, lanzar propuestas sin más, sin pensar las consecuencias, tan solo porque todos los ciudadanos tienen una serie de derechos básicos exigibles. Especialmente si es a costa de los derechos de otros ciudadanos y posicionándonos más allá de lo que la normativa vigente propone.

La primera propuesta de Yolanda Díaz fue la de poner un tope en los puntos de venta a los precios de una serie de pro-

ductos alimentarios entendidos como básicos, por ella y seguramente por todos. Seguro que la propuesta está inspirada con la mejor de las intenciones, pero no tiene encaje en nuestro contexto social y político. Quiero pensar que su pensamiento se basaba en la idea de que, si la Ley de la Cadena garantiza un tope inferior de precios percibidos por el productor, pues exige que en la firma del contrato de compraventa en campo se garantice el coste efectivo de producción del

productor, y por otra parte, se le pone un tope superior a los precios finales de venta, se limitan los beneficios de los que quedan en el medio, que no son otros que intermediarios y la gran distribución. Pero es que la realidad es otra bien distinta.

Además, la normativa sobre competencia impide la posibilidad de pactar precios y acuerdos entre empresas, escenario denominado como un cártel, siendo sancionable administrativa y económicamente. Por otro lado, la PAC desterró hace años el concepto de precios pactados, sean máximos o mínimos, ya que se demostró que la política basada en estos pilares generaba excedentes de difícil digestión, con el consiguiente coste económico para las arcas públicas. Por último, la implantación de unos precios bajos por imperativo político genera un “efecto frontera”, por el cual el mercado vecino se abastece del mercado barato para vender posteriormente en el mercado más caro, generando desabastecimiento en el mercado más barato. Venezuela es un claro ejemplo de lo que digo.

Seguramente alguien, ya sea de su ministerio, del de Consumo o del de Agricultura, le transmitió estas mismas reflexiones, por lo que Díaz lanzó una segunda propuesta, consistente en que las empresas de la gran distribución se autorregulen, de modo voluntario, ofreciendo un carro de la compra con una serie de productos básicos a bajo precio. De nuevo, ha primado más la buena intención que el análisis de la realidad. Esta idea no es nueva, pues existen precedentes de campañas promocionales de la gran distribución. También es cierto que, en otras ocasiones, dicha cesta estaba compuesta por productos de alimentación no perecederos y por productos de droguería, mientras que, en esta ocasión, la señora ministra pre-



Por CIRILO ARANDIS (*)

tende que contenga carne, pescado, huevos y frutas y hortalizas.

Ya ha habido una marca de la gran distribución que se ha lanzado a este reto, lo que ha servido para que en distintos medios de comunicación se insinúe que esta cadena podría estar, presuntamente, en el foco de atención del Ministerio de Hacienda. Por otra parte, habrá que definir qué entendemos por precios bajos y asequibles para las clases sociales más vulnerables. No hay que olvidar el discurso de la gran distribución en el que manifiesta tener un margen comercial escaso, y un beneficio empresarial basado en el volumen de venta, más que en los márgenes unitarios. A ver si va a resultar que esta cesta supone una venta a pérdidas, lo cual también sería ilegal. Por último, habría que ponderar el impacto de esta medida en el pequeño comercio y en las tiendas de barrio, que a buen seguro no podrán competir en el escenario propuesta por vicepresidenta segunda.

He dejado para el final, más allá de lo legal, la repercusión que las propuestas de la ministra de Trabajo podrían conllevar para el sector productor. Desde el campo denunciamos la ausencia de rentabilidad, motivada en parte por el desequilibrio existente entre la gran distribución y los productores. Animar a unos precios de venta todavía más bajos, cuando en la cadena de comercialización el precio se fija en destino y se van descontado los distintos servicios y márgenes comerciales, hasta que al agricultor le llega lo que queda, no haría más que infringir un serio revés en las rentas de los productores, en esta ocasión por incentivo político. Ello sin considerar que, en un contexto donde el precio sería el principal argumento, las importaciones provenientes de países terceros, siempre más baratas por los menores costes sociales y los sobrecostes derivados de la aplicación solo en Europa de las políticas en materia medioambiental y de fitosanitarios, tendrían un plus de competitividad en detrimento de las producciones locales.

No sé si la señora Yolanda Díaz se ha lanzado al ruedo sin más, pues hasta ahora la tenía por persona con cierto nivel político e intelectual, pero lo cierto es que sus propuestas no están lo suficientemente meditadas en relación con los efectos colaterales que producirían. Si todo esto fuera así de fácil, seguro que ya se habría puesto en marcha en otros lugares y para más productos. Si la solución a la inflación es saltarse las reglas del mercado y apostar por el intervencionismo, hágase en todos los productos y sectores, y tema resuelto. De apreturas el campo entiende mucho, pero de igual manera que ocurre con la Ley de Desperdicio Alimentario, esperamos que la solidaridad con los más desfavorecidos, no sea a costa, a su vez, de los más débiles.

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

ANÁLISIS

¿Cómo será la campaña de cítricos 2022/23 en la Comunitat Valenciana?



Por PACO BORRÁS (*)



Los comentarios de sindicatos, de Ailimpo y de buenos conocedores del tema hablan de mermas y todo apunta a que estamos ante una campaña corta de cosecha. / ARCHIVO

Para intentar contestar a esta pregunta en los primeros días de la campaña de cítricos, recién comenzada con la recolección de las primeras variedades ultraprecoces, Iwasaki o Primosole, normalmente se mira, por un lado, la previsión de los aforos y, por otro, las llegadas de ultramar, los precios en el mercado y el cielo. El cielo porque se desea que refresque por dos razones, primero para que el salto térmico del día a la noche ponga en marcha el cambio del color de la piel y active la maduración y, segundo, incida en el consumo de cítricos siempre ligado a temperaturas templadas y bajas.

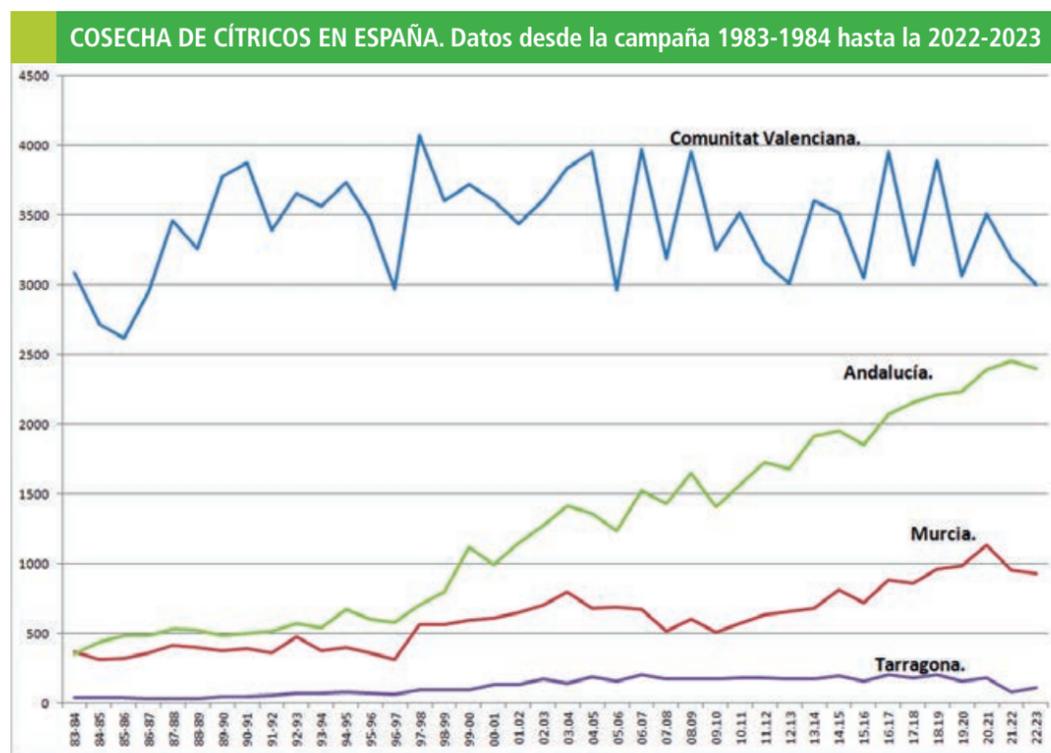
Al final la combinación de todos estos factores marcará la campaña.

De momento sabemos que las llegadas a Europa del hemisferio sur hasta finales de agosto han sido ligeramente menores en naranjas y similares en mandarinas. No está siendo fácil para los diferentes países del hemisferio sur la gestión de la logística, por precio por la gran subida de todos los fletes marítimos y por escasez de contenedores.

Del clima lo único que podemos decir es que a corto plazo el verano se está alargando y en algunas zonas el problema se está juntando con dificultades con el agua por su escasez, en particular en el sur.

Si podemos hablar de aforos, aunque los oficiales se presentarán en unos días o quizás en el momento de la publicación de este artículo ya sean conocidos.

Pero todos los comentarios de sindicatos, de la interprofesional Ailimpo y de buenos conocedores del tema nos hablan de merma respecto al año pasado y todo apunta a que estamos ante una campaña corta de cosecha. La pasada se acercó a 3.300.000 toneladas en la Comu-



Evolución de la producción citrícola de las diferentes zonas españolas en los últimos años. / PACO BORRÁS

nitat Valenciana y el aforo nacional 2021/22 fue de 6.705.000 toneladas.

Las previsiones hablan de un descenso del 9 al 10% en la Comunitat Valenciana y algo menor en el conjunto de España. Es muy probable que en la Comunitat estemos ante un año de 3.000.000 o incluso algo menos.

Si ahora observamos la historia, y miramos cuando la Comunitat Valenciana alcanzó por primera vez ese volumen de cosecha, nos tenemos que remontar a la campaña 1983/84 en la que se realizó un balance a final de la campaña de 3.084.000 toneladas.

Por otro lado, la última vez que la Comunitat tuvo una cosecha similar fue en la 2005/06 y fue consecuencia directa de las heladas que tuvimos en enero y febrero del 2005. Por lo tanto,

hacia ya 17 años que no teníamos tan poca cosecha.

Pero como no estamos solos en España en cítricos, si observamos la evolución de las cosechas de cítricos durante los años que estamos comentando tenemos la imagen que puede verse en el gráfico que acompaña a la noticia. Vemos que la gran diferencia entre estas dos campañas, 1983/84 y 2022/23, en las que la Comunitat tiene 3.000.000 de toneladas, es que en 1983/84 España tuvo una cosecha de 3.894.000 toneladas y la Comunitat Valenciana representaba el 79% de la cosecha española de cítricos. Y ahora, si se cumplen las previsiones, España esta campaña estará en la horquilla 6,3 a 6,5 millones de toneladas. O sea, serán en general menos que la campaña pasada, pero, en conjunto, superará en más de un 40% a la de 1983/84.

Salta a la vista que esta campaña el peso de la Comunitat Valenciana sobre el total español estará claramente por debajo del 47%. Es evidente que la producción citrícola en España se ha deslocalizado, por la tendencia al alza de Murcia y, sobre todo, de Andalucía, frente a la estabilización y la tendencia a la baja de la Comunitat en los últimos años.

Pero lo que no ha cambiado en estos años es la comercialización de las naranjas y mandarinas españolas. En el año 1983/84 el 81% de las exportaciones de cítricos españoles se realizaban desde la Comunitat Valenciana, lo cual guardaba una relación directa con su producción.

En los últimos cinco años, aunque la cosecha ha representado solo el 50% del total de la producción española, las exportaciones de naranjas y mandarinas españolas realiza-

Todo apunta a que estamos ante una campaña corta de cosecha

La producción citrícola en España se ha deslocalizado, por la tendencia al alza de Murcia y, sobre todo, de Andalucía

La producción se ha deslocalizado hacia el sur, pero la comercialización se ha quedado en la Comunitat Valenciana

La campaña es muy probable que sea buena y mejor para las naranjas de lo que fue la pasada

El sector puede levantar los ánimos porque 2022/23, será una buena campaña

das desde la Comunitat Valenciana han representado el 78% del total. La producción se ha deslocalizado hacia el sur, pero la comercialización se ha quedado en la Comunitat.

La campaña es muy probable que sea buena y mejor para las naranjas de lo que fue la pasada, porque al final los mercados también dependen del ánimo de los intervinientes en la cadena, y ahí está la producción y la comercialización como una unidad. El peso de España en los consumos europeos durante el invierno es totalmente mayoritario desde octubre hasta abril en mandarinas y desde noviembre hasta junio en naranjas.

Producción y comercialización, que por otro lado están integradas verticalmente en una parte relevante de la producción, cooperativas, OPFH del sector privado y producción propia de dicho sector, pueden levantar los ánimos y elevar los precios de dos de las joyas españolas citrícolas, las clementinas y las navelinas, variedades que, por otra parte, marcan el verdadero inicio de la campaña.

La 2022/23, será una buena campaña.

(*) Consultor hortofrutícola

Agrocultivos

¿Puede permitirse España las hectáreas agrícolas que tiene en regadío?

Algunas voces consideran que hay margen para mantener este modelo, pero no todas

► ANGÉLICA QUINTANA. EFEAGRO.

El campo español cuenta con 3,8 millones de hectáreas de cultivos en regadío. ¿Puede España permitirse tener tanta superficie con la disponibilidad de agua que hay en el país? Algunas voces del mundo agronómico y académico consideran que sí hay margen para mantener este modelo, pero no todas.

España posee la mayor superficie de regadíos de Europa, el 54% de ella con sistemas localizados y, aunque el regadío apenas representa el 22,6% de la superficie agraria cultivada, en ella se obtiene el 65% de la producción final agraria, según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Los datos del MAPA indican que el regadío multiplica por seis la productividad, aumenta hasta en cuatro veces la renta de los agricultores y genera tres veces más empleo por unidad de superficie que el secano.

Pero la agricultura y la ganadería absorben en torno al 70% del agua que se consume en el país, según la profesora de la escuela de Ingeniería Agronómica de la Politécnica de Madrid e investigadora



El campo español cuenta con 3,8 millones de hectáreas de cultivos en regadío. / ARCHIVO

del Ceigram, Irene Blanco.

El presidente del Consejo General de Colegios Oficiales de Ingenieros Agrónomos, Baldomero Segura, es contundente al indicar que “preguntarnos si nos podemos permitir los regadíos que tenemos es como preguntarnos si sobramos personas”.

“El regadío no es un capricho” —afirma—, “su función es la de aportar agua en el momento adecuado y la cantidad adecuada para que una producción vegetal llegue a buen término, que es, en último fin, nuestra mesa”.

A su juicio, el análisis debería

centrarse en cómo alcanzar la “consolidación de los regadíos”. “Hay mucho margen para mejorar”, apostilla, tanto en infraestructuras hidráulicas de transporte y distribución, en sistemas de aplicación, en la capacidad de regulación y de reserva como en la movilización adecuada de recursos para incorporar las aguas regeneradas de las depuradoras de las ciudades.

También, apuesta por integrar las aguas de las tormentas más virulentas, cada vez más frecuentes, trabajar en las cabeceras de las cuencas para mejorar la recar-

ga de los acuíferos e incorporar masivamente las tecnologías de sensores, big-data e inteligencia artificial a la gestión del agua y su aplicación agronómica. “Y todo ello, antes de tocar una sola hectárea de regadío”, sentencia Baldomero Segura.

La profesora Irene Blanco trabaja en la actualidad en un libro sobre la evolución de la agricultura de regadío en España que saldrá publicado antes de que finalice el año.

“En los últimos 15 años la superficie regada no ha parado de aumentar —excepto en 2006 y 2010—, en detrimento del secano, pero lo interesante es que en ese periodo ha bajado el consumo bruto de agua en términos de hectómetros cúbicos y en metros cúbicos por hectárea”.

“Esto nos dice que no hay que poner tanto el foco en su superficie si no en controlar y reducir el consumo de agua”, añade antes de reconocer que “hay que ser cuidadosos en no crecer mucho más” en número de hectáreas de regadío y trabajar sobre sus “puntos débiles” como la sobreexplotación, la calidad de agua y el regadío ilegal.

Y es que, tal y como afirma Irene Blanco, “la amenaza del cambio climático es ya un hecho real”.

El futuro, desde su punto de vista, ha de pasar por continuar con la modernización y digitalización de los sistemas de riego, ya que “hay margen de mejora”, sobre todo en los invernaderos, y potenciar la regeneración y reutilización de aguas y la desalación, técnica esta última en la que España es un referente mundial.

Ricardo Aliod es profesor de Ingeniería Hidráulica y del Riego en la Escuela de Agrónomos de Huesca y durante 25 años ha participado en el diseño de más de 200.000 hectáreas agrícolas de regadíos modernizados, según relata a Efeagro. Ahora, se muestra muy crítico al advertir de que “España no se puede permitir” tantas hectáreas de regadío: “no puede ser la huerta de Europa y la granja de China, todo tiene un límite, y más en los contextos actuales del cambio climático”.

A su juicio, las tres soluciones que se han aplicado hasta la fecha —regulaciones, trasvases y desalación— “no han funcionado”, ya que “el sistema colapsa cuando vienen periodos de sequía”.

Precisa que “la bala de plata” de la modernización de los sistemas de regadío “reduce el uso del agua, pero a la vez aumenta su consumo”, al registrarse más producción.

“La solución final se producirá con el cierre de regadíos, y lo que hay que intentar es que este proceso no se haga de forma caótica, sino organizada, obligando a los grandes propietarios a retirar superficies y, de forma voluntaria, a los pequeños para que no suceda a la brava como con la burbuja inmobiliaria”.

OPINIÓN

¿Cómo van a sobrar regadíos si son nuestra mesa?

No puedo estar más de acuerdo con Baldomero Segura, presidente del Consejo General de Colegios Oficiales de Ingenieros Agrónomos, cuando dice que “preguntarnos si nos podemos permitir los regadíos que tenemos es como preguntarnos si sobramos personas”. En efecto, el regadío “no es un capricho” ya que su función es, en última instancia, garantizar “nuestra mesa”.

Por ello, antes de plantearse reducir la superficie de regadíos en España, lo que deberían hacer nuestros políticos es analizar objetivamente todas las actuaciones que, con la tecnología actual, pueden aplicar para almacenar, distribuir y emplear de manera eficiente la máxima cantidad de agua.

Me refiero a desarrollar una red de distribución de los recursos hídricos, que no es otra cosa que trasvasar, de donde hay a donde falta, del mismo modo que se hace con el gas, la electricidad o cualquier recurso de interés para la sociedad. Me refiero a recipientes

que permitirían aumentar el almacenamiento de agua cuando llueve para aquellos momentos en los que escasea: pantanos, balsas de riego, miniembalses cerca de la costa, incluso infraestructuras para integrar las aguas de las tormentas en la recarga de los acuíferos y para incorporar las aguas regeneradas de las depuradoras de las ciudades. Me refiero a incorporar a la gestión hidráulica nuevas tecnologías como sensores, big-data, inteligencia artificial, etc.

Porque, como sabemos los agricultores que hemos padecido más de una sequía, “quien no guarda cuando tiene, no come cuando quiere”. Parece que esos políticos de despacho cerrado y aire acondicionado que no pisan tierra no lo tienen tan claro.

Sugieren renunciar a nuestros regadíos, pero al mismo tiempo no desean que las neveras se vacíen ni que haya menos disponibilidad de alimentos. Entonces, realmente lo que están defendiendo es comprar los alimentos de fuera a países terceros lejanos. Y eso

—obviando la pérdida de soberanía alimentaria, la generación de riqueza en toda la cadena alimentaria o la fijación de población en el medio rural— si lo vemos desde un punto de vista medioambiental, viene a decir que no quieren menos contaminación, sino que la quieren exportar a otros continentes: primero produciendo alimentos de manera más contaminante que los nuestros que están sujetos a los estándares europeos y, luego, transportándolos desde miles de kilómetros, y no precisamente con el catamarán de Greta.

Sus filosofías baratas no están justificadas ni económica, ni social ni ambientalmente. Pero es que, además, esos políticos demuestran ser unos vagos porque, en lugar de buscar soluciones y trabajar en su aplicación, que es por lo que cobran, no están dispuestos a esforzarse y optan por lo más sencillo: prohibir y recortar regadíos. ¡Pero qué absurdo es apostar por el secano! En pleno siglo XXI, con una revolución digital que abre múltiples posibilidades, pretenden

dejar a los agricultores sin saber si al final de la campaña la climatología permitirá lograr una mínima producción. ¿De verdad creen que puede existir un negocio estable que dependa del azar del clima?

No se han parado ni un minuto a leer que el regadío multiplica por seis la productividad, por cuatro la renta de los agricultores y por tres el empleo por unidad de superficie respecto al secano. En un mundo en el que hay más de 7.000 millones de personas y seguramente llegaremos a los 9.000 millones, en lugar de cuestionarse el regadío lo razonable sería pensar cómo vamos a alimentar a toda la población.

A esos políticos que tanto pregonan la lucha contra el cambio climático hay que decirles que la agricultura del futuro es con agua o no será, que si hay un aliado imprescindible ese es el bosque verde cultivado que no se quema y que frena incendios, sobre todo los bosques de frutales de hoja perenne que fijan CO2 todos los días del año.

Por CRISTÓBAL AGUADO
Presidente de AVA-Asaja



Ahora que otros países de Europa empiezan a sentir los estragos de la sequía hay que recordarles que un manto verde en la cuenca mediterránea resulta necesario para detener el desierto y aliviar los efectos en el centro y norte del continente. Así lo constatan los científicos, que son a los que deberíamos escuchar para tomar decisiones.

Viendo patatas, aceitunas o uvas con problemas para alcanzar su óptima maduración por estrés hídrico, y viendo imágenes insólitas en ríos de Francia, Alemania o Inglaterra, más de uno estará pensando: “cuando las barbas de tu vecino veas cortar, pon las tuyas a remojar”. Pues eso, manos a la obra. A estudiar e implementar toda clase de infraestructuras y tecnologías que están a nuestro alcance con la finalidad de almacenar, distribuir y, lo que es lo mismo, trasvasar todo el agua necesaria para llenar nuestra cesta con alimentos de la máxima proximidad, frescura, trazabilidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad medioambiental.

El campo español reclama ayudas y no descarta un otoño de movilizaciones

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. El sector primario encara el inicio del nuevo curso acusando altos costes de producción, bajos precios en origen y una previsión de mermas generalizadas en la producción por culpa de la sequía, cuestiones ante las que reclama ayudas al Gobierno al tiempo que no descarta emprender nuevas movilizaciones.

Cooperativas Agro-alimentarias de España y las organizaciones agrarias Asaja, COAG y UPA coinciden en resaltar esas cuestiones como los principales problemas del campo español, junto a otros como la especulación, la falta de fertilizantes o las deficiencias en la ley de la cadena.

Son los mismos problemas por los que los profesionales del primario ya se manifestaron la pasada primavera, agravados ahora por las incertidumbres que enfrentará la economía española este otoño, en especial por las restricciones de gas y la persistencia de una inflación elevada.

“La solución no son tanto las movilizaciones sino sentarse y arbitrar medidas porque hay que seguir manteniendo la estructura productiva de la agricultura española que nos da de comer a nosotros y a los europeos”, ha indicado el presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de España, Ángel Villafranca.

La organización entiende que el campo es “motor de recuperación”, una industria que “no se deslocaliza” y que está siempre en el territorio”, y que todo ello “tiene que verse reflejado en medidas de incentivo”.

En concreto, el máximo representante de cooperativas ha mencionado que hay aspectos, como “el tema fiscal”, en el que las autoridades pueden ayudar, así como en amortiguar el coste de la electricidad, mejorar el sistema de regadío y apoyar al transporte, tanto a nivel nacional como internacional, entre otras cuestiones.

“Entendemos que en este momento toda la sociedad está sufriendo la crisis energética y la inflación, pero en el campo se agrava la situación porque somos un sector debilitado desde meses atrás que no puede repercutir todo el incremento de cos-

tes en el precio final y eso nos ha llevado a economías muy débiles y de subsistencia”, ha expresado Villafranca.

Por otro lado, fuentes de Asaja han comentado que este mes tendrá lugar la Junta Directiva en la que se analizará si se emprenderán nuevas movilizaciones, y de momento reiteran lo que comunicaron el pasado agosto, cuando la organización auguró un “otoño caliente ante la insostenible situación que vive el sector agrario”.

Asaja señaló entonces también que las protestas se vienen sucediendo en distintos puntos de España desde el comienzo del verano y que en la Junta Directiva el presidente de la organización, Pedro Barato, “propondrá comenzar una nueva fase de movilizaciones en todo el territorio nacional de cara al otoño”.

“Parece ser que este Gobierno olvida la labor esencial que el sector primario desempeña proporcionando alimentos de primera necesidad a la sociedad. Si esta tarea se interrumpe, o no llegan las producciones en las cantidades necesarias al mercado, se estará poniendo en riesgo no solo el futuro del sector agrario, si no también nuestra soberanía alimentaria”, expresó Asaja en agosto.

En tanto, fuentes de COAG han indicado que “de momento”, y tras celebrar este viernes una Comisión Ejecutiva, “no hay ninguna decisión respecto a emprender un proceso de movilizaciones”. Si han iniciado, no obstante, un “análisis de la situación” en los distintos sectores agrícolas y ganaderos y un “proceso de escucha en las comunidades autónomas con las uniones regionales de COAG”.

Finalmente, fuentes de UPA declaran que de momento no tienen previsto emprender movilizaciones pero que están “vigilantes y denunciando los problemas que sufren los compañeros y compañeras en el campo”.

“La situación es dramática en muchos casos. La especulación, la no repercusión de la subida de los precios en los productores, los problemas después de los incendios... Somos conscientes del ambiente que se está gestando”, indicaron las fuentes.



Imagen de la presentación de la primera edición de la Semana Ecológica. / RAQUEL FUERTES

Impulso al sector agroalimentario sostenible valenciano

En la presentación de la primera Semana Ecológica se ha anunciado la celebración en marzo de la feria TerraEco

► RAQUEL FUERTES. VALENCIA. La consellera de Agricultura, Mireia Mollà, el director general de Desarrollo Rural, David Torres, el presidente del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana (CAECV), Vicente Faro, y la directora de la Cátedra universitaria, Lola Raigón, han presentado la primera edición de la Semana Ecológica, una nueva cita anual del sector agroecológico que nace “para impulsar la promoción y oportunidades de futuro del sector y estimular la demanda del consumo agroecológico” y que se celebrará entre el 19 y el 25 de septiembre.

La promoción, la formación, la compra pública, el desarrollo profesional, la primera Cátedra de Agroecología “José Luis Porcuna” o los productos certificados centran el programa de la Semana Ecológica.

Vicente Faro ha detallado el contenido del calendario de actos que se articula en tono a siete temáticas vinculadas a los objetivos del sector en materia de consumo, empleo o transferencia del conocimiento. Un total de 26 actividades en siete días: siete jornadas y seminarios, 11 talleres y 8 visitas donde los productores ecológicos serán los protagonistas.

La consellera ha valorado el intenso programa que persigue “la conciliación y la alianza con el consumidor porque no queremos ser solo un mercado exportador. Queremos comer saludable y consumir producción ecológica valenciana, por eso hacemos este tipo de actividades”.

Faro ha asegurado que “somos conscientes de que uno de los pilares para poner en valor el sector ecológico es organizar este tipo de acciones, que tienen como objetivo visibilizar todo el trabajo que existe detrás de

cualquier persona que se dedica a la producción ecológica”.

Durante la presentación Mireia Mollà, ha destacado el crecimiento del sector que permitirá a la Comunitat Valenciana alcanzar los objetivos europeos del 25% de superficie ecológica: “La Semana Ecológica es un nuevo hito en la agenda pública, dentro de una apuesta consolidada por la Producción Agroecológica. El balance 2021 ya arroja una superficie certi-

La Semana Ecológica nace para impulsar la promoción y las oportunidades de futuro para este sector

La cita se celebrará este año del 19 al 25 de septiembre con un intenso programa de veintiséis actividades

ficada del 20,5%: 12 puntos por encima de la media europea y a tan solo 4,5 puntos de la meta que fija la estrategia ‘De la granja a la mesa’ para el 2030”, ha subrayado la consellera de Agricultura.

En este sentido, Mollà ha repasado otros hitos cumplidos incluidos en la planificación 2021-2025 como el anuncio de la primera feria TerraEco de Producción Ecológica, para el próximo mes de marzo, las ayudas—de hasta 10.000 euros—destinadas a incentivar de la oferta ecológica en las cartas del sector de la restauración, o la nominación a los galardones ‘Organic Awards’: “No es casual que estemos entre los finalistas a estos

premios europeos, es fruto del trabajo y del acompañamiento a los productores”.

Por su parte, el director general de Desarrollo Rural, David Torres, ha recordado las cifras de crecimiento del sector en la Comunitat Valenciana con una facturación de 736 millones de euros en 2021. Una tendencia ascendente año tras año, motivada por los planes de apoyo al sector, que la consellería ha revalidado y elevado con una inversión para el periodo 2021-2025 de 114 millones de euros.

■ LA CESTA BÁSICA

Durante las intervenciones también se ha hablado de la importancia de incluir alimentos ecológicos y saludables en la cesta básica en la que en los últimos días está trabajando la vicepresidenta segunda del Gobierno de España con las cadenas de distribución y la consellera ha apuntado que esa cesta debe beneficiar al consumidor, pero que nunca puede significar que el primer eslabón de la cadena salga perdiendo y no perciban unos “precios justos”.

Precisamente Mireia Mollà ha apuntado que el pequeño comercio suele ser más consciente de esa necesidad de establecer unos precios justos con los productores y que no ve el problema de la cesta básica en este punto sino en los alimentos que se incluyen en ella y que deben ser, en todo caso, “saludables”.

Sobre la amenaza de la crisis con respecto al consumo ecológico, la directora de la Cátedra universitaria, Lola Raigón, ha recordado que en las anteriores crisis el consumo de estos productos subió, aunque ahora no hay que bajar la guardia ante los efectos de la inflación sobre los hábitos de ellos consumidores.



Imagen de una manifestación celebrada en Valencia. / ARCHIVO



Cítricos: Análisis de campo

ÍNDICE DE MADUREZ

CAMPAÑA 2022/2023
COMPARACIÓN AÑO 2021
SEPTIEMBRE. 1ª SEMANA

	2021	2022	DIF.	Parcelas
■ GANDÍA				19
Clausellinas	5,66	3,77	-1,89	2
Satsumas	3,00	2,78	-0,22	3
Marisol	5,04	3,93	-1,11	4
Clementina	4,00	2,89	-1,11	1
Navelinas	4,08	4,36	0,28	5
Iwasaki	3,85	3,59	-0,26	1
Clemenrubi	5,21	4,11	-1,09	3
Learni		3,20		1
M-7		3,62		1
Fujimoto		3,10		1
■ VALENCIA-NORTE				22
Clementina PRI-23	7,63			0
Clausellinas		7,14		2
Clemensoon	6,82	5,05	-1,77	1
Okitsu	7,36			0
Orogrande		5,21		1
Oronul	4,3	5,20	-0,67	1
Basol		6,29		1
Marisol	5,62	5,63	0,01	3
Arrufatina	5,34	7,99	2,65	1
Clemenrubi		5,79		3
Clem.Nules	4,57	4,45	-0,12	6
Navelina	3,01	3,25	0,24	2
Iwasaki	8,49	6,72	-1,77	1
■ VALENCIA SUR				16
Clausellinas	6,26	4,63	-1,63	1
Satsumas	3,63	3,02	-0,61	2
Marisol	5,32	5,27	-0,05	1
Okitsu	5,72	4,47	-1,25	2
Orogrande	4,02	4,65	0,63	2
Clem.Nules	3,80	3,11	-0,69	1
Navelinas	4,11	4,49	0,38	2
Clemensoon	7,15			0
Arrufatina	5,36	7,25	1,89	1
Oronules	4,11	3,98	-0,13	1
Iwasaki	8,62	6,21	-2,41	3
■ CASTELLÓN				24
Marisol	3,93	4,12	0,18	5
Clem.Nules	3,04	3,22	0,18	6
Oronul	3,73	3,29	-0,44	4
Navelinas	3,40	3,48	0,08	3
Arrufatina	4,44	5,03	0,59	3
Clemenpons	3,88	3,75	-0,13	1
Clemenrubi	4,60	5,41	0,82	2
■ ALICANTE				18
Okitsu	6,38	2,73	-3,65	2
Orogrande	4,45	3,98	-0,46	1
Clemenrubi	8,71	7,40	-1,31	2
Clemenvilla	3,05	3,67	0,62	1
Iwasaki	8,46			0
Chislett	3,38	3,37	-0,02	2
Navelina	3,60	4,00	0,40	1
Lane Late	3,16	3,31	0,15	3
Pomelo	4,25	4,02	-0,23	1
Barnfield	4,04	4,27	0,22	1
Navel Late	2,59	3,17	0,59	1
Salustiana		4,04		1
Tarocco	3,72	2,73	-0,99	1
Valencia Late	2,47	2,55	0,09	1
■ HUELVA				7
Oronules	6,06	5,83	-0,23	3
Clemenrubi	10,48	8,59	-1,89	1
Orogrós	6,13	7,04	-0,91	1
Clemensoon	6,51	5,96	-0,55	1
Primosole	4,65	4,25	-0,40	1
■ Total parcelas:				106

FUENTE: Dirección Territorial de Comercio (SOIVRE-Valencia)

CALIBRE (mm)

CAMPAÑA 2022/2023
COMPARACIÓN AÑO 2021
SEPTIEMBRE. 1ª SEMANA

	2021	2022	DIF.	Parcelas
■ GANDÍA				19
Clausellinas	60,50	59,00	-1,50	2
Satsumas	57,00	54,33	-2,67	3
Marisol	57,60	57,00	-0,60	4
Clementina	61,00	58,00	-3,00	1
Navelinas	70,25	68,60	-1,65	5
Iwasaki	54,00	61,00	7,00	1
Clemenrubi	51,33	48,00	-3,33	3
Learni		52,00		1
M-7		67,00		1
Fujimoto		66,00		1
■ VALENCIA-NORTE				22
Clementina PRI-23	53,10			0
Clausellinas		57,50		2
Clemensoon	55,85	50,40	-5,45	1
Okitsu	56,70			0
Orogrande		47,50		1
Oronul	49,00	48,50	-0,50	1
Basol		51,00		1
Marisol	54,13	51,67	-2,46	3
Arrufatina	51,00	52,80	1,80	1
Clemenrubi		47,93		3
Clem.Nules	48,80	47,80	-1,00	6
Navelina	62,80	59,90	-2,90	2
Iwasaki	58,00	62,70	4,70	1
■ VALENCIA SUR				16
Clausellinas	56,50	58,10	1,60	1
Satsumas	53,65	51,65	-2,00	2
Marisol	54,50	53,30	-1,20	1
Okitsu	60,15	55,75	-4,40	2
Orogrande	47,94	47,75	-0,19	2
Clem.Nules	47,25	45,10	-2,15	1
Navelinas	67,98	63,15	-4,83	2
Clemensoon		51,37		0
Arrufatina	50,58	53,70	3,13	1
Oronules	48,10	47,60	-0,50	1
Iwasaki	63,40	62,00	-1,40	3
■ CASTELLÓN				24
Marisol	46,93	43,66	-3,27	5
Clem.Nules	41,73	38,25	-3,48	6
Oronules	44,60	39,63	-4,98	4
Navelinas	63,47	62,57	-0,90	3
Arrufatina	47,40	47,60	0,20	3
Clemenpons	45,40	42,60	-2,80	1
Clemenrubi	46,90	45,60	-1,30	2
■ ALICANTE				18
Okitsu	57,90	52,35	-5,55	2
Orogrande	43,13	45,20	2,07	1
Clemenrubi	46,00	50,75	4,75	2
Clemenvilla	40,90	46,00	5,10	1
Iwasaki	57,30			0
Chislett	53,70	49,95	-3,75	2
Navelina	58,80	55,50	-3,30	1
Lane Late	59,73	57,43	-2,30	3
Pomelo				0
Barnfield	54,40	53,20	-1,20	1
Navel Late	60,80	55,20	-5,60	1
Salustiana		50,70		1
Tarocco	57,30	57,70	0,40	1
Valencia Late	50,70	48,00	-2,70	1
■ HUELVA				7
Oronules	50,87	51,77	0,90	3
Clemenrubi	64,60	56,00	-8,60	1
Orogrós	47,00	57,60	10,60	1
Clemensoon	46,70	54,80	8,10	1
Promosole	69,60	57,50	-12,10	1
■ Total parcelas:				105

FUENTE: Dirección Territorial de Comercio (SOIVRE-Valencia)

ZUMO (%)

CAMPAÑA 2022/2023
COMPARACIÓN AÑO 2021
SEPTIEMBRE. 1ª SEMANA

	2021	2022	DIF.	Parcelas
■ GANDÍA				19
Clausellinas	59,50	60,50	1,00	2
Clausellinas	53,65	49,38	-4,27	2
Satsumas	50,00	48,28	-1,72	3
Marisol	54,93	48,13	-6,81	4
Clementina	47,59	41,80	-5,79	1
Navelinas	31,21	33,69	2,48	5
Iwasaki	41,80	49,56	7,76	1
Clemenrubi	41,21	30,34	-10,87	3
Learni		34,90		1
M-7		32,74		1
Fujimoto		31,73		1
■ VALENCIA-NORTE				22
Clementina PRI-23	58,58			0
Clausellinas		56,88		2
Clemensoon	56,22	53,58	-2,63	1
Okitsu	55,43			0
Orogrande		36,39		1
Oronul	48,44	52,60	4,15	1
Basol		53,81		1
Marisol	55,88	51,82	-4,05	3
Arrufatina	46,30	50,12	3,82	1
Clemenrubi		39,23		3
Clem.Nules	44,74	39,72	-5,02	6
Navelina	29,64	30,35	0,71	2
Iwasaki	54,71	64,63	9,92	1
■ VALENCIA SUR				16
Clausellinas	49,83	47,17	-2,66	1
Satsumas	48,66	45,08	-3,58	2
Marisol	53,26	50,27	-2,99	1
Okitsu	59,16	48,04	-11,11	2
Orogrande	40,38	36,96	-3,42	2
Clem.Nules	44,96	27,85	-17,11	1
Navelinas	35,84	35,08	-0,77	2
Clemensoon	55,05			0
Arrufatina	49,74	39,77	-9,96	1
Oronules	48,83	45,03	-3,80	1
Iwasaki	52,36	43,56	-8,80	3
■ CASTELLÓN				24
Marisol	50,38	45,25	-5,13	5
Clem.Nules	40,24	26,23	-14,01	6
Oronules	43,23	33,09	-10,14	4
Navelinas	36,81	28,22	-8,58	3
Arrufatina	49,85	40,95	-8,91	3
Clemenpons	51,45	45,03	-6,43	1
Clemenrubi	55,69	32,46	-23,23	2
■ ALICANTE				18
Okitsu	42,00	33,39	-8,61	2
Orogrande	32,22	38,94	6,72	1
Clemenrubi	34,11	39,76	5,64	2
Clemenvilla	31,43	30,99	-0,44	1
Iwasaki	29,43			0
Chislett	19,38	15,73	-3,65	2
Navelina	17,79	19,90	2,11	1
Lane Late	20,76	20,36	-0,40	3
Pomelo	17,90	10,46	-7,43	1
Barnfield	19,80	15,37	-4,43	1
Navel Late	10,90	12,47	1,57	1
Salustiana		23,20		1
Tarocco	20,96	26,97	6,01	1
Valencia Late	24,19	21,92	-2,27	1
■ HUELVA				7
Oronules	45,21	52,39	7,18	3
Clemenrubi	48,17	54,15	5,98	1
Orogrós	51,58	45,81	-5,77	1
Clemensoon	53,08	43,69	-9,39	1
Primosole	42,25	48,55	6,30	1
■ Total parcelas:				105

FUENTE: Dirección Territorial de Comercio (SOIVRE-Valencia)

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 29 de agosto al 4 de septiembre de 2022, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	3,80
Otras Variedades	2,96
Ciruela Otras Familia Black	1,40
Otras Variedades	2,50
Frambuesa Otoño	2,01
Fresa Camarosa	3,84
Granada Otras Variedades	1,45
Higo Chumbo	1,41
Seco	1,25
Verdal	2,36
Breva Otras Variedades	2,09
Kiwi Kiwigold	4,50
Pulpa Verde	3,50
Lima Otras Variedades	1,00
Limón Verna	1,18
Otras Variedades	0,61
Fino o Primafiori	1,20
Mango Otras Variedades	1,64
Manzana Fuji	1,00
Golden	0,80
Royal Gala	1,30
Starking o Similares	1,50
Melocotón Baby Gold	1,60
Melón Piel de Sapo	0,90
Naranja Otras Variedades	0,88
Lane Late	1,10
Nectarina de Carne Blanca	1,80
Nuez	5,50
Paraguay Ufo 4	1,80
Pera Conferencia	1,70
Piña Golden Sweet	1,80
Pitahaya Otras Variedades	7,00
Plátano de Canarias Extra	2,00
Sandía Otras Variedades	1,30
Sin Semilla	1,15
Uva Aledo	1,30
Blanca Otras Variedades	1,79
Italia o Ideal	2,13
Red Globe	1,30
Sin Semilla Negra	2,48
Victoria	1,44
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas	0,60
Hojas Rizadas Lyon	0,60
Ajo Morado	3,64
Tierno o Ajete	1,18
Alcachofa	5,21
Apio Verde	0,60
Berenjena Morada	2,13
Otras Variedades	1,90
Boniato o Batata	1,60
Brocoli o Brócoli o Brecol	1,80
Calabacín Verde	1,35
Calabaza De Verano	0,50
De Invierno	0,60
Cardo	1,00
Cebolla Tierna o Cebolleta	2,10
Morada	0,70
Francesa o Echalote	0,90
Chirivía	1,00
Col de Hojas Lisas	0,40
Lombarda o Repollo Rojo	0,50
Repollo de Hojas Rizadas	0,40
Coliflor	2,00
Endivia	1,15
Espárrago Verde o Triguero	2,21
Espinaca	0,80
Judía Verde Fina	7,20
Verde Perona	4,30
Lechuga Cogollo	2,40
Hoja de Roble	0,80
Iceberg	1,50
Romana	0,55
Lollo Rosso	0,80
Nabo	0,70
Perejil	0,60
Pepino Corto o Tipo Español	1,70
Otras Variedades	1,45
Pimiento Verde Italiano	1,52
Otras Variedades	1,73
Rojo Lamuyo	1,90
Puerro	0,90

Resto de Hortalizas	0,60
Seta Champiñón	1,96
Gircola o Chopo	4,40
Tomate Asurcado Verde Raf	2,10
Cherry	3,00
Liso Rojo Pera	1,05
Verde Rambo	1,00
Muchamiel	1,00
Otras Variedades	1,25
PATATAS	Euros/kg
Blanca Agría (Confec.)	0,81
Blanca Claustrar	
o Primor (Confec.)	2,31
Blanca Monalisa (Granel)	0,61
Blanca Spunta (Granel)	1,00
Roja Otras Variedades (Confec.)	1,80

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 8 de septiembre de 2022, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	1,50
Aguacate	2,50
Almendra	7,00
Pomelo	1,40
Avellana	6,50
Kaki	3,20
Carambolas	4,00
Castañas	3,50
Cerezas	13,00
Cocos	1,10
Membrillo	1,20
Dátiles	4,00
Feijoa	8,00
Higo	2,50
Higos Chumbos	3,00
Frambuesa	1,00
Grosellas	10,00
Kiwis	3,00
Lichis	7,00
Lima	2,70
Limón	1,20
Fresa	2,80
Fresón	7,00
Granada	1,80
Mandarina Clementina	2,40
Satsuma	1,50
Otras	5,00
Mangos	5,00
Maracuyá	8,00
Melón Galia	0,75
Amarillo	0,80
Piel de Sapo	0,60
Otros	1,10
Moras	16,50
Nashi	2,10
Nectarina Blanca	1,30
Amarilla	1,30
Níspero	3,75
Nueces	3,80
Olivas	3,80
Papayas	3,00
Pera Blanquilla	1,50
Verano	2,00
Invierno	1,20
Temprana	0,90
Piña	1,50
Pitahaya	8,45
Plátanos Canario	2,10
Importación	1,10
Manzana Bicolor	1,60
Amarilla	0,80
Verde	1,20
Roja	1,40
Otras	1,40
Melocotón Amarillo	2,20
Rojo Pulpa Blanca	1,60
Rojo Pulpa Amarilla	1,60
Ciruela	1,20
Uva Blanca	2,00
Negra	1,40
Rambután	12,50
Sandía con semilla	0,85
Sin semilla	1,00
Naranja	1,40

Chirimoya	0,80
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	2,50
Redonda	1,10
Ajo Seco	3,00
Tierno	0,60
Apio	0,80
Acelgas	0,65
Batata	1,00
Borrajá	1,00
Brócoli	1,80
Brécol	2,25
Calçots	0,09
Calabaza	0,80
Calabacín	1,30
Cardo	0,50
Alcachofa	4,50
Cebolla Seca	0,52
Figueras	0,75
Tierna	0,65
Pepino	1,30
Col Repollo	2,10
Bruselas	1,80
Lombarda	0,45
China	0,70
Coliflor	2,00
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	1,40
Larga	0,85
Otras	0,70
Endivia	1,20
Escarola	0,60
Espárragos Blancos	5,00
Verdes	5,00
Espinaca	1,10
Haba	1,40
Hinojo	1,30
Perejil	0,45
Judía Bobi	4,50
Perona	5,00
Fina	4,00
Otras	3,50
Nabo	0,80
Zanahoria	0,40
Patata Blanca	0,60
Temprana	0,50
Roja	0,55
Pimiento Lamuyo	1,25
Verde	1,40
Rojo	1,80
Guisante	2,90
Puerro	1,15
Rábano	0,40
Remolacha	0,55
Tomate Maduro	0,80
Verde	1,50
Chirivía	1,00
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	3,50
Rovellón-Níscalo	10,00
Champiñón	2,00
Otras Setas	10,00
Maíz	0,50
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 29 de agosto al 4 de septiembre de 2022. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,07
Albaricoque	1,40
Almendra	8,25
Ciruela	1,39
Fresa / Fresón	6,00
Granada	1,44
Higo Fresco	3,81
Kiwi / Zespri	3,39
Lima	2,10
Limón	1,24
Mandarina Clementina / Fortuna / Nadorcott	1,87
Mango	2,67

Manzanas O.V.	1,63
Pink Lady	2,15
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,29
Royal Gala / Cardinale	1,28
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,50
Granny Smith	1,68
Melocotón Baby Gool	2,30
Melón / Galia / Coca	0,73
Naranja Navel	1,30
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,63
Valencia Late / Miaknight	1,01
Nectarina	1,90
Nuez	6,68
Papaya	2,30
Paraguay	1,83
Pera Conferencia / Decana	1,39
Ercolini / Etrusca	1,65
Blanquilla o Agua	1,53
Limonera	1,30
Piña	1,50
Plátano	1,79
Banana	1,17
Pomelo / Rubi Start	1,35
Sandía	0,92
Uva	1,93
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	1,01
Ajo Seco	2,14
Tierno o Ajete	10,90
Alcachofa	2,01
Apio	1,08
Berenjena	1,33
Brócoli / Brecol	2,38
Calabacín	1,05
Calabaza / Marrueco	0,81
Cebolla / Chalota	0,64
Cebolleta	1,06
Champiñón	2,13
Col Repollo	1,00
Lombarda	1,13
Coliflor / Romanescu	1,22
Endivia	2,50
Espárrago Verde	4,37
Espinaca	0,93
Judía Verde Fina (Brasileña)	3,56
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	3,49
Boby / Kora / Striki	2,50
Lechuga O.V.	0,64
Cogollo	1,57
Iceberg	1,06
Maíz	1,90
Nabo	0,93
Pepino	1,32
Perejil	1,23
Pimiento Verde	1,14
Rojo (Asar)	1,39
Puerro	1,39
Seta	3,92
Tomate O.V.	1,30
Cherry	2,75
Daniela	1,05
Zanahoria	0,71
Hierbabuena	1,80
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,74
Añeja	0,55

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 5 al 9 de septiembre de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	10,45
Fuerte	7,45
Otras Variedades	5,45
Albaricoque Otras Variedades	2,45
Moniqui	2,45
Almendra	1,50
Avellana	4,25
Carambola	2,95
Ciruela Otras Familia Black	1,45
Golden Japan y Songold	1,95
Santa Rosa	1,60
Reina Claudia	1,65
Fresa	9,95
Fresón Otras Variedades	11,95
Granada Otras Variedades	1,75
Guayaba Otras Variedades	3,85

Higo Chumbo	1,15
Seco	3,45
Verdal	5,58
Kiwi Kiwigold	4,95
Pulpa Verde	4,20
Limón Fino o Primafiori	1,12
Otras Variedades	1,02
Verna	0,95
Mandarina Clementate	2,16
Clemenule	2,22
Ortanique	1,79
Manga Kent	2,77
Mango Tommy Atkins	1,95
Manzanas Fuji	1,65
Golden	1,58
Royal Gala	1,86
Granny Smith	1,95
Otras Variedades	1,60
Staking o Similares	1,85
Melocotón Merry y Elegant Lady	1,95
Otras Variedades	1,95
Melón Piel de Sapo	1,63
Amarillo	1,15
Futuro	1,95
Naranja Valencia Late	0,99
Otras Variedades	1,15
Lane Late	1,15
Navelina	1,15
Navel	1,15
Nectarina Carne Blanca	2,20
Nuez	4,20
Papaya Grupo Solo y Sunrise	2,15
Papayón (2-3 kg/ud)	1,45
Pera Conferencia	1,68
Ercolini / Moretini	1,95
Agua o Blanquilla	1,65
Otras Variedades	1,60
Limonera	1,71
Piña Golden Sweet	5,44
Plátanos Canarias Primera	1,45
Canarias Segunda	1,30
Canarias Extra	1,60
Pomelo Rojo	1,68
Amarillo	1,65
Sandía Con Semilla	1,48
Sin semilla	1,48
Uva Blanca, Otras Variedades	2,53
Red Globe, Roja	2,15
Negra Otras Variedades	2,65
Resto de frutas	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	1,45
Ajo Blanco	2,45
Morado	2,45
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	1,15
Berros	1,70
Boniato o Batata	1,28
Brócoli, Brecol o Brócoli	3,46
Calabacín Blanco	1,19
Verde	0,55
Calabaza de Verano	0,83
De Invierno	0,85
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,61
Morada	0,98
Recas o Similares	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna	0,95
Col China o Pekinensis	1,75
Lombarda o Repollo Rojo	0,74
Repollo Hojas Rizadas	0,71
Coliflor	1,92
Escarola Rizada o Frisée	1,69
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Haba Verde o Habichuela	1,35
Hinojo	2,45
Judía Verde Boby	6,19
Verde Otras Variedades	6,04
Verde Elda	4,95
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,85
Maíz o Mollo	0,65
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o Tipo Holandés	1,20
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,45
Rojo Lamuyo	2,16

MERCADOS NACIONALES

Verde Italiano.....	1,64
Verde Padrón.....	3,99
Otras Variedades.....	1,74
Puerro.....	1,63
Rábano y Rabanilla.....	0,65
Remolacha Común o Roja.....	1,30
Seta Champiñón.....	2,30
Girgola o Chopo.....	2,20
Tomate Cherry.....	2,25
Liso Rojo Daniela/	
Long Life/Royesta.....	1,96
Liso Rojo Canario.....	1,00
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	1,24
Jengibre.....	2,25
Ñame o Yame.....	3,25
Hortalizas IV Gama.....	5,50
Resto Hortalizas.....	0,80

FRUTAS

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 5 de septiembre de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Murcia. Precios orientativos de mayorista a detallista, puestos en mercado y con envasado standard.

FRUTAS	Euros/kg
PATATAS (Granel)	
Blanca, Otras Variedades.....	0,95
Blanca Spunta.....	1,47
Otras Variedades.....	0,95
Roja Otras Variedades.....	0,95
Mercamurcia	
Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 5 de septiembre de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Murcia. Precios orientativos de mayorista a detallista, puestos en mercado y con envasado standard.	
FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte.....	2,50
Hass.....	2,30
Otras Variedades.....	2,00
Albaricoque Otras Variedades.....	1,50
Chirimoya Campas.....	3,00
Fina de Jete.....	3,50
Ciruela Reina Claudia.....	1,20
Golden Japan y Songold.....	1,20
Angeleno.....	1,40
Otras Variedades.....	1,00
Coco en Seco.....	0,85
En Verde.....	0,75
Dátil Deglet Nour.....	3,00
Medjooul.....	9,00
Otras Variedades.....	3,60
Fresón Otras Variedades.....	5,00
Granada Mollar Elche.....	1,50
Higo Verdal.....	3,00
Chumo.....	2,00
Breva y Otras Variedades.....	2,00
Kiwi Otras Variedades.....	2,50
Pulpa Verde.....	3,00
Lima Mejicana.....	2,00
Limón Verna.....	0,80
Rodrejo.....	0,65
Mandarina Otras Variedades.....	1,25
Mango Haden.....	2,00
Tommy Atkins.....	2,00
Otras Variedades.....	1,70
Manzana Golden.....	0,90
Starking o Similares.....	0,80
Otras Variedades.....	1,10
Granny Smith.....	1,30
Royal Gala.....	0,95
Fuji.....	0,85
Melocotón Calanda.....	3,50
Otras Variedades.....	2,00
Melón Piel de Sapo.....	0,80
Naranja Navel.....	0,80
Valencia Late.....	0,75
Navel Late.....	1,20
Nectarina Otras Variedades.....	1,75
Nuez.....	3,50
Papaya Solo Y Sunrise.....	2,00
Papaya o Papayón.....	3,00
Otras Variedades.....	2,50
Paraguay Otras Variedades.....	1,80
Pera Conferencia.....	1,75
Ercolini / Morettini.....	1,50
Agua o Blanquilla.....	1,20
Limonera.....	1,25
Piña Otras Variedades.....	1,00
Golden Sweet.....	1,30
Pitahaya Roja.....	5,00
Amarilla.....	5,00
Plátano Canarias Extra.....	1,80
Canarias 1ª.....	1,60
Canarias 2ª.....	1,40
Americano o Banana.....	0,95
Macho.....	2,60
Pomelo Rojo.....	1,30
Sandía Sin Semilla.....	0,90
Uva Michelle Parlieri.....	1,90
Red Globe.....	1,25
Sin Semilla Negra.....	1,80
Sin Semilla Blanca.....	1,60
Tamarindo.....	1,80
Resto de Frutas.....	2,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas.....	0,60

Ajo Blanco.....	2,70
Morado.....	2,80
Tierno o Ajete.....	5,00
Otras Variedades.....	2,50
Alcachofa Blanca Tudela.....	5,00
Apio Verde.....	0,50
Amarillento.....	0,55
Apionabo.....	0,65
Berenjena Otras Variedades.....	2,20
Morada.....	1,80
Boniato o Batata.....	0,80
Bróculo o Brócoli o Brécol.....	1,50
Calabacín Verde.....	1,50
Blanco.....	1,60
Otras Variedades.....	0,80
Calabaza de Verano.....	1,00
Otras Variedades.....	0,80
Cebolla Grano de Oro.....	0,50
Babosa.....	0,35
Morada.....	0,70
Cebolleta o Tierna.....	0,80
Blanca Dulce de Ebro.....	0,95
Francesa o Echalote.....	0,75
Chirivía.....	1,00
Col Repollo Hojas Rizadas.....	1,00
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,65
Coliflor.....	2,00
Endivia.....	2,20
Escarola Rizada o Frisé.....	1,00
Lisa.....	1,00
Espárrago Verde o Triguero.....	3,60
Espinaca.....	1,15
Guindilla Verde.....	1,10
Roja.....	1,15
Judía Verde Fina.....	7,00
Boby.....	4,00
Perona.....	3,00
Laurel.....	0,80
Lchuga Romana.....	0,50
Iceberg.....	0,65
Cogollo.....	0,85
Hoja de Roble.....	1,50
Lollo Rosso.....	1,50
Otras Variedades.....	0,40
Nabo.....	1,00
Pepino Otras Variedades.....	1,30
Perejil.....	1,10
Pimiento Verde Italiano.....	1,80
Rojo Lamuyo.....	1,80
Amarillo California.....	1,20
Rojo California.....	1,70
Verde Padrón.....	3,00
Puerro.....	0,80
Rábano y Rabanilla.....	1,50
Remolacha Común o Roja.....	0,60
Seta Champiñón.....	2,10
Girgola o Chopo.....	3,50
Tomate Liso Rojo Daniela /	
Long Life / Royesta.....	0,80
Liso Rojo Rama.....	1,50
Liso Rojo Pera.....	1,00
Cherry.....	2,00
Liso Verde Rambo.....	1,30
Liso Rojo Tipo Canario.....	0,70
Liso Verde Mazarrón.....	1,30
Granada Zafarraya.....	1,30
Asurcado Verde Raf.....	4,40
Kumato.....	2,25
Muchamiel.....	1,25
Otras Variedades.....	1,50
Jengibre.....	2,00
Ñame o Yame.....	1,30
Ocra o Quimbombó.....	2,10
Tamarillo Otras Variedades.....	4,50
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	0,50
Yuca o Tapioca o Mandioca.....	3,00
Hortalizas IV Gama.....	3,00

PATATAS	Euros/kg
Nuevas.....	0,90
Blanca Agría.....	0,55
Roja Otras Variedades.....	0,65
Roja Otras Variedades.....	0,65

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 5 al 11 de septiembre de 2022, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates Hass (local).....	7,50
Fuerte (local).....	4,50
Otras (local).....	4,00
Albaricoques (no local).....	2,00
Brevas (local).....	5,00
(no local).....	5,50
Kakis (local).....	2,00
Ciruela Morada (local).....	1,80
Amarillas (local).....	1,80
Cocos (no local).....	0,90
Fresones (local).....	10,00
Granadas (local).....	1,20
(no local).....	1,50
Guanábana (local).....	6,00

Higo Negro (local).....	5,00
Blanco (local).....	4,50
Limón Común (local).....	1,00
Primofiori (no local).....	1,10
Mandarinas Otras (no local).....	2,40
Manzanas Otras (no local).....	1,70
Otras (local).....	2,00
Golden (no local).....	1,00
Granny Smith (no local).....	2,30
Royal Gala (no local).....	1,30
Melocotones Rojo (no local).....	2,00
Otras (local).....	2,00
Amarillos (no local).....	2,40
Melones Piel de Sapo (no local).....	1,00
(local).....	0,85
Galia (local).....	1,10
Naranja Zumo Pequeña (local).....	1,00
Extra País (local).....	1,20
Valencia Late (no local).....	1,30
Nectarinas (no local).....	2,00
(local).....	1,20
Paraguayos (no local).....	2,45
Peras Otras (local).....	1,80
Ercoline (no local).....	1,80
Devoe (no local).....	1,75
Conference (no local).....	1,95
Devoe (no local).....	1,75
Lima (local).....	2,80
(no local).....	2,45
Piña Tropical (local).....	3,80
Plátanos Extra (local).....	1,80
Primera (local).....	1,40
Segunda (local).....	1,00
Sandías (local).....	1,20
(no local).....	1,40
Listada Sin Pepitas (local).....	1,50
Listada Sin Pepitas (no local).....	1,10
Uva Red Globe (no local).....	2,50
Otras Blanca (local).....	2,20
Otras Blanca (no local).....	1,80
Otras Negras (local).....	2,50
Tempranilla (no local).....	0,90
Papaya Hawaiana (local).....	1,50
Cubana (local).....	1,60
Híbrida (local).....	1,50
Otras (local).....	1,50
Guayaba (local).....	2,50
Mangos (local).....	2,50
Mangas (local).....	3,00
(no local).....	2,80
Kiwi (no local).....	2,70
Duraznos Grandes (local).....	2,00
Higos Picos (local).....	1,20
Parchita (local).....	3,50
Pitaya Roja (local).....	3,20
(no local).....	4,00
Carambola (local).....	3,20

HORTALIZAS	Euros/kg
Ajos (local).....	0,30
(no local).....	3,00
Albahaca (local).....	7,50
Apio (local).....	1,80
(no local).....	1,50
Berenjenas Moradas (local).....	1,00
Moradas (no local).....	1,40
Bubangos (local).....	2,50
Calabacines (local).....	1,20
(no local).....	1,50
Redondos (local).....	1,50
Zucchini (local).....	1,40
Zucchini (no local).....	1,70
Calabazas (local).....	0,60
(no local).....	0,60
Cebollas Cebolletas (local).....	3,00
Cebolletas (no local).....	3,00
Blancas (no local).....	0,67
Blancas (local).....	0,70
Moradas (local).....	1,40
Moradas (no local).....	1,30
Cebollino (local).....	10,00
Coles Repollo (local).....	1,50
Repollo (no local).....	1,20
Lombarda (local).....	0,80
Lombarda (no local).....	1,00
Coliflor (local).....	2,20
(no local).....	2,30
Champiñón (no local).....	2,20
Endivias (no local).....	2,80
Escarolas (local).....	0,70
Espinacas (local).....	3,50
Habichuelas Redondas Boby (local).....	3,50
Coco Planas (local).....	3,80
Lechugas Batavia (local).....	2,20
Romanas Alargadas (local).....	1,80
Iceberg (local).....	2,30
Iceberg (no local).....	2,00
Cogollos de Tudela (local).....	13,50
Hoja de Roble (local).....	2,40
Lollo Rosso (local).....	2,40
Nabos (local).....	2,00
Colinabos (local).....	1,80
Pepinos (local).....	1,50
Perejil (local).....	3,90

Pimientos Verdes (local).....	1,40
Rojo (local).....	2,00
Rojo (no local).....	1,80
Padrón (local).....	3,00
Amarillo (local).....	2,40
Puerros (local).....	1,30
(no local).....	1,80
Rabanillas (local).....	1,00
Rábanos (local).....	2,00
Remolacha (no local).....	0,65
Romero (local).....	15,00
Rúcula (local).....	4,80
Setas (local).....	5,00
(no local).....	5,50
Tomates Pera (local).....	1,60
Pera (no local).....	2,20
Salsa (local).....	1,20
Salsa (no local).....	1,60
Valencia (local).....	1,70
Ensalada (no local).....	2,80
Cherry (local).....	2,50
Cherry (no local).....	2,40
Tamarillo (local).....	1,50
Tomillo (local).....	7,50
Zanahorias Segunda (no local).....	0,55
Segunda (local).....	1,20
Primera (local).....	1,70
Batatas Otras (local).....	1,40
Yema Huevo (local).....	2,10
Lanzarote (no local).....	1,30
Blancas (local).....	1,20
Pimientas Otras (local).....	6,00
Palmeras Secas (local).....	25,00
Palmera (local).....	6,00
Berros (local).....	1,80
Beterrada (local).....	1,20
Cilantro (local).....	4,20
Chayote (local).....	2,40
Piña Mollo Dulce (local).....	2,10
(no local).....	3,00
Ñames (local).....	5,50
Yuca (no local).....	3,55
Jengibre (no local).....	2,65
Pantanas (local).....	1,50
Piña de Mollo (local).....	2,40
(no local).....	2,70
Brecol (local).....	3,30
(no local).....	3,20
Hierba Huerto (local).....	4,50
PATATAS	Euros/kg
Patatas	
Otras Blancas (no local).....	1,30
Otras Blancas (local).....	0,70
Up To Date (local).....	1,30
King Edward (local).....	1,20
King Edward (no local).....	0,93
Cara (local).....	0,75
Cara (no local).....	1,00
Rosada (local).....	1,40
Bonita (local).....	3,00
Negra (local).....	5,00
Negra Oro (local).....	5,50
Slaney (local).....	1,20
Red-Cara / Druid (local).....	0,85
Colorada Baga (local).....	4,00
Galáctica (local).....	0,80
Rooster (local).....	1,40

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 7 de septiembre de 2022. Información de EFEGRO. (Últimos precios recibidos).

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª.....	250,00
Rama campo 2ª.....	220,00
AVENA	
Avena	
Blanca.....	307,00
Rubia.....	312,00
Forraje Avena.....	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl.....	301,00
Pienso +62 kg/hl.....	306,00
CENTENO	
Centeno.....	306,00
GIRASOL	
Pipa Alto Oléico.....	745,00
Pipa de Girasol.....	65,00
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero.....	327,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%.....	S/C
Duro Proté=12%.....	S/C
Extensible Chamorro.....	388,00
Forrajero.....	332,00
Gran Fuerza w 300.....	410,00
Media Fuerza w -300.....	400,00
Panificable.....	342,00
Triticales.....	330,00

LEGUMINOSAS	
Veza Grano.....	440,00
Yero Grano.....	410,00

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 6 de septiembre 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa.....	240,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64).....	334,00
CENTENO	
Centeno.....	S/C
COLZA	
Importación 34/36%.....	395,00
GARROFA	
Harina.....	260,00
Troceada.....	270,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha.....	375,00
GIRASOL	
Importación 34%.....	358,00
Semillas de Girasol.....	660,00
Torta de Girasol.....	S/C
Importación 28/3.....	285,00
MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación.....	395,00
Importación.....	338,00
Importación CE.....	348,00
MUO	
Importación.....	520,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%.....	540,00
Harina Soja Nacional 47%.....	542,00
Aceite Crudo de Soja.....	1.527,00
Salvados de Soja.....	323,00
SORGO	
Importación.....	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos.....	272,00
Forrajero.....	357,00
Panificable, mín. 11.....	370,00
Triticales.....	S/C
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
ALMENDRAS	</

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 35, del 30 de agosto al 5 de septiembre de 2022, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>		
Satsuma Clausellina Okitsu	0,24-0,31	Alicante
Clausellina Okitsu	0,15-0,23	Valencia
Clausellina Okitsu	0,21-0,28	L. Valencia
Iwasaki	0,31-0,35	Alicante
Iwasaki	0,19-0,32	Valencia
Iwasaki	0,21-0,47	L. Valencia
Clementina Clemenrubí	0,31-0,33	Castellón
Clemenrubí	0,42-0,47	L. Valencia
Clemenules	0,31-0,33	Alicante
Clemenules	0,30-0,35	Castellón
Clemenules	0,25-0,28	Valencia
Clemenules	0,28-0,34	L. Valencia
Orogrande	0,33	Alicante
Orogrande	0,31-0,33	Castellón
Orogrande	0,28-0,32	L. Valencia
Oronules	0,565-0,60	Castellón
Orunules	0,49-0,56	Valencia
Orunules	0,30-0,47	L. Valencia
Naranja Navelina	0,19-0,24	Alicante

Navelina	0,17-0,21	Valencia
Navelina	0,17-0,22	L. Valencia
Limón Verna Redrojo	0,20-0,35	Alicante
FRUTAS Euros/Kg Zona		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Hijo Negro	0,82	Alicante
Melón Piel de Sapo	0,31-0,47	Alicante
Piel de Sapo	0,40-0,85	Castellón
Sandía Con Pepitas	0,55	Castellón
Con Pepitas	0,35-0,70	Valencia
Sin Pepitas	0,50-0,85	Castellón
Sin Pepitas	0,75-0,88	Valencia
Uva Moscatel	0,60-0,65	Alicante
Red Globe	0,65-0,80	Alicante
Victoria	0,70	Alicante
HORTALIZAS Euros/Kg Zona		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Apio Verde	0,28-0,30	Alicante
Berenjena Rallada	0,41-0,69	Alicante
Rallada	1,06-1,50	Castellón
Rallada	0,62-1,14	Valencia

Negra	0,85-1,65	Castellón
Negra	0,62-0,97	Valencia
Boniato Rojo	0,47-0,86	Alicante
Blanco	0,80-1,03	Castellón
Calabacín	0,52-0,68	Alicante
Calabacín	0,60-0,64	Castellón
Calabacín	0,70-1,06	Valencia
Blanco	0,64-1,00	Castellón
Calabaza Redonda	0,34-0,60	Alicante
Redonda	0,85	Castellón
Tipo Cacahuete	0,33-0,47	Alicante
Tipo Cacahuete	0,35-0,85	Castellón
Judía Roja	2,64-3,08	Valencia
Lechuga Maravilla	0,23-0,56	Castellón
Romana	0,20-0,36	Castellón
Trocadero	0,20-0,64	Castellón
Pepino Blanco	0,78-1,38	Alicante
Blanco	1,19-1,28	Castellón
Pimiento Lamuyo Verde	0,62-0,70	Valencia
Lamuyo Rojo	1,10-1,50	Castellón
Lamuyo Rojo	1,06-1,58	Valencia

Dulce Italiano	0,45-0,77	Alicante
Dulce Italiano	0,50-1,30	Castellón
Dulce Italiano	0,62-0,70	Valencia
Tomate Acostillado	0,99-1,59	Alicante
Valenciana	2,55-2,60	Castellón
Valenciana	1,58-1,76	Valencia
Redonda Lisa	0,96-1,05	Alicante
Redonda Lisa	1,00-1,28	Castellón
Redonda Lisa	1,06-1,41	Valencia
Pera	0,49-0,54	Alicante
Pera	0,77-1,00	Castellón
Pera	0,66-0,75	Valencia
Muchamiel	1,31-1,72	Alicante
FRUTOS SECOS Euros/Kg Zona		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	3,66	Alicante
Largueta	5,06	Alicante
Marcona	7,21	Alicante
Planeta	3,66	Alicante

Constanti	5,05
Comuna Tradicional	S/O
Ecológica	S/O
Próxima sesión 13 de septiembre de 2022.	

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 7 de septiembre de 2022, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES (17/08)	Euros/Tm
Trigo Pienso	338,00
Cebada	319,00
Triticale	325,00
Centeno	307,00
Avena	321,00
Maíz	337,00
FORRAJES Euros/Kg	
Alfafa Paquete Rama	264,00
Paquete Deshidratado	336,00
Paja 1ª (Cebada)	48,00
Veza Forraje de 1ª	210,00
Forraje	160,00
PATATAS Euros/Kg	
Agria	350,00
Jaerla	310,00
Kennebec	400,00
Red Pontiac	330,00
Red Scarlett	310,00
Hermes	320,00
Yona	310,00

Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del 8 de septiembre de 2022. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidador, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS Euros/Kg	
Marcona	7,43
Largueta	5,37
Comuna	3,76
Ferragnes	4,15
Garrigues	4,77
Guara	3,84
Ramillete	4,76
Comuna Ecológica	7,63

Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 8 de septiembre de 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES Euros/Tm	
ALFALFA	
Empacada	180,00
Avena	319,00
CEBADA	
Nacional de 62 Kg/Hl	317,00
Centeno	309,00
Girasol	580,00C
Girasol 9-2-44	S/O
PAJA	
Empacada	49,00
TRIGO NACIONAL	
Pienso 72 Kg/Hl	332,00

Lonja de Reus

Información precios medios de los frutos secos, referida al día 5 de septiembre de 2022, en la Lonja de Reus (Tarragona). Información facilitada por EFEAGRO.

FRUTOS SECOS Euros/Kg	
ALMENDRAS GRANO	
Guara	3,60
Comuna Ecológica	7,43

Pelona	2,78
Común	2,50
Largueta	5,25
Mallorca	S/C
Marcona	6,90
Mollar	S/C
AVELLANAS	
San Giovanni,	
libra	1,62
Tonda, libra	1,74
Corriente, libra	1,75
Negreta, libra	2,00
PIÑÓN	
Andalucía	52,00
Castilla	52,00

Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 5 de septiembre de 2022, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES Euros/Tm	
Trigo Blando	349,00
Cebada P.E. (+64)	329,00
Avena	331,00
Centeno	325,00
Triticale	334,00
Maíz (14°)	352,00
LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Guisantes	S/C
Garbanzo	
Pedrosillano	1.100,00
Lenteja Armaña (IGP)	1.600,00
OLEAGINOSAS Euros/Tm	
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol Alto Oleico	S/C
Colza	S/C
FORRAJES Euros/Tm	
Avena Forraje	S/C
Paja Paquete Grande	54,00
Alfafa Empacada	285,00
Veza	S/C

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 6 de septiembre de 2022. 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	357,00
Grupo 4	S/O
Grupo 5, Pienso	S/O
Pienso Importación	352,00
TRIGO DURO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	S/O
Grupo 4	S/O
Triticale Nacional	349,00
Importación	349,00
Avena Importación	363,00
Nacional	S/O
Cebada, Igual y más de 64	340,00
Menos de 64	335,00
Importación Origen Puerto	343,00
Maíz Importación origen Puerto	330,00
Nacional	340,00
HABAS NACIONAL	
Importación	465,00
Guisantes Nacional	S/O
Importación	440,00
Girasol Alto oleico +80%	790,00
Convencional	680,00
Colza	S/O
<i>Próxima sesión el 20 de septiembre de 2022.</i>	

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 9 de septiembre de 2022. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2021-2022).

CEREALES Euros/Tm	
MAÍZ	
Maíz Secadero	S/C
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl	315,00
Pienso -62 kg/Hl	308,00
AVENA	
Rubia	318,00
Pienso	318,00
TRIGO	
Duro Pr>12	450,00
Pienso +72 Kg/Hl	342,00
Fuerza +300w +14 pr	427,00
Fuerza -300 +12,5 pr	402,00
Panificable Pr>11, W<200	362,00
Chamorro	400,00
Triticale	324,00
Centeno	S/C
Yeros	416,00
Garbanzo sin limpiar	700,00
Veza	S/C
Guisante	4,00
NOTA: El mercado sigue inestable y con una elevada volatilidad, que ha provocado fluctuaciones en las cotizaciones de las dos últimas semanas. Las pocas operaciones están destiandas a la reposición de lo consumido.	
<i>Próxima reunión el 25 de septiembre de 2022.</i>	

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 05 de septiembre de 2022. Campaña 2022-2023.

GRUPO NARANJAS Euros/Kg	
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina	0,18-0,24
Navel	Sin operaciones
Navel Lane Late	Sin operaciones
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett	Sin operaciones
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	Sin operaciones
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	Sin operaciones
Barberina	
Mid-night	Sin operaciones
Valencia Late	Sin operaciones
GRUPO MANDARINAS Euros/Kg	
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki	0,23-0,30
Okitsu	0,23-0,30
Owari	0,21-0,23
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós	
y Basol	0,47-0,51
Orunules	0,32-0,51
Marisol	0,30-0,37
Mioro	0,35-0,37
Arrufatina	0,32-0,42
Clemenules	
Orogrande	0,30-0,35
Hernandina	Sin operaciones
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	Sin operaciones
Tango	Sin operaciones
Nardocott	Sin operaciones
Ortanique	Sin operaciones
Orri	Sin operaciones

Nota: Se inicia la campaña con cautela en las compras aunque se visitan mucho los campos.

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 8 de septiembre 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
<i>Precios según rendimientos, a granel</i>	
BLANCO	
Vaporizado,	
disponible Valencia	800,00-820,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disponible Valencia	820,00-830,00
Guadamar Extra,	
disponible Valencia	740,00-760,00
Largo Índica,	
disponible Valencia	780,00-800,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia	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	S/C
Maíz Nacional,	
destino Valencia	340,00
CEBADA	
Nacional, dest. Val.	Sin operaciones
AVENA RUBIA,	
dest. Valencia	335,00
Blanca, dest. Valencia	Sin operaciones
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	365,00
Trigo importación	
S/C	
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
TURTOS Y HARINAS Euros/Tm	
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona	534,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona	544,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona	322,00
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	
350,00-430,00	
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona	287,00-288,00
disponible Andalucía	266,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona	360,00-362,00
Palmiste,	
disp. Valencia	270,00
Harina de Colza, dest. Valencia	
400,00	
Gluten Feed,	
disp. Valencia	320,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia	380,00
Pulpa seca remolacha granulada,	

MERCADOS NACIONALES

disponible Valencia	1.900,00
Mondado Origen Argentina 38/42	
disponible Valencia	1.800,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia	S/C
Largueta 13/14 mm,	
Valencia	S/C
Precios tonelada, mercancía envasada.	
(Pocas operaciones)	
Marcona	
prop, Valencia	S/C
Largueta	
prop, Valencia	S/C
Comuna	
prop, Valencia	S/C
Comuna ecológica,	
Valencia	S/C
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm,	
disponible Valencia	S/C
PATATAS	Euros/Tm
Agria, disponible Valencia	550,00
Lavada Nueva,	
origen España, disp. Val.	480,00
Agria Nueva,	
origen España, disp. Val.	580,00
Lavada Ágata,	
origen Francia, disp. Val.	550,00
Nuevas de	
Cartagena	420,00
Precios s/origen y calidad, envas. en 25	
kgs.	
CEBOLLAS	Euros/Tm
Varietal Sprin, disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo	350,00
Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas se entienden sin nuestra garantía ni responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja.	
La Rioja	
Observatorio de precios agrarios, del 29 de agosto al 4 de septiembre de 2022, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).	
CEREALES	
Trigo Media Fuerza	34,62
Trigo Pienso	34,00
Cebada Pienso	31,00
Tricalé	32,50
FORRAJERAS	Euros/Kg
Heno de alfafa	19,50
CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón, Granel (Pie Cortado) ...	2,20
Bandeja (Pie Cortado)	2,40
Seta Ostra Granel	2,65
Ostra Bandeja	3,50
Seta Shii-Take Granel	4,50
HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga	
Amarilla	1,00
Verde	0,80
Borrajá	0,80
Lechuga	
Rizada	4,50
Repollo	
Hoja Rizada	0,30
Brócoli	1,35
Cebolleta	0,60
Alubia	
Verde Fresco	3,25
Verde Industris	2,50
Pocha	4,00
Guisante Verde Industria	2,71
Tomate 1ª	0,60
Tomate 2ª	0,40
Tomata	1,00
Pera	0,25
Pepino Corto	0,80
Pimiento	
Verde de Cristal	1,10
Verde Italiano	0,85
Rojo Cristal	0,90
Najerano	0,70
FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO PERA	
Ercolini 50+	0,75
Moretini 60+	0,58
Limonera 60+	0,65
GRUPO MELOCOTÓN	
Melocotón Rojo 70+	0,80
Amarillo 70+	0,80
Industria	0,50
Nectarina Amarilla 65+	0,95
Paraguay 70+	1,05
CIRUELA	
Reina Claudia <38	1,50
Reina Claudia >38	2,20
(* Los precios percibidos por el agricultor en palot son precios de 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 29 de agosto al 4 de septiembre de 2022.

CEREALES

■ **De invierno:** Se siguen observando fincas levantando el cultivo, arando y preparando el terreno, en otras se aprovechan a diente los rastrojos. El cultivo de la **quinoa** terminó la recolección hace unas semanas. En **Córdoba** se han obtenido rendimientos bajos, entre 700-1.000 kg/ha, de buena calidad. ■ **De primavera:** En la zona arrocerca de la marisma se pueden ver este verano alrededor de las parcelas vacías por falta de dotación de agua para riego. El estado fenológico dominante del **arroz** se encuentra bastante adelantado en general y es el de embuchamiento y comienzo de la apertura de la hoja bandera, aunque pueden verse muchas parcelas con la panícula fuera e incluso en grano pastoso. La salinidad estimada, medida a la altura de la toma de **Isla Mínima**, se ha mantenido esta semana entre los 2,5 y los 4,5 gr/l y se pueden ver síntomas de estrés por salinidad en parcelas de la margen derecha más próximas a la desembocadura del río Guadalquivir.

TUBÉRCULOS PARA CONSUMO HUMANO

Almería: En **los Vélez**, la **patata tardía** se ha sembrado, con dosis de semilla de 2.500 kg/ha, con variedades como **Spunta** y **Soprano**. Se les ha aplicado a las parcelas materia orgánica en forma de estiércol con dosis de 10.000 kg/ha. Se le ha aplicado herbicida de preemergencia. **Cádiz:** Se observan las primeras hojitas en las **patatas tardías**, el cultivo presenta algo de retraso. Se le dio un riego de nascencia a la planta. En las parcelas de **boniatos**, está comenzando la recolección en las parcelas más tempranas de arena en la comarca **Costa Noroeste**. Los calibres están siendo buenos y los rendimientos por encima de otras campañas. **Granada:** En la comarca de **Guadix, Huéscar y Baza**, se acaban de sembrar patatas tardías con dosis de 2.500 kg/ha de semilla de variedades como **Spunta** y **Soprano**. Se le ha aplicado estiércol, en torno a 1 kg/m². Se le ha dado un riego de nascencia, pues el terreno está muy seco. En las parcelas de **boniatos**, en la comarca de **La Costa**, el cultivo se encuentra en fase de engorde y en breve comenzará la recolección. Se riegan y aportan abonados ricos en potasa. Se prevé una cosecha media en cuanto a rendimientos. **Málaga:** En la **comarca de Antequera**, en el cultivo de la **patata tardía**, se observan las primeras hojitas en las parcelas más adelantadas. La siembra se inició el dos de agosto. Se le ha dado un riego de nascencia. En los **boniatos**, comienzan a recogerse las primeras parcelas en la zona de la costa. Por **Torrox y Vélez-Málaga** se están sacando boniatos. Otras parcelas siguen en fase de engorde del tubérculo. **Sevilla:** Se produce la maduración y recolección escalonada de las **batatas**.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Al aire libre:** **Almería:** En la **zona de los Vélez** se están recogiendo **lechugas romanas tipo baby**, con una densidad de 150.000 piezas por hectárea. Las piezas se están sacando con 150 gramos. Las mermas oscilan entre un 2-10%. Hay parcelas que tienen las plantas en crecimiento. También en esta comarca se siguen recolectando **brócolis** de las variedades **Heraklion** y **Naxos**. En la comarca del **Bajo Almanzora**, las escarolas se encuentran en todos los estados fenológicos, desde recién plantadas a recolectadas, con una densidad de 55.000 plantas por ha. La producción es de unas 40 tn/ha. Se están produciendo mermas del 8-10%. **Cádiz:** Se cosechan **pimientos Italianos**, otras parcelas se encuentran en fase de desarrollo de la planta. Encontramos **pimientos Lamuyos** y **California** con buenos rendimientos en la comarca **Costa Noroeste** y **Campiña de Cádiz**. Se están sacando **tomates de pera** y **tomates de ensalada** en la zona de **Conil** y de **Sanlúcar de Barrameda**. Tanto en **pimientos** en recolección como en **tomate** se les aplican abonados ricos en calcio y nitrógeno. Se están plantando tapines blancos en la zona de **Sanlúcar de Barrameda**. **Córdoba:** En la zona de riego de la comarca de la **Campiña Baja** y **Campiña Alta** ha terminado la recogida de **melones** de la variedad **Piel de sapo** y/o **Jimonado**, con rendimientos de 28-32 tn/ha. Las **sandías negras sin pepitas** han rondado las 40 tn/ha, con buenas cotizaciones en ambas cucurbitáceas, mientras que las **cebollas tardías** han tenido unos rendimientos de 30-35 tn/ha. **Granada:** En las comarcas de **Guadix** y **Baza**, está finalizando la campaña de las **lechugas baby**. Han sufrido daños debido a una granizada de días atrás. En la zona de **Ventas de Zafarraya**, se observan **lechugas** en todos los estados fenológicos, desde parcelas recién plantadas hasta recolectándose de los tipos **romana** e **iceberg**. En la zona de **Zafarraya-Ventas de Zafarraya-Pilar de Algaida-Río Alhama**, se están recolectando **calabacines blancos** y, sobre todo, **verdes**, mientras otros se encuentran en fase de floración y engorde del fruto. Hay alguna parcela de **cebolleta** en recolección. Se recogen **coles** de los tipos **rizada, lombarda, blanca** y **coliflores**. Se dan labores preparatorias para siembras de **habas** y **guisantes** a lo largo del mes. Se recogen pocas **judías verdes planas** y **redondas**. **Málaga:** La recolección de las parcelas de **cebolla tardía** en la **zona de Antequera** sigue a buen ritmo, con rendimientos elevados y precios medios. Una de las variedades que más se ha plantado esta campaña es **Pantano F-1**, un híbrido tipo **Recas** de muy buena calidad de piel y color marrón oscuro. El **espárrago**, en la comarca Norte se encuentra regándose con abonados ricos en nitrógeno aplicados mayormente en riego localizado y dosis de 600 l/ha. ■ **Protegidos:** **Almería:** En los invernaderos del **Poniente Almeriense**, las plantaciones de **pimientos** del tipo **California** casi han terminado. La densidad de plantas es de unas 20.000 por hectárea. Los más tempranos, plantados en mayo, comenzarán pronto la recolección. El resto, continúan con las labores de entutorado y suelta de organismos de control biológico. Los del tipo **Lamuyo** también se están plantando y están en las primeras fases de cultivo; los italianos son los últimos en plantarse. Las cubiertas del invernadero están blanqueadas para evitar exceso de calor en las plantas jóvenes. Se están regando unos 50 minutos cada 2 días, con abonado de nitrógeno, 18-18-18 y materia orgánica. Se están realizando los trasplantes de **tomates**. Las plantaciones más tempranas se están entutorando. Se han realizado la mayoría de los trasplantes de **berenjenas** y se encuentran en las primeras fases de cultivo. Están comenzando las recolecciones de las plantaciones más precoces. Predominan las recientes plantaciones de **pepinos del Tipo Almería**. Continúan las siembras y trasplantes. Predominan las labores de entutorado de las plantas jóvenes que no han alcanzado aún el emparillado. Prosiguen los trasplantes de **calabacines** en los invernaderos. Las plantaciones más tempranas comienzan a recolectar. En los semilleros, continúa una gran actividad en las instalaciones: se crían partidas de **tomates, calabacines, berenjenas, pepinos** y **pimientos**. Todavía quedan muchos invernaderos por realizar los trasplantes. En los invernaderos de **Níjar**, en algunos invernaderos de **tomates** ya se está quitando el blanqueo, o parte de él, para favorecer el cuajado, que, salvo en invernaderos con mucho blanqueo, va bien. Se están empezando a recolectar **pimientos**, algo más tarde que otros años, por los problemas de calor de este verano. Hay algo de fallo de cuaje. Se observa un buen cuaje en las plantaciones de **pepinos**. **Granada:** En la comarca de **La Costa** se observan invernaderos que están terminando la solarización. En la zona de **Castell de Ferro** no está habiendo restricciones de agua. Hubo problemas de siembras esta primavera, tanto en hortalizas como sandías. Se ha plantado tomate sobre el 20-25 de agosto, con una densidad de 1 planta/m². **Huelva:** En las plantaciones de **fresa**, las parcelas se están alomando y plastificando. Se humedece el lomo y se pasa el apero. Las plantas están pedidas en los viveros de Segovia y en variedades como **Calinda** y **Rociera** se van a emplear unas 63.000 plantas/ha. Hay otras plantaciones montando instalaciones de riego. Las plantaciones de **arándanos** se desarrollan en su fecha normal, se encuentran podadas y en desarrollo vegetativo hasta la floración, que comenzará en el mes de octubre. Se está regando con dotaciones de 30 a 45 minutos al día. En las **frambuesas**, ha finalizado la plantación de la variedad **Adelita**, con una densidad de 0,6 plantas /m². Un marco de 2m entre calles y 0,25 m entre plantas. Se riegan 20 minutos al día sin aportar abono de momento. En las plantaciones de **moras**, la fenología es la de desarrollo de brotes. El cultivo se desarrolla en sus fechas habituales. Se está aportando agua, 45 minutos al día. **Sevilla:** Se está rematando la cosecha en las plantas de **sandías** de media estación, que este año han tenido buenos precios. Se produce la maduración y recolección escalonada de la **calabaza cacahuete**. Preparación de las parcelas, montaje del riego y plantación de **brócolis** y **coliflores**.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Almería:** Con la campaña de recolección del **almendro** comenzada en la mayoría de las zonas, se observan unas mermas del 50% en zonas como **Río Nacimiento** y **Campo de Tabernas**. En el **Alto Almanzora** oscilan en el 40%. Hay mermas sin valorar en

Campo de Dalías, Bajo Andarax y Bajo Almanzora. Donde la cosecha se va a perder casi toda es en **Los Vélez**, allí sigue la recolección de la poca carga de las variedades de floración tardía, principalmente **Guara, Vairo, Lauranne**, en las zonas más cálidas de la comarca. Hay zonas en las que no ha llovido desde el mes de mayo y el cultivo está muy dañado por la sequía, entre otros factores. En el **Alto Andarax-Nacimiento**, ha comenzado la cosecha de las variedades más tempranas de almendros. En el **Campo de Taberna**, se ha iniciado la recolección de los **almendros**. Se espera una cosecha menor en general, aunque depende de la variedad y de la edad de la plantación, siendo la cosecha algo mayor y de mejor calidad en las plantaciones jóvenes y variedades tardías que en el resto. Hay zonas en las que no ha quedado casi nada de fruto. Se está desvareando. **Córdoba:** Se han recogido muchas parcelas de **almendros**, sobre todo las tempranas y de media estación en la provincia. En la **comarca de La Campiña**, la recolección comenzó a primeros de agosto con rendimientos menores a lo esperado, entre 1.000-1.500 kg pepita/ha en regadío y 200-300 en secano. El estado fenológico del **pistacho** es L (Maduración). El cultivo lleva un adelanto de quince días debido al estrés hídrico y a las altas temperaturas que han mermado la producción, llegando a quemar hojas durante las horas centrales del día. Según los aforos realizados para las parcelas en secano, se esperan recoger 500-600 kg/ha y en las de regadío, 1.500 kg/ha. **Granada:** Se está recolectando **almendro** en casi todas las comarcas. En la **zona de Alhama** todavía no ha empezado y se encuentra en fase de desprendimiento del exocarpio y mesocarpio. Los rendimientos están siendo bajos en algunas zonas, sobre todo en secano. Afectó mucho la calima en la zona de **La Vega** y las heladas en el **Altiplano**. Se han recogido fincas de **Byron, Lauranne** y **Marcona** por orden de recolección. Este año la mancha ocre no ha hecho demasiado daño debido a las altas temperaturas. El tigre ha dado muy fuerte en la zona del **Valle de Lecrín. Huelva:** Exceptuando plantaciones de la sierra y de las más tardías en la mayoría de la provincia se han cogido las parcelas de **almendros**. Se han cogido las variedades tempranas y de media estación. Los rendimientos son bajos en las comarcas de la sequía y algo mejor en regadío. **Jaén:** Han comenzado a recogerse las variedades más tempranas de **almendro**. Los rendimientos están siendo bajos. El cultivo lleva algo de adelanto debido a la maduración anticipada por las olas de calor y la sequía. Las variedades tempranas de **pistachos** están madurando rápido y se van a recolectar en breve en las comarcas de **Sierra Morena** y **El Condado**. Se están aplicando abonados complejos equilibrados por fertirrigación. El año ha sido bueno en cuanto a plagas y enfermedades, que no han planteado problemas en el cultivo. Según los aforos se espera recoger en torno a 1,5-2 kg/árbol para plantaciones nuevas. **Sevilla:** La fenología dominante del **almendro** es la de maduración y recolección del fruto. Se produce el engorde del fruto e inicio del envero en los frutos del caqui. ■ **Frutales de hueso:** **Córdoba:** El estado fenológico de los **membrillos** está entre frutos engordando y otros en maduración. La recolección comenzará en unos diez días, con un poco de retraso por la falta de calibre debido a la sequía. Se estima que la producción va ser corta debido a las deficiencias durante el cuajado, ya que las heladas de abril afectaron a la floración, y además las olas de calor durante el verano han afectado al tamaño del fruto. **Huelva:** En las comarcas **Condado Litoral** y **La Costa** se están cogiendo granadas de variedades como **Acco, Smith, Wonderful** y **Mollar de Elche**. Los rendimientos están siendo inferiores a otras campañas. El estado fenológico de los **caquis** es el de engorde. Se desarrolla en su fecha habitual con unas mermas del 15-20% debido a la climatología de estos meses. ■ **Frutales subtropicales:** **Granada:** En la comarca de **La Costa**, los **aguacates Bacon** y **Fuerte** se encuentran en la fase de engorde. Esta campaña habrá menos producción, en algunas zonas hasta el 50% de merma. El cultivo se muestra irregular. Se aguantaron la campaña pasada demasiado tiempo y afectó a la floración. En la **zona de Molvízar, Itrabo, Jete** y **Salobreña** entre otras, no está habiendo restricciones. El estado fenológico predominante en los **mangos** es el H (Fruto en fase de engorde), la más avanzada "Recolección". Se están recolectando variedades como **Osteen** y **Tommy**. Predominan calibres pequeños, del 5 para abajo. Los calibres más comerciales 7-8-9 son más escasos. El estado fenológico predominante de los **chirimoyos** es el H (Fruto en fase de engorde). El más avanzado la recolección. Se están recolectando **Chirimoyos** de las primeras parcelas con la variedad **Fino de Jete**. El estado fenológico oscila entre frutos engordando hasta frutos en maduración. Se observa una producción de 10.000 kg/ha. Se están regando a pie y fertirrigando. Lleva un retraso de una semana respecto al año pasado. El estado fenológico predominante de los **nisperos** es el E (Inicio de Floración). Se están talando parcelas y regando una hora al día. Los restos de poda se trituraron y se incorporan al suelo como materia orgánica. No está habiendo plagas y enfermedades en estas fechas y se desarrollan en su estado natural. La variedad **Golden Nugget** es de las más empleadas, plantadas con marcos 6x6m. **Málaga:** Se están recogiendo **mangos** en la comarca de **Vélez-Málaga** esta semana. La variedad **Osteen** es una de las cosechadas. Los calibres oscilan entre 10-12. Los riegos que se le están dando han sido de subsistencia, muy cortos, dos por semana.

CÍTRICOS

Almería: En los **naranjos** y **mandarinos**, en el **Bajo Andarax-Campo de Tabernas**, hay frutos de variedades tempranas que han llegado casi al 90% de desarrollo, empiezan a perder la intensidad del color verde. Se aprecia menos cosecha en las **mandarinas tardías**, y una cosecha media en el resto de cítricos. **Córdoba:** El cultivo se encuentra en fase de engorde del fruto. Se espera una merma considerable de cosecha debido a la sequía y no poder regarse convenientemente, y porque durante la campaña anterior la fruta se aguantó mucho tiempo en el árbol por las dificultades en la comercialización. Las variedades tempranas de **naranja**, como las **Navelinas**, se encuentran madurando antes de lo normal. Los **pomelos** se encuentran en estado fenológico de engorde del fruto con buena carga, con buenas perspectivas de comercialización ya que se están haciendo contratos en estas fechas. **Málaga:** En la comarca de **Vélez-Málaga**, los **limones Primofiori** se encuentran en estado fenológico de engorde del fruto, presentan un calibre bajo, en torno a 6-7. Se espera que puedan llegar a calibres más comerciales si llueve antes de la recolección. Los rendimientos aforados oscilan entre 20-25 tn/ha. **Sevilla:** El estado fenológico dominante es el de fruto al 40% de desarrollo, al 80% en el caso de las variedades tempranas. La carga de **naranjas** se aprecia sensiblemente inferior a otros años en muchas parcelas de **la Vega**. Se realizan riegos y abonados para engordar la fruta y favorecer la brotación de agosto.

VIÑEDO

Almería: Se ha dado a final de agosto un tratamiento con azufre en polvo y cobre del tipo oxiduro 50%. Se prevé una producción pobre, muy condicionada por la sequía. Hay granos pequeños que no han engordado, quedándose paralizada la planta. En el **Alto Andarax** ha comenzado la cosecha de las variedades más tempranas. En **Los Vélez** continúa la recolección. En el viñedo de mesa, en el **Alto Andarax**, ha comenzado la cosecha de las variedades más tempranas. **Córdoba:** En el viñedo continúa la vendimia marcada por la sequía: cepas en mal estado por el calor, con rendimientos por hectárea muy bajos, y con problemas para conseguir que la uva tenga el grado de alcohol adecuado. Durante esta campaña sigue el interés por el **Pedro Jiménez**, por lo que hay bastante actividad en las paseras, aunque este año, debido al calor, se ha reducido el tiempo de estancia de la uva en las mismas. Hasta el 31 de agosto se habían recogido en la zona de la **DOP Montilla-Moriles** 15,3 millones de kilos de uva. **Huelva:** Se han cogido variedades **tintas** como **Syrah, Tempranillo** y **blancas** más tempranas y la mayoritaria **Zalema** comienza esta semana. Debido a la climatología los granos están siendo más pequeños en los racimos. La calidad y azúcares está en el límite con unos grados Baumé bajos, sobre 11°. **Málaga:** La **uva** para pasa se encuentra secándose en los paseros. En la **zona de la Axarquía** el año 2021 se obtuvo una producción de 160.000 kg y esta campaña se verá reducida a 60.000-70.000 kg. La **uva para vinificación** está obteniendo en la zona un precio que oscila entre 0,65-1 /kg, también verá reducida su producción con una uva pequeña, de escaso calibre debido a la sequía.

OLIVAR

Almería: El estado fenológico de los **olivos** dominante es I (Envero). En las comarcas de la **Campiña Baja** y **Las Colonias** la campaña del verdeo comenzará sobre el 15-20 de septiembre estimándose que la producción será corta y con problemas por el calibre de la **aceituna**. En el **olivivar de almazara** se realizan labores de desvareado y pases con rastras y gradillas para tajar grietas y dar polvo.



Granadas

FRANCISCO OLIVA / Presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Granada Mollar de Elche

“La campaña va a ser buena por la calidad que ya se ve en el campo”

Desde la DO Granada Mollar de Elche, su presidente, Francisco Oliva afirma que esta nueva campaña comienza con muchos frentes abiertos y grandes desafíos para este cultivo tan emblemático y sus responsables. Ante lo que se vislumbra una temporada complicada por los efectos de una situación internacional convulsa, Oliva apunta que la mejor estrategia es unión.

► SANTIAGO PASCUAL. ALICANTE.

Superada en parte la grave crisis originada por la pandemia ahora toca enfrentarse a la situación originada por la guerra de Rusia contra Ucrania en la que los precios de carburantes y energías multiplican los costes que las familias tienen dificultades para asumir. Corresponde mirar al futuro con más ilusión y más energía que en campañas atrás. Hay muchos frentes abiertos y grandes desafíos por delante y para ello la unión de productores y cooperativas y comercio bajo la protección de la DO, es clave. “Estar unidos es la mejor estrategia que podemos adoptar para hacer frente a las crisis del sector y marcar las diferencias con los competidores” señala Francisco Oliva, presidente de la DO Granada Mollar de Elche.

Valencia Fruits. ¿Cuál es su opinión sobre el inicio de la presente campaña?

Francisco Oliva. Conseguimos superar la grave crisis originada por el covid y ahora nos tenemos que enfrentar a las consecuencias de la guerra que Rusia ha declarado a Ucrania y que se reflejan en la subida de carburantes, las subidas en las energías... Todo ello ha provocado subidas descontroladas de todos los medios necesarios para la producción y para la comercialización, y todos esos costes no tenemos posibilidad de repercutirlos en la producción, por lo que esta campaña podría ser muy compleja.

Si a todas estas complicaciones sumamos los daños por las altas temperaturas de este verano atípico y las horas de sol ardiente y la falta de humedad en el ambiente, porque no



Francisco Oliva dice que todos valoran la Denominación de Origen por la garantía de calidad y cualidades del fruto”. / ARCHIVO

hemos tenido lluvias, llegamos a detectar unas pérdidas de un 30% en la cosecha.

Hemos iniciado la campaña con las variedades más tempranas, Acco, Smith y Bigfull, y en un par de semanas seguiremos con las Valencias, aunque se terminarán pronto porque cada vez hay menos cosecha de esta variedad. La campaña la iniciaremos en la segunda semana de octubre.

En el inicio podemos decir que los precios van regularmente bien, dentro de lo que cabe, aunque el mercado va lento. Las familias no consumen tanto, por causa de la inflación. Si todos los precios, electricidad, carburantes... Son más elevados, la disponibilidad para el consumo disminuye y por tanto las preferencias también.

Tengo que insistir en que la falta de lluvias nos está afectando tanto en la producción total como en determinados calibres y algo a lo que estamos expuestos es la afectación por el sol, lo que conocemos como albardado, que impide la comercialización de esos frutos. Todo ello nos ha retado a superarnos en calidad y en atención a nuestros clientes, hemos tenido que mejorar para que los frutos lleguen en inmejorables condiciones al consumidor. Si nos centramos en la producción y comercialización, estamos esperanzados. Estamos notando que hay demanda, que el mercado cada vez está más interesado en la granada y que lo que prefieren es granada con Denominación de Origen porque para el cliente y el consumidor es una garantía de calidad.

(Pasa a la página siguiente)

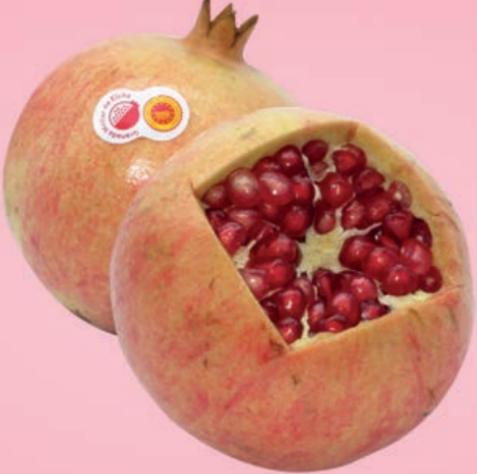
GRANADA MOLLAR DE ELCHE

LA REINA

DE TODAS LAS GRANADAS




www.granadaselche.com



- Dulce
- Sin semilla
Es blanda
- Con Denominación de Origen Protegida








“La campaña...”

(Viene de la página anterior)

Las ventas de la Granada Mollar de Elche han crecido de forma significativa en la última década y, de forma paralela, también ha habido un aumento de compradores que la buscan porque ya nos conocen, las han probado y les encanta esta variedad.

Tenemos un menor volumen de producción, quizá un porcentaje mayor del 25%, lo que se verá al final de la campaña. Pero lo que sí podemos afirmar es que los costes están disparados, el cartón ha sufrido un aumento del 50%, el transporte otro tanto. Si aplicáramos todos los costes no podríamos vender nada en el mercado.

Hay muchos clientes que respetan nuestros costes, pero los hay a los que solo les importa llegar al mercado con sus ganancias.

Observamos con satisfacción que todos valoran muy positivamente la Denominación de Origen por la garantía de calidad y cualidades del fruto.

La realidad es que los consumidores esperan la llegada de nuestras granadas mollares de Elche a todos los mercados y eso lo saben bien los responsables de cada una de las cadenas comerciales o de distribución, ya que es la demanda de los consumidores lo que los mueve a buscar y comprar nuestras granadas de máxima calidad. Y los consumidores lo agradecen por que son muchas las cualidades y sabor de nuestras granadas mollares de Elche.

A todo ello tenemos que añadir el interés que hay alrededor de la Granada Mollar de Elche por sus numerosos beneficios saludables, en un momento en el que la salud ha pasado a ser más importante que nunca para los consumidores, creemos que todo eso va a reflejarse en el consumo y deseamos que repercuta de forma positiva para el sector, porque para eso trabajamos, para que todos tengamos la justa compensación.

VF. ¿Cuál es la producción de granadas esperada en la presente campaña, en particular de las granadas Mollares de Elche?

FO. La producción de la Granada Mollar de Elche de esta campaña va a descender alrededor de un 30% debido a las altas temperaturas, sequía y posteriormente, a los daños provocados por el sol (albardado).

Siempre hablamos de las 50.000 toneladas y, pese a las nuevas plantaciones, pensamos que en esta campaña no llegaremos a esa producción. La buena noticia es que vamos a tener un aumento en la calidad y calibre aceptable y eso nos permitirá tener la fruta certificada con el sello de la Denominación de Origen Protegida. De esta forma, a pesar del descenso, la campaña va a ser buena por la calidad que ya se ve en el campo para nuestra Granada Mollar de Elche.

VF. ¿Cómo se prevé la comercialización en los diferentes mercados?

FO. Consideramos que, debido a la situación, no es una temporada para abrir nuevos mercados, pero sí que vamos a centrar todos nuestros esfuerzos para consolidar las ventas en todos aquellos en los que operamos y crecer en países donde nuestra granada es muy apreciada.



Las ventas de la Granada Mollar de Elche han crecido de forma significativa en la última década y también ha habido un aumento de compradores que la buscan. / ARCHIVO



Se espera un descenso del 30% en la cosecha de Granada Mollar de Elche. / ARCHIVO

“No es una temporada para abrir nuevos mercados. Nos centraremos en consolidar las ventas en todos aquellos en los que operamos”

En este sentido, vamos a hacer un gran esfuerzo promocional colocando vallas publicitarias en los principales mercados de las ciudades españolas porque todavía tenemos mucho margen de crecimiento. En España, en Francia, en Alemania y otros países se valora mucho a nuestra granada por su sabor y también porque el sello de la Denominación de Origen es un factor de venta muy importante.

Por este motivo, vamos a tener una presencia muy destacada con las vallas publicitarias electrónicas en los interiores de los mercados, que son el mercado agroalimentario más importante, con el fin de ampliar contactos y ventas con centrales de compra, mayoristas y el canal Horeca activado al 100% como se ha comprobado en todo el verano. Y todo ello lo vamos a completar con una campaña en medios de comunicación, televisión, redes sociales e internet para llegar a los consumidores.

VF. ¿Cuál es el futuro de la Granada Mollar de Elche?

FO. Sin ninguna duda el futuro de la Granada Mollar de

Elche pasa por la Denominación de Origen. Tenemos varios factores que juegan a nuestro favor: el mejor territorio, las mejores manos para el cultivo y la mejor granada... y todo ello está protegido por la DOP que reconoce, valora y promociona todos esos aspectos.

Está claro que hay cosas que mejorar y avanzar, y todos nos dejamos la piel en ello, pero también es de justicia reconocer el trabajo que se lleva desarrollando para poner a la Granada Mollar de Elche en el lugar en el que se merece. Todavía no hemos cumplido ni cinco años como DOP y creo que la marca está muy consolidada, es reconocida y apreciada.

Cumplimos con todas las exigencias sobre la calidad de esta fruta y por eso en todos los mercados se esperan a nuestras granadas, pese a la competencia que pudieran ejercer aquellas variedades más tempranas.

Creo que vamos por buen camino, pero queremos seguir avanzando y conseguir que el esfuerzo y el trabajo tengan la recompensa merecida.

“Sin haber cumplido aún ni cinco años de vida, DOP, como marca, está consolidada, es reconocida y apreciada”

Es cierto que el aumento de la competencia, la aparición de nuevas variedades, el Brexit, el veto ruso, el covid y ahora la guerra que Putin ha declarado a Ucrania dificultan muchas veces nuestro camino, pero desde la DOP se está haciendo un esfuerzo muy importante para que todos esos factores negativos nos afecten lo menos posible.

VF. ¿Cuáles son las acciones del Consejo Regulador en el contexto de crisis que estamos sufriendo?

FO. Volvemos a los eventos y acciones presenciales y apostar por los formatos que nos han funcionado muy bien como la campaña “Cuando tienes buen interior”, junto a una mayor difusión de los beneficios saludables de la granada Mollar, su potencial gastronómico y una gran presencia en todos los mercados nacionales y en diferentes países.

Participaremos, como hemos hecho siempre, en Fruit Attraction, porque resulta un escaparate extraordinario para la mejora de las ventas de todas las frutas y hortalizas y en el caso de las granadas mollares de Elche, con la Denominación de Origen Protegida, se cumplen esas expectativas, con creces.

VF. Para cuando todo esto pase, ¿qué sería necesario y qué acciones de la Administración pedirían?

FO. El campo es esencial y fundamental para nuestras vidas y para el futuro económico de nuestros territorios.

Hemos visto que la agricultura ha estado en primera línea en los momentos más duros de la pandemia y que hemos dado la cara para que a nadie le faltaran frutas y verduras.

Siempre estamos ahí, pero muchas veces nos sentimos invisibles y lo que de verdad necesitamos es que la Administración y la sociedad en general sepan que detrás de cada granada están las manos de muchas familias que se esfuerzan día tras día para que esa fruta llegue a sus mesas.

También necesitaríamos una atención específica ya que han subido todos los elementos que utilizamos, todos los costes de producción y hay muchos de ellos que no podemos repercutir en el precio de las diferentes frutas y hortalizas. Se deberían estudiar y proponer algunos medios para tratar que los costes de producción no se vean comprometidos.

Tenemos como positivo un aumento importante en el consumo de frutas y hortalizas por sus cualidades saludables y, en el caso de la Granada Mollar de Elche, esas cualidades saludables están estudiadas y experimentadas por las universidades.

Podemos afirmar con orgullo, después de haber transitado con mucho esfuerzo por las campañas anteriores, años en los que resultaba difícil seguir adelante, un convencimiento pleno en las bondades de la pertenencia al CRDOP. Hemos desarrollado un trabajo excelente, sin la necesidad de ninguna falsa humildad, ya que en todos los mercados esperan las granadas mollares de Elche, para sus clientes y consumidores.

La Granada Mollar de Elche es una granada dulce, con semilla muy blanda y con unas características tan especiales que seducen a todas aquellas personas que la prueban y las cualidades analizadas por nutricionistas y universidades las hacen un verdadero alimento funcional, que trasciende el alimento y el placer de degustarlo con unas cualidades antioxidantes extraordinarias.

¿Qué más nos pueden pedir si hemos hecho frente a la pandemia, al cambio climático, a la guerra de Putin y a la sequía? ¿Qué más nos puede afectar?



Cuando nuestra
gente da lo mejor,
nuestra tierra
ofrece lo mejor

Y lo mejor es la DOP Granada Mollar de Elche, caviar vegetal con dulzor equilibrado, exterior matizado color crema o rojo intenso, y cultivada en 40 municipios de las comarcas alicantinas del Bajo Vinalopó, Alacantí y Vega Baja.

Más de 20 chefs con estrella Michelin han reconocido las bondades de las tierras de los 40 municipios de Alicante que producen más de 8.220 toneladas de granadas de calidad certificada al año.





Susi Bonet recuerda que es “el momento de que agricultores y comercializadores expresemos un objetivo común, una dirección clara de trabajo, y llevar a todos los mercados las mejores granadas del mundo”. /VF

SUSI BONET RUIZ / Directora comercial de Cambayas, SCV

“La situación global hace que tengamos que esforzarnos más para sacar adelante la temporada”

Las campañas presentan diferencias unas de otras en cuestión de volúmenes, climatología, mercados, etc. Esto hace que, a nivel comercial, el equipo de Cambayas siempre actúe con prudencia y sabiduría, echando mano de la experiencia acumulada para sacarlas adelante satisfactoriamente. Sin embargo, para lo que ningún comercial está preparado es para una situación tan problemática como la que se está viviendo actualmente, derivada de una crisis comercial, la pandemia del COVID-19 y la guerra en Ucrania. Si bien los problemas del mundo no afectan directamente, siempre tienen sus consecuencias en el negocio hortofrutícola. A pesar de todo, desde Cambayas, su directora comercial, Susi Bonet confirma que en las plantaciones de granadas de la cooperativa presenta un elevado nivel de calidad, calibres aceptables y un extraordinario sabor. En el plano comercial, gracias al trabajo de la DO, se garantiza al consumidor una fruta, en primer lugar, identificada, y también diferenciada del resto de variedades. Una fruta sana, saludable, sostenible y de un sabor extraordinario.

► SANTIAGO PASCUAL. ALICANTE.

Valencia Fruits. Desde Cambayas, ¿cuáles son las primeras informaciones que pueden avanzar de la presente campaña de granadas y en particular, de la Granada Mollar de Elche?

Susi Bonet. En estos primeros compases de la nueva temporada, podemos confirmar que el inicio no ha ido mal. Ha sido un comienzo lento pero estable, lo que nos hace albergar alguna sensación positiva. La situación global hace que tengamos que esforzarnos más en todas las áreas para salir adelante.

A raíz de la pandemia, por parte de los consumidores se aprecia una mayor preocupación por una alimentación saludable. Esto se ha traducido en una mayor demanda de frutas y hortalizas frescas por ser ricas en vitaminas y antioxidantes. En este sentido, nuestras granadas se consideran privilegiadas, precisamente, por su ‘riqueza saludable’.

Pero para lo que no estábamos preparados es el efecto tan grave que está teniendo la guerra de Rusia contra Ucrania. Sus consecuencias las estamos sufriendo todos los sectores y se extienden a nivel internacional. En nuestro

“Los frutos presentan unas óptimas características cualitativas que nos permiten pensar que podremos sacar adelante la campaña de forma satisfactoria”

“La Denominación de Origen Granada Mollar de Elche está consiguiendo cumplir con su principal objetivo, que es la diferenciación clara en los mercados”

caso, estos efectos son costes más caros en todos los ámbitos.

A este incontrolable incremento, además, tenemos que añadir la sequía y el aumento de temperaturas que hemos vivido este verano, y que han condicionado el desarrollo de los frutos.

En el plano comercial, en los mercados aún quedan algunas granadas viejas procedente del Perú, pero no están afectando a la demanda de granadas de temporada. Las variedades más tempranas, Acco y similares, están saliendo bien a los mercados con una demanda estable. Pese a las dificultades añadidas, esperamos obtener mejores resultados que en campañas anteriores.

En las tempranas y en nuestra variedad estrella hay un porcentaje menor de cosecha que en algunas zonas ronda hasta un 30%. Las altas temperaturas de este verano han afectado a un porcentaje importante de frutos que no podrán llegar al mercado. Con todo esto, esperamos que, pese a las dificultades añadidas, podamos llevar a los mercados nuestras mejores granadas para satisfacer esa demanda. En unas semanas iniciaremos la recolección de la granada Mollar, que es la que nos ha permitido llegar a todos los mercados con total satisfacción para el consumidor, porque la aprecia y demanda. Es una granada que tiene un alto ni-

vel de sabor y dulzor y sus semillas son muy pequeñas y blandas, lo que la diferencia del resto de variedades del mercado.

VF. A pie de campo, ¿cómo se ven los frutos este año?

SB. Los huertos tienen una granada muy sana, con un calibre aceptable, con el color que la caracteriza e identifica y, lo más importante, un color rubí en su interior. Los frutos presentan unas óptimas características cualitativas que nos permiten pensar que podremos sacar adelante la campaña de forma satisfactoria, siempre y cuando la climatología acompañe en el periodo natural de recolección, durante todo el mes de octubre.

Un tema que nos preocupa es el incremento de costes derivados de la guerra, que se suman a los que ya vienen sufriendo los agricultores desde hace dos campañas y la imposibilidad de repercutirlos en el precio al consumidor, por lo que habrá que tratar de salir delante de la mejor manera posible. Después de ver lo ocurrido con el turismo este verano, que ha batido cifras récord en los destinos nacionales, tenemos la esperanza de que, estos mismos turistas extranjeros

que son consumidores en sus ciudades, acepten una subida en los precios de la alimentación. Sin embargo, siendo realistas dudo que esto pueda ocurrir. Ojalá nos equivoquemos y al final podamos respirar todos.

Todos los agricultores se esfuerzan al máximo para obtener de sus plantaciones las mejores frutas y consolidar así unos mejores resultados económicos. Desde Cambayas todos trabajamos en esta línea con el objetivo de seguir llevando a los mercados las mejores granadas del mundo, que son nuestras granadas mollar de Elche.

En el plano comercial, nos preocupa una saturación del mercado por la fruta llegada de otros países. No obstante, las granadas que compiten con nuestras producciones aún no han llegado a los mercados, y las que hay ahora —procedentes del hemisferio sur— ya son frutas viejas. Es decir que nosotros llegamos en un momento en el que estamos solos en el mercado.

También nos da cierta esperanza ver que los niveles de consumo de granadas van en aumento. Y a pesar de que la competencia de otros países también es mayor, la Denominación de Origen Granada Mollar de Elche está consiguiendo cumplir con su principal objetivo, que es la diferenciación clara en los mercados, a favor de nuestras granadas.

VF. ¿Cómo está afrontando Cambayas la subida de precios en todos los inputs necesarios?

SB. Estamos realizando cambios en los aspectos en los que tenemos influencia. Por ejemplo, hemos invertido en la producción de energía con placas fotovoltaicas. Una medida muy acertada ya que nos hacemos más sostenibles al consumir energía renovable y tenemos el sol que cada vez calienta más y nos regala una energía limpia.

A pesar de las adversidades, saldremos adelante, como siempre lo hemos hecho, y lo haremos todos juntos, porque la granada Mollar de Elche es nuestro nexo de unión, sobre todo en campañas como esta en la que los problemas se solapan y escapan de nuestras posibilidades de solución.

VF. ¿Cómo se está gestionando el problema de la falta de agua?

SB. En nuestra comarca, la falta de agua para riego es un problema recurrente, por lo que los agricultores no tienen más remedio que adaptarse a la disponibilidad que hay. Está claro que, si tuviéramos un volumen normal de agua para riego, nuestra cosecha de granadas sería mejor, con más volumen y mejores calibres, manteniendo siempre la máxima calidad tradicional.

VF. ¿Hay preocupación por la falta de mano de obra, tal como ha sucedido en otras producciones?

SB. Podemos confirmar que en nuestro caso tenemos cubierta la mano de obra necesaria para recolección. En su gran mayoría son trabajadores que ya han venido en campañas anteriores y saben cómo tratar la fruta durante la recolección.

VF. ¿Cómo evolucionan la experimentación y la superficie cultivada de granados?

SB. El proyecto de selección y experimentación que tenemos en marcha, con el apoyo de la Conselleria de Agricultura, nos está permitiendo obtener interesantes resultados de hibridación sobre una colección de variedades de las diferentes zonas y países productores.

En cuanto a la superficie de cultivo, se ha estabilizado y se observa un aumento de nuevas plantaciones en sustitución de parcelas menos productivas.

VF. ¿Cómo valora la labor de Denominación de Origen Granada Mollar de Elche?

SB. El Consejo Regulador tiene una actividad muy importante manteniendo a casi todo el sector unido. Otra de las tareas importantes es facilitar todos los



La importancia de la DO en un cultivo milenario

La DO está ayudando a que muchos más consumidores conozcan y aprecien la granada Mollar de Elche, y un aspecto fundamental es que los consumidores se fijen en el interior del fruto, que es lo que más lo diferencia de las producciones del resto países. Pero, la tradición de su cultivo en Elche, muy arraigada en la historia agrícola de la zona es también otro aspecto importante, que los consumidores respetan y aprecian.

En el yacimiento arqueológico de La Alcuja, donde se encontró la archiconocida Dama de Elche, se descubrieron restos íberos y entre todos ellos aparecieron granadas mollares, que se utilizaban en la alimentación y en sus rituales. En la mitología se puede encontrar la referencia de que fue Afrodita quien plantó el primer granado. Pero tener en la historia ilicitana más antigua, los restos arqueológicos de la Alcuja, es garantía suficiente de arraigo de una cosecha milenaria, que la DO Granada Mollar de Elche pone en valor mediante sus acciones de comunicación.

La gran labor desarrollada por la DO es un acicate para que cada vez más productores inscriban ilusionado sus explotaciones y que comercios y cooperativas muestren una confianza plena en esta figura de calidad, que es la que se encarga de la realización de acciones promocionales en los mercados más importantes. ■

"A pesar de las adversidades, saldremos adelante, y lo haremos todos juntos, porque la granada Mollar de Elche es nuestro nexo de unión"

medios para promocionar su consumo. Cambayas ha colaborado desde su creación con una participación muy activa y siempre en beneficio de todo este sector productivo. Todos tenemos que formar parte de esta realidad porque en ello va el futuro de nuestra producción y de quienes estamos trabajando por y para las granadas de Elche.

Ahora es el momento de que agricultores y comercializadores expresemos un objetivo común, una dirección clara de trabajo, y llevar a todos los mercados las mejores granadas del mundo.

Las personas responsables del consejo regulador hacen verdaderos milagros para lograr medios y llevar a cabo promociones con las que estamos presentes en casi todos los mercados.

Sabemos que la competencia está aumentando la superficie de cultivo, por ejemplo, Irán, India, Pakistán, Israel, Egipto, Túnez, Turquía... Pero también es cierto que ha aumentado mucho el consumo y la demanda de granadas de la mejor calidad. Estos países productores tienen un consumo interior importante y solo algunos de ellos llegan a los mercados europeos siendo competencia, razón de más para que

nuestra DO realice las campañas necesarias para que cada vez más consumidores conozcan nuestras granadas mollares de Elche y sus extraordinarias cualidades.

VF. Las ferias agroalimentarias son necesarias para la promoción de las granadas y Cambayas acude como expositor a muchas de ellas. En menos de un mes tenemos la cita con Fruit Attraction. ¿Cómo ha preparado la empresa esta cita tan importante?

SB. Nosotros acudimos a todas las ferias importantes para el sector. Dejamos de hacerlo por causa de la pandemia, pero volvimos a recuperar esa actividad importante en 2021.

En Fruit Attraction, Cambayas participará, como siempre, como expositor. Y al igual que en ediciones anteriores nuestro cometido será promocionar el consumo de nuestra excepcional granada Mollar de Elche. Trataremos de buscar relaciones con mercados de países emergentes a los que ya hemos enviado fruta con muy buena aceptación. Por ejemplo, hemos enviado granadas a China, país en el que hemos detectado un interés creciente por nuestras granadas, también los Emiratos Árabes aprecia y demanda nuestras granadas por su excelente calidad.

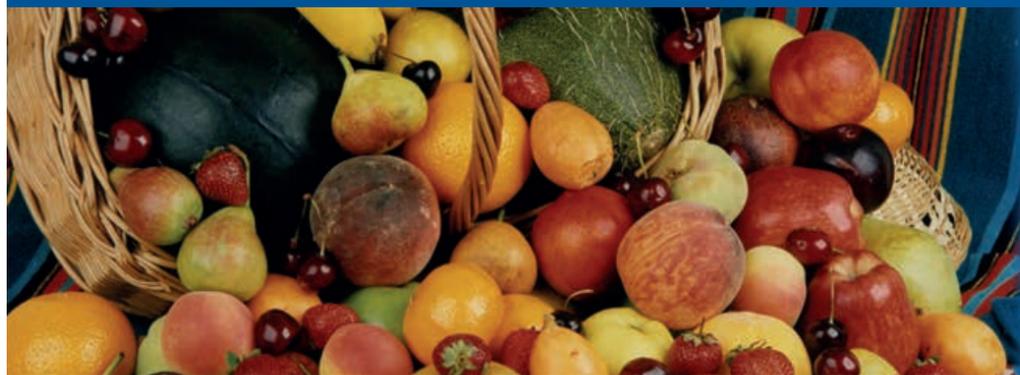
Ojalá toda la promoción sirva para percibir una justa compensación por nuestras producciones, precisamente en una campaña en la que los costes se están disparando.

En Fruit Attraction estaremos en el Pabellón 3E para que todos aquellos que quieran visitarnos y donde les atenderemos con la amabilidad que nos caracteriza.

Cambayas COOP. V.

Producción propia de granadas
Nuestras variedades:
Acco • Valenciana • Mollar • Wonderful
Y también en ecológico!!!

Baya Baja, 2 - 40 • 03292 ELCHE (Alicante) SPAIN • Tel.: (34) 966 637 488 • Fax: (34) 966 637 292
 Web: www.cambayas.com



FRANCISCO GASCÓ / Director comercial de Patatas Aguilar

“El futuro del mercado pasa por la especialización y el control de los costes operativos”

La espiral de subida de costes está marcando la actividad comercial en un ejercicio atípico. En Patatas Aguilar han mantenido hasta el momento el volumen de comercialización, “pero con un gran esfuerzo por parte de nuestros proveedores y también por nuestra parte para ajustar márgenes y no perder ventas”, explica Francisco Gascó. El director de Patatas Aguilar también señala que en este contexto los consumidores se están decantando por referencias más de gama media o básica y considera que el futuro de Mercovasa pasa por “la especialización y el control de los costes operativos, ya que tenemos que ser capaces de generar negocio y margen tanto para nuestros clientes como para nuestras compañías”.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo se está desarrollando este año la actividad en los mercados mayoristas, y en Mercovasa en particular?

Francisco Gascó. Con los datos ya cerrados del segundo trimestre, constatamos que el volumen de ventas, en lo que a toneladas se refiere, es similar a la del año anterior en ventas comparadas.

En Mercovasa en particular sí estamos notando un aumento en las ventas de productos de gama media en detrimento de las referencias más *premium*, que aunque tienen su nicho de mercado no son ajenas al alza generalizada de precios y son las que más se resienten.

VF. ¿Están cumpliendo este ejercicio sus objetivos en este mercado?

FG. En cuanto a volumen sí estamos en línea con el ejercicio anterior pero con un gran esfuerzo por parte de nuestros proveedores y también por nuestra parte para ajustar márgenes y no perder ventas. Ahora más que nunca debemos trabajar junto a nuestros clientes y proveedores para seguir generando oportunidades de negocio en ambas direcciones.

VF. En general, ¿cómo definiría actualmente el funcionamiento de Mercovasa?



Francisco Gascó analiza cómo se está desarrollando el presente ejercicio. / PATATAS AGUILAR

FG. Desde nuestro punto de vista es un mercado muy enfocado al sector mayorista, al que también acuden a diario muchos clientes de venta ambulante, minoristas y canal horeca, pero estamos convencidos de que el futuro del mercado pasa por la especialización y el control de los costes operativos, ya que tenemos que ser capaces de generar negocio y margen tan-

to para nuestros clientes como para nuestras compañías.

VF. ¿Cómo está influyendo el fuerte incremento de los costes en su actividad en los mercados? ¿Y cómo está afectando este factor sobre los hábitos de los consumidores?

FG. El fuerte incremento de costes está influyendo de forma muy significativa en nuestra actividad debido a que no hay coste

directo o indirecto que no haya subido en el último año. Constantemente tenemos que estar asumiendo subidas de precios ya que todo lo relacionado con productos o servicios se está viendo afectado por el alza de precios generalizada. Como he comentado anteriormente, los consumidores se están decantando por referencias más de gama media o básica.

VF. ¿Qué otros problemas están afectando a la actividad en los mercados mayoristas?

FG. Aparte de que los precios actualmente de todos los productos en el mercado están altos, y eso incide en el consumo, el cambio de hábitos de compra del consumidor, que muchas veces se decanta más por la compra en la gran distribución, y la enorme competencia que hay en el sector minorista, son a grandes rasgos los factores que inciden en la actividad de los mercados.

VF. ¿Cómo se está desarrollando la campaña de patata, el producto estrella de la firma?

FG. Desde el mes de abril que comenzamos en España la recolección de patata, la merma en producción, debido tanto a la sequía como a las heladas en Valencia y Cartagena en la primera semana de abril, ha sido una constante que ha hecho que los precios se hayan mantenido altos y la tendencia sea a subir más todavía, ya que las producciones están por debajo de lo previsto también en toda Europa, a lo que se le suma el fuerte incremento en los costes de producción en todo lo relacionado con el sector productor.

VF. ¿Qué balance realizan desde la compañía de esta primera parte del ejercicio?

FG. Está siendo un ejercicio atípico ya que nos encontramos inmersos en una espiral de subida de costes que es difícil de trasladar a los clientes y con una inflación que va a estar entorno al 8% en la media del año, lo que va a lastrar el consumo en general, si bien los productos básicos como las patatas serán los que mejor capeen el temporal.

VF. ¿Qué objetivos se han marcado para lo que resta de año?

FG. Nuestros objetivos pasan por seguir consolidando el crecimiento que hemos experimentado en los últimos años, controlar bien los costes para seguir siendo competitivos y finalizar las obras de la ampliación en las instalaciones de la planta de Riba-Roja, en donde instalaremos nuevas cámaras frigoríficas, aumentaremos las líneas de producción y también vamos a instalar paneles fotovoltaicos para autoconsumo que se sumaran a los ya existentes conectados a red.

OPINIÓN

Me comentaba mi amigo Javi “Persa”, más amigo que cliente, como suele pasar, que el foco de atención de esta campaña habría que ponerlo en la capacidad, en el sentido y la mentalidad de hacerlo de los vendedores, de aprovisionarse de mercancía a estos precios tan desorbitados que nos han acompañado todo el verano. Es decir, olvidarse de que estás pagando 450 de las antiguas pesetas por un kilo de paraguayos a la salida del almacén y hacerlo. Y es que una vez más, y cada vez con más fuerza, nos encontramos campaña de hueso tras campaña de hueso con dificultades más

La resiliencia del mercado nacional hortofrutícola

Por MANUEL FERRER (*)

complejas en cuanto a novatorias que nos obligan a reinventar nuestros modelos y los de nuestros clientes, o a optar por bajar la persiana.

Mi conclusión sería que el consumidor final esta campaña

ha aprendido a valorar nuestro producto, a la fuerza pero así ha sido.

Decía una clienta final a un tendero que “con esta barbaridad de precios, al final tendremos que privarnos de salir por

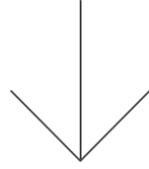
ahí a cenar o hacer menos vacaciones para poder comer”.

Las circunstancias nos devuelven a la casilla de “servicios esenciales o de primera necesidad”, quedando atrás lo de “postre sustituible por procesado”.

Quizá necesitábamos reorganizar la jerarquía de prioridades y esta sucesión de sucesos que ha desencadenado un panorama de precios de venta al público tan prohibitivo haya sido un toque de atención a todos para confirmar que producir a pérdidas se ha acabado. El “lomo” del campo puede haber dicho “hasta aquí hemos llegado”.

En el próximo especial de Mercovasa 2023 ya sabremos si ha sido solo coyuntural o acaba imponiéndose.

(*) Director comercial de Sastre & Ferrer; SL y expresidente de Mercovasa



**Gracias por confiar
 en nosotros.**



MERCOVASA

+50
 AÑOS
 1967 | 2022

Síguenos en:



Te esperamos en nuestro STAND
Pabellón 3 / N°3E08A



4-6
 OCT
 2022

+34 96 166 70 28

comercial@patatasaguilar.es

www.patatasaguilar.es

CENTRAL Riba-Roja de Túria

MERCOVASA El Puig

MERCAVALENCIA València

MERCADO ABASTOS CASTELLÓN Castellón de la Plana

Retrocede el consumo de frutas y hortalizas en los hogares

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El consumo de frutas y hortalizas frescas en los hogares españoles hasta junio ha retrocedido un 14% respecto al mismo periodo del año pasado, situándose en 3.442 millones de kilos, un 21% respecto al mismo periodo de 2020, año de la pandemia. Incluso ha descendido con relación al mismo periodo de 2019, antes de los confinamientos, un 9,6%.

Según los datos del Panel del Consumo Alimentario del MAPA, procesados por Fepex, el consumo de frutas frescas en los hogares de enero a junio de 2022 se ha situado en 1.834 millones de kilos, lo que supone un 13,6% menos que en el mismo periodo de 2021 y un 10% menos con relación a 2019, antes de la pandemia.

El consumo de hortalizas en los hogares en el primer semestre ha sido de 1.180 millones de kilos, un 16% menos que en 2021 y un 9,5% que en 2019. El de patata también ha retrocedido, un 14% con relación al año anterior y un 5% respecto a 2019.

En cuanto al gasto total del consumo, también ha descendido en el primer semestre del año respecto al mismo periodo de 2021, un 7%, totalizando 6.414 millones de euros.

Para Fepex, los datos muestran que la apuesta por el consumo de frutas y hortalizas frescas que se hizo en los hogares durante los confinamientos, no se ha mantenido en el tiempo, volviendo a la tendencia decreciente o de estancamiento de la demanda de la mayoría de las frutas y hortalizas de los años anteriores a la pandemia.

JOSÉ ALEIXANDRE / Gerente de Algitama en Mercovasa

“Estamos en una situación en la que es fundamental ajustar los costes”

José Aleixandre analiza cómo se ha desarrollado la campaña de melón y sandía nacional, y las perspectivas que manejan para el presente ejercicio citrícola. “Hay plagas, hace mucho calor, y hay menos cosecha. Hay quien habla incluso de un descenso de producción en clementina del 40% debido a las lluvias que cayeron en primavera. Todos estos elementos hacen prever que la temporada de clementina será muy complicada”, explica el gerente de Algitama en Mercovasa.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo se está desarrollando la campaña del melón?

José Aleixandre. El inicio de la campaña de melón fue muy complicado porque las producciones almerienses alcanzaron precios muy elevados y con poco calibre. El consumidor español demanda fruta con más tamaño y ese calibre pequeño se ha tenido que derivar hacia la exportación.

Los precios se han mantenido más estables en la producción de Murcia y Ciudad Real. No obstante, también se han producido algunos altibajos debido a los efectos del calor en las plantaciones, que en determinados momentos ha provocado solapes y en otros falta de producto. Para nosotros es un producto con buena salida y en nuestros puestos de Mercovasa, tras el complicado inicio, hemos desarrollado una buena campaña de melón.

VF. ¿Y en sandía?

JA. La sandía arrancó muy bien, con buenas ventas y precios correctos, pero las elevadas temperaturas han enturbiado la campaña. El intenso calor ha provocado que falle un 30% de la producción. Esa merma, unida a que en Europa también han sufrido las altas temperaturas, ha incrementado la demanda y ha



José Aleixandre en los puestos de la firma en Mercovasa. / ÓSCAR ORZANCO

ocasionado que faltase producto. Ante la escasez de producto, el precio de la sandía se ha disparado. En los meses de julio y agosto ha estado muy alto. Esto ha afectado a las ventas, ya que si el precio es muy elevado se consume menos.

La temporada de la sandía ha sido complicada en los dos últimos meses. La demanda en Europa ha sido muy elevada y se ha consumido sandía a precios disparatados. Esto ha provocado que la escasa producción existente ya estaba vendida antes de cortarse en el campo.

Esta circunstancia ha beneficiado a los agricultores de

Ciudad Real, que han desarrollado un ejercicio rentable. A nivel de mercado, si los precios son elevados, el consumo desciende y las ventas bajan. Ha habido momentos en el que el consumidor se ha decantado más por el melón porque el precio de la sandía era más alto.

VF. ¿Qué previsiones maneja para la presente campaña de cítricos?

JA. En clementinas prevemos un año complicado. El agricultor valenciano está cansado porque los gastos se han disparado y los precios no son adecuados para mantener la rentabilidad. Esto deriva en

que esta campaña hay muchos campos que no se han cuidado como otros años, y hay explotaciones en las que se observan problemas de plagas, sobre todo de araña.

Este ejercicio los precios de la clementina serán elevados para el productor que haya cuidado sus plantaciones y tenga fruta de calidad. Pero todo el género de segunda categoría también acabará en los mercados, y habrá que ver el resultado final.

Hay plagas, hace mucho calor, y hay menos cosecha. Hay quien habla incluso de un descenso de producción en clementina del 40% debido a las lluvias que cayeron en primavera. Todos estos elementos hacen prever que la temporada de clementina será muy complicada.

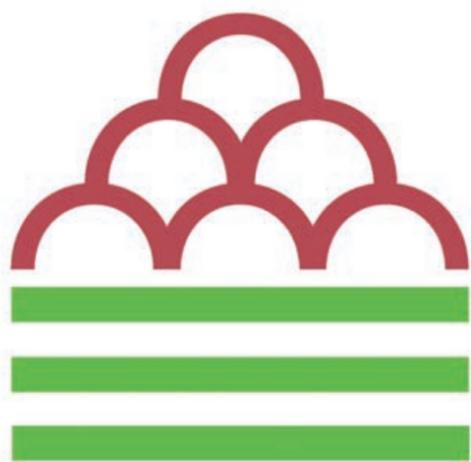
VF. ¿Qué perspectivas mantienen en Algitama para lo que resta de ejercicio?

JA. Todos estos aspectos que hemos comentado afectan. Por ejemplo, sin duda, este año se venderá menos sandía que otros años debido a los elevados precios. Pero nosotros, a partir de ahora, esperamos desarrollar una buena campaña con las producciones hortícolas de Almería. Arrancaremos también la temporada con el melón de Brasil, aunque este año también será complicado porque los gastos logísticos se han disparado. Se han incrementado cerca de un 40%.

VF. ¿Cómo se está gestionando este fuerte incremento de los costes?

JA. Ha subido todo y, de momento, no va en relación el fuerte incremento de costes con el precio de venta actual de las frutas y hortalizas. Pero llegará un punto en que habrá que repercutirlo porque no se puede trabajar siempre a pérdidas.

Costará más o costará menos tiempo, pero al final los precios de venta se ajustarán al de los costes. Poco a poco se irá regulando, pero ahora estamos en una situación en la que es fundamental ajustar los costes y reducirlos al máximo.



Sastre & Ferrer

DESDE 1903



Sastre y Ferrer, S.L.

Pol. Ind. Mercovasa - Ptos 8-9-22-25-38A - 46540 El Puig (Valencia) - Tel: 96 147 21 67 - 96 147 23 03

Departamento Comercial: Manuel Ferrer Gómez - 607 401 073 - manuel@sastreiferrer.com

Departamento Administración: Amparo Sastre Albiach - 649 174 314 - amparo@sastreiferrer.com

Correo electrónico: administracion@sastreiferrer.com



Piensa
en Ti

Camí de la Mar, s/n. 46540 EL PUIG DE SANTA MARÍA - VALENCIA - Tel.: 961 472 529
www.mercovasa.com - infor@mercovasa.com

ÁREA COMERCIAL

90.000 m² - 87 Puestos de venta
15 km al norte de Valencia

1-53	CHAMPIÑONES Y SETAS GIMENEZ S.L.	39-40	PLATANOS VARA GRIMALDOS S.A.
2	FRUTAS HNOS. RIBELLES S.L.	43A	PATATAS ROSELLO C.B.
3	FRUVESA FRUITS S.L.U.	43B	CHAMPIPUIG S.L.
4-42-84	CANSAFRESC S.L.	44	FRUTAS GIMENEZ S.L.
5-17	ZABALA GALINDO S.L.	45	PRODUCTOS AGRICOLAS HNOS. GARCIA S.L.
6	HORTYVER PALMER S.L.	46	FRUTAS JAVIER ROIG E HIJOS S.L.
7	FRUTAS FORNELL S.L.	47	GOZOA FRUTAS S.L.
8-9-22-25-38A	SASTRE Y FERRER S.L.	48	JOSE ARMERO CERVERA
10	CARLOS MIGUEL MARÍN CABO	49	JOSE CALATAYUD MAHIQUES
11-12-29	ALGITAMA S.A.	50-65	DEL CERRO SEGURA S.L.
13	BLASGOFRUIT S.L.	51-52	FRUANLLU S.L.
14	AGUSTIN FENOLLOSA S.L.	54	FRUTAS INMAR S.L.
15	MATIAS ROIG PELLICER	55	ARACELI MARTI FERNANDEZ
16	VALNORTE LOGISTIC S.L.U.	57-58-59	FRUTAS CERDAN S.A.
20-21	FRUTAS ARIAS Y CASTELL S.L.	61-74	SALVADOR DEL CERRO S.L.
23-24	MARTI ALBIACH S.L.	62-63	TRANSPORTES RUIZ GIMENO S.L.
26A	TIRA DE CONTAR	64	VERDURAS SANVI S.L.
26B	FRUTAS PIÑANA S.L.	66-67-82-83	MIÑANA SANGERMAN S.A.
27-28-41	FRUTAS CHULVI S.L.	68	MERCADO KLV 2014 S.L.
30	AGUILAR MERCADOS S.L.	69-70	FRUTAS LUIS GIL HNOS. S.L.
31	FRUTOS SECOS GLOMAR S.R.L.	71	FRUTAS FOIX S.L.
32-33	SERVICIOS ARAPIO Y SEBASTIA S.L.	72-73	FRANCISCO SANCHEZ ROS
34	CHAMPIÑONES Y SETAS RAFAEL GOMEZ	75-76-77	GUERRERO MERCOVASA S.L.
35	FRUTAS FEGRAN S.L.	78	FRUTAS AGUAFER S.L.
36	GILANFRUT S.L.	79	TAKE TOMATO S.L.
37	FRESHNATUR PATATAS S.L.	80-81	SERV. HORTOFRUTICOLAS DE LEVANTE S.L.
38B	FRUTAS JOSE LLUCH DEVIS S.L.	85-86-87	FRUVAL R.G. S.L.

HORARIO COMERCIAL DIURNO
Lunes de 4.00 h. a 7.00 h.
de 11.30 h. a 16.30 h.
M a V de 11.30 h. a 16.30 h.

BUSINESS HOURS:
Monday from 4h to 7h
and 11.30h to 16.30h.
Tuesday to Friday from
11.30h to 16.30h.

APOSTAMOS POR EL DESARROLLO TECNOLÓGICO

Visítanos del 4 al 6 de octubre en el stand E-14 del pabellón 3 en IFEMA, Madrid



CITROSOL estará presente en IFEMA para dar a conocer sus soluciones integrales más eficientes, eficaces y ecológicas del 4 al 6 de octubre en el **stand E-14** del pabellón 3.

Entre los productos que CITROSOL expondrá en Madrid en esta edición destacan **BIO CARE** by CITROSOL, los recubrimientos **PlantSeal**®, el **Sistema Citrocide**® FRESH-CUT y **CitroFy**, un sistema que permite la conexión en tiempo real de todos los procedimientos y el control de sus parámetros de aplicación.



CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com
info@citrosol.com

valencia fruits •
dossier

Septiembre 2022

Plátano Banana

Foto: Raquel Fuertes



Plátano de Canarias cerró 2021 con más de 409 millones de kilos de plátanos vendidos y una facturación comercial de 396 millones de euros. / RAQUEL FUERTES

La caída de volumen de plátano canario provoca precios récord en origen

La bajada en la producción de plátano canario beneficia la importación de la banana

■ ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

La reducción del volumen comercializado de plátano canario a causa de la erupción del volcán Cumbre Vieja de La Palma y el aumento generalizado de costes ha traído como consecuencia que los productores anoten precios récord en origen. En este sentido, el presidente de la Asociación de Organizadores de Productores de Plátanos de Canarias (Asprocan), Domingo Martín, afirma en una entrevista realizada por RTVE en julio de 2022 que “los precios son récord por la falta de producto” y añade que “en la agricultura las desgracias de uno son las alegrías de otros, y cuando hay pocas cantidades de producto hay una gran subida de precios”. Sin embargo, explica que “el del plátano es un sector ejemplar ya que mantiene las producciones e incluso han ido creciendo ligeramente desde el año 1993, cuando el mercado europeo se abrió”.

Además, Plátano de Canarias cerró el año pasado con más de 409 millones de kilos de plátanos vendidos que generaron una facturación comercial de 396 millones de euros y permitieron mantener unos 12.000 puestos de trabajo en las islas.

■ LAS CONSECUENCIAS DE LA ERUPCIÓN

La erupción del volcán Cumbre Vieja de La Palma ha provocado “una situación tremendamente dramática” que hay que “superar lentamente”, explica Domingo Martín en una entrevista para Onda Cero. Desde Asprocan cifran en 228 las hectáreas sepultadas durante la erupción, repartidas entre unos 500 pro-

pietarios. Para recuperar la superficie de plátano perdida la consejera de Agricultura del Gobierno de Canarias, Alicia Vanoostende, ha encargado a la empresa Tragsatec la elaboración de un estudio para conocer la viabilidad técnica, económica y jurídica para llevar a cabo la sorriba de coladas (técnica que consiste en cubrir la lava con tierra fértil) para así recuperar “hasta el último metro cuadrado de superficie agrícola perdida”, afirma Vanoostende.

Por ello, Martín asegura que para 2022 la “prioridad” es la recuperación de La Palma y están “volcados en trabajar y colaborar con todas las instituciones para que todos los agricultores puedan recuperar su medio de vida”.

Mientras más aumentaba el número de hectáreas que sufrían las consecuencias del volcán, más disminuía la producción y más subían los precios en origen con un aumento generalizando de costes de fondo. Martín explica que “el sector vive una circunstancia excepcional debido a la coincidencia de la caída grave de la producción por la erupción —ha bajado en torno al 20%—” con un contexto de “incremento de costes de producción y exportación, que han subido entre un 15% y un 20%”. En lo que va de ejercicio 2022, el precio en origen del plátano canario ha superado durante todas las semanas los valores registrados tanto en 2020 como en 2021.

Sin embargo, a pesar de todo, el presidente de Asprocan es optimista y explica que, aunque las producciones han sido tardías y los agricultores están



Martín asegura que la “prioridad” es la recuperación de La Palma. / RAQUEL FUERTES

sufriendo un aumento de costes por los abonos, el transporte o los fitosanitarios, entre otros, “por lo menos en un año se tendrán unos precios razonables por la falta de kilos en el mercado y cuando el mercado se estabilice los costes volverán a bajar”.

■ LA COMPETENCIA DE LA BANANA

Y con la situación del volcán de La Palma de fondo, los grandes

beneficiados han sido los productores de banana que han visto aumentar sus exportaciones a España por la falta de plátano canario. Domingo Martín indica que “en los últimos tiempos se ha perdido una importante cuota de mercado español ya que la falta de producción canaria ha provocado la importación de banana” y añade que “cuando el mercado vuelva a su sitio tendremos que competir con la banana que ahora está copando

La erupción del volcán Cumbre Vieja de La Palma ha provocado “una situación tremendamente dramática”

el mercado y nos está ganando terreno”.

De cara al mercado, en 2021 las condiciones de venta al público se recrudecieron para los productores canarios pues el precio de venta al público de banana de terceros países se mantuvo muy cercano a un euro el kilo, reduciéndose un 5% respecto al precio medio de 2020, mientras que el Plátano de Canarias alcanzó los 2,08 euros por kilo. Así, en el mercado de los productores, la venta de Plátano de Canarias obtuvo un precio medio de 30 céntimos más por kilo respecto a la banana, la diferencia entre ambos productos al consumidor se elevó luego a más de un euro por kilo, señalan desde Asprocan. Sin embargo, la erupción del volcán no es la única causa de este auge de la banana con respecto al plátano canario. El pasado octubre los productores y exportadores bananeros de Colombia, Guatemala, Honduras, República Dominicana y Costa Rica firmaron un Acuerdo Regional por la Responsabilidad Compartida con el objetivo de unificar al sector ante las constantes exigencias de los países compradores.

De esta manera, los bananeros latinoamericanos pedían el compromiso de toda la cadena para garantizar la viabilidad de la industria en asumir los costes compartidos. Domingo Martín afirma que el aumento generalizado de costes trajo como consecuencia el establecimiento de “acuerdos para que cuando se superaban ciertas cantidades de referencia de estos países, que exportan muchísimo a la Unión Europea, se considerara si eran oportunas esas líneas de exportación por el riesgo de la bajada de precios en el mercado europeo”.

Sin embargo, explica, esa protección es “inefectiva” ya que “se ha superado muchas veces, como en el caso de Nicaragua o Guatemala en años anteriores, y nunca se toma ninguna medida, pues desde Bruselas se opina que son países pequeños que, aunque incrementan las importaciones, su efecto en el mercado europeo no tiene importancia para ellos”.

■ SOLUCIONES

A medida que el precio medio de las producciones plataneras baja, también lo hace el nivel medio de lo que se vende en Europa, y ello, según el presidente de Asprocan, hace que se produzca “una tensión en los productores ya que la tendencia es siempre a la baja”.

“Los agricultores tienen dos tipos de ingresos para subsistir: los que obtienen del mercado y las ayudas o subvenciones que puedan recibir”, explica Domingo Martín. “Si el precio del mercado cada vez va disminuyendo más porque hay mayor oferta habrá que recuperarlo vía ayudas, porque si no, los sectores productivos europeos desaparecerán”, sentencia.

Y para que esto no ocurra “tiene que haber sistemas de control para que el mercado europeo no se inunde”.

BUENO POR FUERA

BUENÍSIMO POR DENTRO



EL SABOR DE LO NUESTRO



Plátano de Canarias invierte en promocionar el consumo de frutas y hortalizas frescas entre la población infantil

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Proper Diet denomina el propósito de un proyecto que cuenta con la participación de la asociación 5 al Día y con el que se pretende incentivar prácticas alimenticias adecuadas basadas en el consumo de frutas y hortalizas frescas para el desarrollo de hábitos de vida saludable. El programa, financiando por la Unión Europea, tendrá una duración de tres años y está dirigido principalmente a niños y adolescentes.

La crisis sanitaria global ha sensibilizado a la población en materia de salud, seguridad y bienestar y ha provocado fuertes cambios en los hábitos de alimentación, recuperando parcialmente el consumo doméstico de frutas y hortalizas frescas. Sin embargo, la vuelta a la normalidad ha conllevado también un retroceso en estos alentadores datos.

La realidad de las estadísticas sugiere la necesidad de una actuación rápida y eficaz en lo que a la población infantil se refiere, ya que España es el tercer país de la Unión Europea con mayor prevalencia de obesidad infantil y juvenil.

El exceso de peso afecta al 40% de los niños españoles de entre 6 y 9 años (Estudio Aladino 2019, publicado por el Ministerio de Consumo y la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición), el 30% de la población de entre 6 meses y 17 años no toma frutas diariamente, cifras que llegan al 65% en el caso de las hortalizas (Enalia, 2014) y solo el 3,38% de la pobla-



Asprocan y 5 al Día se unen para fomentar el consumo de fruta. /VF

ción infantil y juvenil consume a diario al menos 5 raciones entre frutas y hortalizas (Estrategia NAOS del Ministerio de Consumo).

■ OBJETIVOS DEL PROYECTO

En este contexto, Asprocan (Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias) y 5 al Día (Asociación para la Promoción del Consumo de Frutas y Hortalizas) han desarrollado un programa que se centrará en fomentar hábitos y prácticas alimentarias saludables en España, incrementando el reconocimiento, la valoración y el consumo de las frutas y hortalizas especialmente entre los segmentos más jóvenes de la población (niños, adolescentes y adultos jóvenes), que son los que presentan mayor déficit en el consumo de frutas y hortalizas y, al mismo tiempo, sufren

un mayor riesgo de desarrollar sobrepeso y obesidad crónica y a quienes, además, se reconoce en el Libro Blanco de la Comisión Europea como grupo prioritario.

■ UN PROYECTO AMBICIOSO

La materialización de este ambicioso proyecto tendrá como piedra angular una plataforma de innovación abierta (HUB): un espacio donde se compartirán todos contenidos didácticos de alto valor y en la que confluirán los resultados de diversas dinámicas de co-creación con expertos, familias y niños, que tendrán el objetivo de generar de modo colaborativo ideas innovadoras para mejorar el consumo de frutas y hortalizas entre niños y adolescentes en diferentes ámbitos de actuación.

Expertos de reconocido prestigio en diferentes materias participarán desde sus áreas de conocimiento para hacer entender la complejidad primero y conseguir, después, un cambio en los hábitos de alimentación. Hacer realidad algunas de las ideas principales que mayor consenso y apoyo reciban dentro de este proceso, es uno de los objetivos prácticos que persigue el proyecto.

Una aportación que dispondrá, además, de una gran actividad en medios, incluyendo redes sociales y medios digitales caracterizados por su audiencia joven. El programa presentará en rueda de prensa la consecución de sus primeras acciones en el inicio del tercer cuatrimestre del año.



La categoría del plátano es la fruta más vendida en Mercabarna. / ARCHIVO

El plátano es la fruta estrella de Mercabarna

Sus ventas suponen el 10,8% del total de las frutas y verduras comercializadas

► OSCAR ORTEGA. BARCELONA.

El plátano es la fruta estrella de Mercabarna. Este es un dato real y tangible que muestra y demuestra la información estadística del Mercado Central de Frutas y Hortalizas de esta unidad alimentaria.

Cada uno de los doce meses del año el plátano es la fruta más vendida en este mercado mayorista. Esta rutina se repite durante los últimos años e ilustra también la gran importancia del plátano en el total comercializado en el Mercado Central, según su información estadística de 2021, aún con la incidencia de la erupción del volcán Cumbre Vieja de la isla de La Palma a finales del pasado año, que supuso una menor entrada de plátano canario. Así, durante el ejercicio anterior se comercializaron 121.364 toneladas de plátano en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna, que equivale al 10,80% del total de las 1.123.627 toneladas de frutas y hortalizas comercializadas. De esa cifra, casi 37.000 toneladas pertenecen a banana o plátano importado, es decir, el 30,1%.

Durante el pasado 2021 se comercializaron 121.364 toneladas de plátano en Mercabarna

■ RUTINA HISTÓRICA

La cifra global del plátano también es certificada por las opiniones de los principales operadores del Mercado Central, que apuntan que la categoría plátano —plátano canario y plátano importado o banana— es la más vendida de la gran oferta de fruta y hortaliza presentada en Mercabarna. En números absolutos de los últimos años: 113.573 toneladas (2015), 106.797 t (2016), 120.468 t (2017), 137.551 t (2018), 138.093 t (2019) y 152.907 t (2020).

■ 2022, MISMA TENDENCIA

En 2022 sigue la misma tendencia aún con la menor entrada de producto de la isla de La Palma como consecuencia directa de las incidencias sufridas en las plantaciones plataneras, algunas totalmente destruidas por la lava y la erupción del volcán.

Las cifras facilitadas por Mercabarna apuntan que de enero a agosto de este año, ambos inclusive, se han comercializado algo más que 84.000 toneladas; en concreto 36.768 de plátano canario y 47.256 de banana.

■ PLÁTANO SUSTITUIDO POR BANANA

En el ámbito comercial, esta situación ha supuesto un encarecimiento del precio de plátano canario por escasez de producto, que ha suplido una mayor entrada de volumen de banana con un precio más reducido. En cualquier caso y como apuntan especialistas en maduración y venta de plátano de Mercabarna, con el transcurso de los días y meses cada vez será mayor la presencia de plátano canario hasta recuperar sus valores de comercialización a finales del próximo año.

De las palabras de los especialistas consultados también se desprende que de la misma manera que un porcentaje de consumidores se han decantado por la banana, ya sea por precio o carencia de plátano canario, otros, en cambio, han mantenido su preferencia por el plátano canario aún con el incremento de precio. En este sentido, remarcar que el plátano de Canarias tiene una gran tirada entre el consumidor español.

¿Qué hay más natural que cuidar de su crecimiento?

NitroEtil

Regulador del crecimiento de las plantas a base de etileno, empleado para acelerar la maduración natural y el desverdizado de frutos.

125 años

tell me more

carburos.com

¡Síguenos en redes sociales!

CARBUROS METALICOS
Grupo Air Products



Melón
Piel de sapo
Villacañejas



Piña



Mango



Sabor

Plátano



Lima



Aguacate



Melocotón



Kiwi



Nuez



Manzana
Golden
Gala
Reineta



Pera
Conferencia • Limonera



Papaya

www.riegogrupo.com

Producción Propia Fincas Las Mercedes y El Rincón - Las Galletas, Arona (Tenerife)
Central Mercamadrid, C/ Plátanos, 5 - 28053 Madrid - Tel.: + 34 91 786 13 14 - Fax: + 34 91 786 26 77
Distribución y Venta, Nave plátanos, 2, 5 y 6
Planta de Maduración y Envasado, H- 2-9 - Tel.: + 34 91 507 50 17 - Fax: + 34 91 507 50 27
e-mail: comercial@riegogrupo.com

JUAN CARLOS ESTEBAN / Departamento de plátano de Hermanos Fernández López

“Los plátanos de La Palma empiezan a presentar mejor calidad”

Juan Carlos Esteban, del departamento de plátano de Hnos. Fernández López, encabezado por Agustín Fernández, uno de los tres hermanos fundadores de la empresa, comenta diversos aspectos de la evolución del plátano desde la erupción del volcán Cumbre Vieja de la isla de La Palma.

► OSCAR ORTEGA. BARCELONA. Valencia Fruits. Segundo año a pleno rendimiento de su plataforma de maduración y confección en Granadilla, en la isla de Tenerife, dedicada casi exclusivamente al plátano. ¿Qué balance realizan desde la compañía?

Juan Carlos Esteban. Esta plataforma representa continuar y potenciar nuestra apuesta por Canarias, territorio muy vinculado a la compañía desde sus inicios y que forma parte de nuestro ADN corporativo. Valoramos a los agricultores y damos continuidad a su esfuerzo madurando y comercializando sus plátanos.

Esta plataforma nos permite dar servicio a más clientes en Canarias, sobre todo a las principales cadenas de la distribución allí establecidas que necesitan proveedores con gran envergadura.

VF. ¿Por qué Canarias es un territorio muy vinculado a la compañía?

JCE. Los hermanos Fernández apostaron por invertir en Canarias y ya van más de 40 años. Una muestra de ello es que nues-

tro principal producto era y es el plátano.

VF. De hecho, ustedes comercializan plátano de Canarias bajo su marca propia Cuqui. En clave del sector y el consumidor, ¿qué aporta esta marca propia?

JCE. Al hilo de la respuesta anterior, el producto principal de la marca Cuqui es plátano de Canarias. Cuqui aporta diferenciación y valor añadido como sinónimo de calidad, frescura, origen, regularidad, confianza... y conseguimos estandarizar una calidad que garantiza a nuestros clientes un suministro regular de un mismo producto dando así valor y continuidad al trabajo de nuestros agricultores.

La marca Cuqui se asienta en unos estrictos parámetros de validación que reflejan el mimo con el que Fernández cuida sus plátanos, que es uno de los valores diferenciadores de la compañía.

VF. Si hablamos de plátano de Canarias hay que tener presente los efectos de la erupción del volcán Cumbre Vieja de la isla de La Palma. Desde el punto de vista



Juan Carlos Esteban, del departamento de plátano de Hnos. Fernández López. / 00

“Nuestra marca Cuqui aporta diferenciación y valor añadido como sinónimo de calidad”



Plataforma de maduración

Juan Carlos Esteban explica que “la plataforma de maduración y confección en Granadilla, en la isla de Tenerife, dedicada casi exclusivamente al plátano, cuenta con 4.000 metros cuadrados destinados íntegramente a reforzar el nivel de servicios a nuestros clientes y donde todo el flujo de actividad está monitorizado con un sistema de radiofrecuencia que garantiza la trazabilidad de todos los procesos”.

Esta plataforma de maduración completa la organización logística de Hnos. Fernández López junto a las otras cuatro grandes plataformas de la península: Barcelona, que acoge la sede central, Madrid, Alicante y Sevilla. ■

“El plátano de Canarias es una fruta muy vinculada a la compañía desde sus inicios”

“En términos generales el consumidor español opta más por el plátano de Canarias”

productivo, ¿de qué manera influye esta situación?

JCE. La isla de La Palma es una de las islas de Canarias que produce un plátano de mejor calidad por limpieza, agua... De hecho, históricamente es un plátano que está muy bien posicionado en el mercado por su alta calidad.

Con la erupción del volcán, esa reputación se ha ido al traste. Millones de kilos de plátanos con excelente calidad destinados a unos clientes que valoraban ese producto desaparecieron de la noche a la mañana. En pocas palabras, ha desaparecido la calidad y la cantidad; durante algunos meses los plátanos han llegado muy rozados por la ceniza del volcán.

En la actualidad, los plátanos de La Palma empiezan a presentar mejor calidad porque es fruta nacida después de la erupción del volcán sin incidencias de ceniza y aunque va creciendo el volumen, no se recuperará la producción hasta finales de 2023.

Los volúmenes de producción de plátano de las otras islas canarias son similares a otros años y, en consecuencia, esta carencia de producto se ha suplido con banana.

VF. ¿Y desde un punto de vista comercial?

JCE. Como he comentado anteriormente, la banana suple la carencia de plátano canario. La carencia de plátano ha desembocado en un precio muy alto, alcanzando cifras históricas.

En cuanto al consumidor, la combinación de esta falta de plátano y subida de precio ha influenciado en la tendencia al alza de compra de banana. Obviamente este año faltarán muchos kilos de plátano.

VF. Siguiendo con el consumidor, y en un contexto social en el que los precios de los servicios básicos suben cada día, ¿se mantendrá esa alza de consumo de banana?

JCE. Seguro que la banana ha ganado cuota de mercado. Aún así, remarcar que en términos generales el consumidor español opta más por el plátano de Canarias que por la banana y, en consecuencia, el plátano canario irá recuperando poco a poco su cuota de mercado.

VF. ¿Qué objetivos se plantean en el sector del plátano?

JCE. Producimos plátano en Tenerife, disponemos de nuestra marca Cuqui... y aunque para el plátano canario este año ha sido complejo por la erupción del volcán, gracias a nuestro buen trabajo e infraestructuras allí en Canarias nos ha permitido solventar situaciones y satisfacer a nuestros clientes.

En definitiva, nuestros objetivos se centran en seguir trabajando con nuestra marca, fidelizar a los clientes y, por supuesto, ofrecer un producto de buena calidad con la maduración adecuada.

Cuqui

UNA VENTANA A CANARIAS

www.grupofernandez.es

Sabemos que cuidar
cada pieza no solo
va de lo que se ve.

Va de tener
garantías,
origen y sabor.



DisplaFruit

La exportación mundial de banana se reduce en 1,5 millones de toneladas en 2021

El completo informe “International Trade Banana” de la FAO analiza la evolución del comercio mundial durante la pasada temporada y analiza los problemas que atravesó el banano en el contexto internacional

► NR. REDACCIÓN.

Las cifras publicadas en el informe anual de la FAO, “International Trade Banana”, correspondiente a la evolución del mercado mundial de la banana en 2021 revelan que el comercio de bananas se vio afectado por varios factores, tanto del lado de la oferta como de la demanda, entre los que se incluyen la continuación de la pandemia de la COVID-19, las perturbaciones relacionadas con la meteorología, la preocupación por el empeoramiento de la propagación de enfermedades de las plantas, las regulaciones más estrictas sobre los niveles máximos de residuos en algunos mercados importantes, así como una demanda ligeramente menor en varios mercados de importación. En consecuencia, las cantidades exportadas a nivel mundial se redujeron en 1,5 millones de t en 2021.

Este descenso se sitúa entre las mayores caídas anuales de los envíos mundiales de bananas registradas hasta ahora. La pandemia, con la persistente necesidad de aplicar elevadas medidas sanitarias y de distanciamiento físico para proteger a los trabajadores de la COVID-19 siguió causando costes adicionales a los productores y operadores a lo largo de la cadena de suministro. Fuentes de la industria informaron, además, de las graves dificultades derivadas de los costes sustancialmente más elevados de insumos como los fertilizantes, cuyos precios aumentaron entre un 30% y un 45%, así como de los materiales de embalaje, que son vitales para las operaciones de la industria. La escasez de contenedores refrigerados experimentada durante la mayor parte del año, junto con el aumento sustancial de los costes de transporte a nivel mundial, supuso un obstáculo adicional para el crecimiento de las exportaciones y redujo los márgenes a lo largo de la cadena de valor.

En respuesta a estos retos, los productores y exportadores de banana de siete países productores firmaron un Acuerdo Regional de Responsabilidad Compartida en octubre de 2021. Este acuerdo se diseñó para instar a los minoristas de los principales mercados de importación de la Unión Europea, el Reino Unido y EE UU a ajustar sus precios al alza en beneficio de los productores y exportadores para tener en cuenta el aumento de los costes de los insumos, así como los mayores costes asociados al fortalecimiento de la sostenibilidad de la industria de la banana.

Otro acontecimiento clave y preocupante en 2021 fue la introducción de nuevos niveles máximos de residuos en los mercados importadores, que condujeron a un aumento de las tasas de rechazo de las exportaciones, ya que los productos que no cumplían con estos nuevos requisitos no podían ser importados; o el alarmante descubrimiento de la enfermedad de la raza tropical 4 (TR4) de la marchitez de la banana en Perú en abril de 2021.



La acumulación de dificultades en 2021 afectó especialmente a los pequeños agricultores. / ARCHIVO

La acumulación de dificultades simultáneas que experimentó el sector en 2021 obstaculizó significativamente la capacidad de los productores para seguir operando y afectó especialmente a los pequeños agricultores. Al igual que la situación observada en 2020, estas presiones siguieron obstaculizando especialmente las exportaciones de Asia. Sin embargo, en 2021 los envíos desde América Latina también se vieron afectados.

Frente a esta evolución del comercio de la banana en 2021 en general, como dato anecdótico, las bananas ecológicas han sido testigos de una gran demanda a lo largo del año pasado, ya que los consumidores de los principales mercados de importación, sobre todo en la UE y EE UU, han mostrado una mayor propensión a gastar en productos ecológicos.

■ EXPORTACIONES

El informe de la FAO, International Trade Banana, indica que las exportaciones mundiales de banana, excluyendo el plátano, experimentaron un descenso del 7% en 2021, la primera interrupción significativa del rápido crecimiento experimentado en años anteriores hasta 2019. De este modo, las cantidades totales de exportación se redujeron de 21,5 millones de t en 2020 a aproximadamente 20 millones de t en 2021, y casi todos los principales proveedores mundiales de banana contribuyeron a este descenso. El aumento de los costes de los insumos, como los fertilizantes, habría afectado a la capacidad de los productores para suministrar bananas en cantidades

adecuadas y con los estándares de calidad esperados en los mercados de exportación de todas las regiones, mientras que la escasez de contenedores frigoríficos para el transporte y el aumento sustancial de los costes de envío obstaculizaron la capacidad de los exportadores para suministrar a los mercados internacionales. Por ello, las exportaciones de América Latina y el Caribe (ALC), la principal región exportadora del mundo, disminuyeron en un 2% en 2021, hasta un total de aproximadamente 16 millones de t, unas 400.000 t menos que su nivel de 2020.

■ LA REGIÓN ALC

Ecuador, el mayor exportador de bananas a nivel mundial, registró un descenso estimado del 4% en los envíos, hasta aproximadamente 6,8 millones de t. Fuentes de la industria informaron que, además de los obstáculos mencionados, la industria bananera de Ecuador se vio afectada por los mayores gastos derivados de la necesidad de mantener estrictas medidas de mitigación de la TR4 en vista de los brotes de esta enfermedad en Colombia y Perú. La introducción de medidas de seguridad para combatir la introducción de sustancias ilegales en los contenedores de banana y la nueva normativa sobre niveles máximos de residuos en algunos mercados de destino clave, como EE UU, supusieron otros obstáculos. Los envíos de Costa Rica, el segundo mayor exportador de la región y el tercero a la UE, se mantuvieron relativamente estables en 2021, con aproximadamente 2,3 millones de t.

Por su parte, las exportaciones de Guatemala, el tercer mayor exportador, registraron una caída del 5%, hasta unos 2,3 millones de t. Asimismo, los daños causados por los huracanes y las inundaciones en zonas críticas de producción en el sur de México, provocadas por el huracán Dolores en junio y el huracán Nora en agosto de 2021, afectaron negativamente al suministro de banana mexicana. El informe muestra que los envíos desde México han disminuido aproximadamente un 3% en 2021, hasta las 530.000 t. Las exportaciones de Colombia se situaron en unos 2,1 millones de t tras un crecimiento del 3% en 2021.

Las exportaciones del Caribe, por su parte, crecieron a un ritmo excepcionalmente rápido en 2021, alcanzando casi 600.000 t, un aumento del 40% en comparación con 2020 debido al buen comportamiento de los suministros de banana de la República Dominicana, que representa el 95% de los suministros de banana del Caribe.

■ ASIA

Las exportaciones de banana de Asia han sufrido un descenso del 25% en 2021, hasta los 3,3 millones de t. Esto ha marcado otra caída drástica en los envíos de la región, que ya había visto una disminución del 12% a causa de las dificultades relacionadas con la COVID-19 y el impacto del TR4 en 2020. En promedio, alrededor del 90% de las exportaciones asiáticas de banana se originan en Filipinas, que se ubica como el segundo exportador mundial de banana, detrás de Ecuador.

■ ÁFRICA

Por el contrario, las exportaciones africanas registraron una expansión estimada del 8% en términos de cantidad en 2021 y, por lo tanto, han experimentado una fuerte recuperación tras las dificultades inducidas por la COVID-19 y el correspondiente descenso del 22% observado en 2020. El principal exportador de la región, Costa de Marfil, ha registrado un crecimiento estimado de las exportaciones del 5% en 2021, hasta 340.000 t.

■ EUROPA

Se estima que la producción europea de bananas y plátanos ha crecido hasta superar las 649.000 t en 2021, lo que supone un aumento aproximado del 9% respecto a 2020. Por término medio, más del 90% de la producción de bananas y plátanos de la UE tiene lugar en España y Francia, concretamente en Canarias y las Antillas francesas. En 2021, según las estimaciones, la producción de plátanos en España aumentó casi el 5% con respecto al año anterior; mientras que las cantidades producidas en Francia crecieron un 20%.

Con un valor unitario medio de 610 euros/t en 2021, los suministros de plátanos de Francia compiten bastante bien con los grandes exportadores mundiales, mientras que los de España siguen siendo relativamente caros, con 890 euros/t. En comparación, el precio unitario medio de las bananas suministradas por Ecuador a la UE durante los nueve primeros meses de 2021 se situó en 593 euros/t, mientras que los valores unitarios medios de importación a la UE de todos los orígenes fueron de 777 euros/t.

■ IMPORTACIONES

Las cantidades netas mundiales de importación de bananas han disminuido un 1% en 2021, una reducción de 200.000 t con respecto al año anterior, situándose en aproximadamente 19,6 millones de t. Esta disminución contrasta con la expansión relativamente rápida de las importaciones mundiales de bananas observada en los años anteriores a la pandemia, y refleja desde las tensiones a nivel mundial en las cadenas de suministro hasta el estancamiento o la disminución de la demanda en varios mercados de importación. Mientras que las adquisiciones de los dos principales importadores, la UE y EE UU, se han mantenido relativamente estables, las importaciones han caído en algunos otros mercados de importación clave, especialmente Rusia, Reino Unido y Canadá, que representan alrededor del 15%.

Las importaciones netas de la UE-27, el mayor importador de bananas a nivel mundial, se han mantenido estables en unos 5,2 millones de t en 2021. Al igual que en 2020, las bananas se han situado entre las opciones de fruta más populares en 2021, ya que los consumidores querían aumentar su consumo de frutas y verduras frescas.



EXPERTOS EN MADURACIÓN ARTESANAL DE PLÁTANOS

Más de 50 años
de experiencia



Planta de Maduración y Oficinas:
C/ Longitudinal 7, 122 - Tel. 93 336 14 11
08040 Barcelona, Mercabarna

www.platanosruiz.com



Desarrollos Sanifruit para mantener la calidad del plátano canario hasta el consumidor final

DEPARTAMENTO TÉCNICO COMERCIAL SANIFRUIT

Sanifruit dispone de formulados, fabricados todos ellos con productos naturales, que mantienen la calidad del plátano sin el aporte de sustancias nocivas para el medioambiente y protegiendo la salud del consumidor. Sanifruit basa su política de empresa en el asesoramiento continuo a las centrales de confección hortofrutícolas, aportando su experiencia de años en el sector, y sabiendo que es fundamental controlar y mantener las buenas prácticas de limpieza y desinfección durante todo el proceso de manipulado de los plátanos.

De esta fruta hay que destacar que es un producto del que no se suele lavar la piel antes del consumo, por lo que su manipulado en caso de contener residuos de pesticidas puede contaminar el producto que se consume por acción indirecta.

Sanifruit viene trabajando con los plataneros canarios, obteniendo información directa de las zonas donde es necesaria una mayor limpieza y desinfección, desde hace varios años y el desarrollo e investigación se han convertido en productos comerciales que se vienen usando desde hace más de 3 años en las islas.

Se consigue bajar la probabilidad de una inoculación posterior por esporas de hongos durante el proceso de la confección como se puede ver en los formulados de



Llegada a destino con desarrollo de micelio. / SANIFRUIT

los que hablamos más adelante y teniendo en cuenta que en el proceso habitual en las centrales de piscinas para el lavado y eliminación de látex, con el transcurso de las horas se van cargando de materia orgánica y material contaminante que afecta a las zonas de corte de los plátanos.

Una vez la fruta es cortada en "manos" los plátanos pueden ser pulverizados con dos formulados diferentes:

— SANI-DP L es un recubrimiento para aplicar en toda la superficie del plátano, para prolongar la vida comercial, y con

Sanifruit dispone de formulados, fabricados todos ellos con productos naturales, y con una eficacia demostrada a lo largo de los últimos años, que mantienen la calidad del plátano

efectos indirectos en la reducción de crecimiento de hongos por conferir a los plátanos una resistencia mayor a la penetración de los hongos.

— SANI-CR que se aplica directamente a la corona, con pincel, esponja o pulverizado directo. Este producto permite la

cicatrización del corte, evitando la proliferación de las colonias de hongos en esta zona.

Sanifruit también dispone de productos adaptados para agricultura ecológica, formulados exclusivamente con extractos vegetales y certificados por Ecocert y CAAE, con nombres

comerciales Sani-CR Bio y Sani-DP L Bio

Además, contamos con los siguientes productos:

— DRENPUR PH es un formulado en base a peróxido de hidrógeno estabilizado añadido a intervalos, según la suciedad de la balsa, permite mantener unos niveles bajos de inóculos en el agua reduciendo la posibilidad de contaminación. El peróxido de hidrógeno, a diferencia del cloro, no deja residuos de cloratos ni cloraminas, y está admitido en industria alimentaria como desinfectante de alimentos, por tanto, se debe usar para desinfectar los cuchillos de corte y las superficies en contacto con la fruta.

— SANI AEROFRUIT es un formulado en forma de aerosol que puede ser usado sobre fruta en cámara y en contenedores de transporte para mantener la sanidad del ambiente que rodea a la fruta una vez confeccionada, o en destino en las cámaras de maduración.

— Absorbentes de etileno. Se recomienda su colocación en los contenedores para eliminar etileno y volátiles que pueden adelantar la maduración de los plátanos durante el tránsito.

Durante los últimos años hemos podido demostrar la eficacia de nuestros tratamientos sin residuos para plátano, incluso en épocas problemáticas para los operadores como suelen ser los meses de julio, agosto, poniendo a su servicio soluciones naturales, innovadoras y altamente eficaces.

Como servicio especial exclusivo, Sanifruit acompaña a sus clientes durante todo el proceso, incluida la llegada a la maduración y el resultado de esta.

Para más información puede escribirnos un correo a sanifruit@sanifruit.com o consultar nuestra web www.sanifruit.com

El plátano: aliado de deportistas y fuente de potasio

Además de contar con hidratos de carbono, concentra vitaminas, minerales, fibra, antioxidantes y otros compuestos bioactivos

ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

El potasio, obtenido a partir de los alimentos, es un mineral que interviene en numerosas funciones del organismo y por ello, la Organización Mundial de la Salud, recomienda una ingesta diaria de 3510 mg de potasio.

En este caso, la fruta por excelencia rica en potasio es el plátano que aporta 350mg por cada 100g. Además, también es rica en fibra y proteínas y ayuda a recuperar fuerzas tras el esfuerzo físico.

PROPIEDADES

El plátano es rico en hidratos de carbono, especialmente en azúcares simples si está maduro. Estos azúcares, glucosa, sacarosa y dextrosa, constituyen una fuente de energía rápida. Por lo que respecta a las vitaminas, el

plátano es rico en betacaroteno, vitamina C, E y ácido fólico, con un contenido de fibra el 3%.

BENEFICIOS

Entre los beneficios que se obtienen a partir de su consumo podemos destacar la fuente de energía, ya que, si se consume un plátano después de hacer un ejercicio, no solo se recupera energía, también incrementa la resistencia. Además, contribuye a la regulación de la hipertensión arterial, la calma de la acidez de estómago, así como la lucha contra la artritis y la retención de líquidos, entre otros.

ALIADO DE DEPORTISTAS

El consumo de plátano está especialmente indicado para los deportistas. Según los hallazgos de una investigación publicada



El plátano aporta 350 mg de potasio por cada 100 gramos. / ARCHIVO

Lo bueno está en el interior

Una cáscara de aspecto perfecto no es garantía de una fruta mejor. La campaña desarrollada por Plátano de Canarias invita a reflexionar sobre la compra de fruta en base a la apariencia, en colaboración con el sello Alimentos de España y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación del Gobierno de España.

La campaña pretende evitar el acto inconsciente de "comer con los ojos" y llama a los consumidores a valorar la fruta en los puntos de venta no tanto por una apariencia perfecta y piel reluciente, sino por sus propiedades e interior, que es, al fin y al cabo, lo que acaban comiendo.

La producción de plátano afectada por el volcán presentaba un aspecto que no todos los consumidores estaban dispuestos a aceptar y, por ello, esta campaña pretende ensalzar estos plátanos que, al igual que el resto de frutas y la sociedad en su conjunto, también viven esclavizados por los cánones de belleza. ■

en la revista científica PLoS One, este alimento proporciona una nutrición adecuada antes, durante y después del ejercicio de resistencia. Sin embargo, según se consuma maduro o verde, su composición y velocidad de aporte calórico variarán.

El plátano verde contiene mucho almidón. Esta sustancia está formada por muchas moléculas de glucosa y libera energía poco a poco.

Por tanto, se recomienda tomar el plátano verde antes de empezar una actividad física o durante el transcurso de una muy duradera (como un partido de tenis, ciclismo en ruta o una carrera de resistencia). De este modo, tendremos un aporte constante de energía durante la duración del ejercicio.

Cuando el plátano está maduro, por el contrario, contiene muchísima más sacarosa que almidón. La sacarosa está formada por una molécula de glucosa y una de fructosa.

Por este motivo, se absorbe más rápido y su impacto sobre el nivel de glucosa en sangre es mayor. Así pues, el plátano maduro nos ayudará a reponer la energía tras el ejercicio.

Incluso este alimento puede ingerirse durante la propia práctica deportiva, en los periodos de descanso. Así se ofrece un suministro de azúcares que permitirá retrasar la aparición de la fatiga, generando un rendimiento óptimo durante un periodo de tiempo mayor.

“Contar con plátano de calidad es básico para nuestro proceso de maduración artesanal”

José María Ruiz, gerente de Plátanos Ruiz, asegura que todos los plátanos canarios que gestionan están certificados con el sello de la IGP de Plátano de Canarias

► OSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Contar con plátano de calidad es básico para que el proceso de maduración artesanal de Plátanos Ruiz, que intenta replicar el que haría el plátano de forma natural en la planta, tenga éxito. Por ello, todos los plátanos canarios de esta compañía maduradora, ubicada en la unidad alimentaria de Mercabarna, están certificados con el sello de Indicación Geográfica Protegida de Plátano de Canarias, con la acreditación de Aenor.

Esta certificación es una de las más exigentes a nivel de calidad y de control de producción, siendo el canario el único plátano que ha conseguido el reconocimiento europeo como Indicación Geográfica Protegida. Esta certificación lo sitúa a un nivel superior de reconocimiento y protección y es un valor añadido tangible que posiciona al plátano canario como un producto único.

Siguiendo con valores añadidos José María Ruiz, gerente de la empresa, segunda generación y 35 años de madurador, descri-



José María Ruiz ante las pantallas de monitorización de las 12 cámaras. / O. ORTEGA

be que “gracias a que la tierra de cultivo de esta isla es de origen volcánica los plátanos canarios son especiales”.

■ 56 AÑOS DE CONOCIMIENTO

El proceso de maduración de Plátanos Ruiz es su factor diferencial que descansa en más de 56 años de experiencia, conocimiento y seguimiento en maduración de plátano. Desde la erupción del volcán La Cumbre Vieja de la isla

de La Palma esta premisa cobra más valor que nunca en referencia a los plátanos originarios de esta isla.

En los últimos años esta empresa ha invertido en todos los ámbitos de la empresa y ha apostado, y apuesta, por la sostenibilidad y cuidado del medioambiente. Así, el pasado mes de julio instalaron paneles fotovoltaicos en su planta de maduración de Mercabarna. Ruiz explica que

“Con las placas solares reducimos el consumo energético y la emisión de CO2”

La planta de maduración de Plátanos Ruiz cuenta con 900 metros cuadrados y 12 cámaras monitorizadas

“siguiendo nuestra apuesta por la sostenibilidad y la reducción de la huella de carbono, durante el pasado mes de julio hemos instalado 131 placas solares que proporcionarán una energía de 60 KW nominales que en agosto empezaron a funcionar a pleno rendimiento”, y añade que “gracias a esta instalación la planta reducirá en una tercera parte el consumo energético y la emisión de CO2. Una inversión a largo

plazo con la que creemos que reduciremos la factura”.

En esta línea de trabajo cuidar el medioambiente ya en 2019 sustituyeron sus bolsas de los mercados municipales, que ya eran oxodegradables, por bolsas de papel, aún más sostenible.

■ DESPERDICIO ALIMENTARIO

También aportan su granito de arena en la lucha contra el desperdicio alimentario, colaborando en plataformas para redistribuir producto y aconsejando a comerciantes y consumidores finales acerca de la conservación y aprovechamiento del plátano a través de su web, redes sociales y directamente las asesoras plataneras en sus paradas de los mercados del Carmel y Collblanc, en Barcelona y l'Hospitalet de Llobregat, respectivamente. Todo ello, concluye José María Ruiz, “para ayudar a concienciar al consumidor sobre la conservación y el cuidado del planeta”.

■ PLANTA DE MADURACIÓN

La planta de maduración de Plátanos Ruiz, ubicada en la Zona de Actividades Complementarias (ZAC) de Mercabarna, cuenta con 900 metros cuadrados y 12 cámaras que se pueden sincronizar a distintas temperaturas y dotadas con tecnología punta de monitorización presencial y remota 24 horas, los 7 días de la semana. La compañía obtiene así una capacidad de maduración de alrededor de 9 millones de kilos al año. También disponen de 2 paradas en los pabellones D y E del Mercado Central de Frutas y Hortalizas de esta unidad alimentaria.

Con la mejor
agua
se obtienen los
plátanos
más exquisitos



Los plátanos de La Palma

EL SABOR DE CANARIAS



Las exportaciones de banano de Ecuador han descendido tras cuatro años de tendencia al alza. / ARCHIVO

Este año 2022 se presenta complicado para el sector bananero de Ecuador

La guerra en Ucrania pone en jaque el 25% de los envíos exteriores del mayor exportador a nivel mundial

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La caída en las exportaciones de banano de Ecuador en 2022, que ya se ha confirmado desde el conjunto del sector, se da tras cuatro años de tendencia al alza, tal como recoge el medio ecuatoriano 'Primicias'.

El sector bananero, el segundo más importante en materia de exportaciones no petroleras, está afrontando un 2022 complicado. Uno de los problemas que tiene ahora mismo es el impacto de la invasión de Rusia a Ucrania, ya que a estos dos países llega el 25% de los envíos de la fruta ecuatoriana.

En los dos primeros meses del año, las exportaciones de banana han disminuido un 3%, según la Asociación de Comercialización y Exportación de Banano (Arcobanec). La tendencia negativa empezó a registrarse ya en 2021, cuando las exportaciones de banana se contrajeron un 5% en valor. Antes de eso, hubo cuatro años con tendencia al alza.

El sector afronta siete retos que impactan en la producción y la exportación de la fruta. Arcobanec, la Federación de Exportadores Ecuatorianos (Fedexpor), la consultora Oikonomics y el Instituto de Investigaciones Económicas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) han realizado un análisis sobre el sector bananero y han detallado cuáles son los problemas a los que se enfrenta.

En primer lugar está el menor rendimiento por hectárea, que ha disminuido debido a fenómenos climáticos, como temperaturas menores o inundaciones por el desborde de ríos, que han destruido un número importante de hectáreas de banano. Asimismo, algunos productores han dejado de fertilizar por el aumento del precio de ese insumo. Esto ha hecho que el peso de los racimos sea menor.

Otro de los retos a los que se enfrenta la banana ecuatoriana es la restricción impuesta por la Unión Europea. El principal mercado de las exportaciones bananeras prohíbe a sus proveedores de banano el uso de ciertos elementos químicos que sirven para controlar plagas y enfermedades. Pero, hay bananeros que incumplen con esa medida, lo que hace que el país pierda mercados.



Ecuador también se enfrenta a mayores costes logísticos. El comercio exterior mundial está sufriendo el incremento de costes debido a la crisis logística que se registra tras la pandemia de la COVID-19. Los costes logísticos se han elevado por una sobre demanda de contenedores, por la reactivación económica y el despunte de algunos sectores, como el comercio electrónico.

En la línea de costes más altos, estos también han llegado a los insumos. Fertilizantes, plásticos o cartón han encarecido su precio en niveles nunca vistos. El precio de esos productos se ha elevado por su sobre demanda, la crisis logística, el alza del precio del petróleo y la guerra entre Rusia y Ucrania, principales proveedores de fertilizantes y agroquímicos.

■ LA GUERRA DE UCRANIA

Precisamente la guerra de Ucrania es una de las causas principales de la pérdida de terreno de las exportaciones de banana de Ecuador, ya que estos dos países absorben el 25% de los envíos exteriores del país. Desde el pasado mes de febrero, el conflicto bélico ha supuesto el cierre de los puertos y la aduana de Ucrania. Además, los envíos a Rusia se han complicado por sanciones que ha impuesto la comunidad internacional. Una de ellas es la exclusión de bancos rusos del sistema SWIFT, lo que ha derivado en impagos a los exportadores en otros países.

Con el cierre de estos dos países, el problema que se ha creado

ha sido la sobreoferta de banano. Los exportadores han tratado de desviar su cargamento a otros mercados en Estados Unidos y Rusia, pero es insuficiente. "La alta concentración de volumen que demanda el mercado ruso hace imposible que un destino alternativo pueda absorber esa cantidad de producto, sin que se genere una presión de los precios a la baja por la sobreoferta", explican desde Fedexpor, la Federación Ecuatoriana de Exportadores.

Otro de los problemas, nada agradables es el de los cargamentos contaminados. El sector bananero ecuatoriano ha registrado en los últimos tiempos la pérdida de cargamentos y negocios porque los contenedores de exportación estaban contaminados con cocaína, introducida por grupos delictivos que buscaban enviarla a otros países. Para resguardar la integridad de los contenedores las empresas bananeras destinan USD 200 para el control y la supervisión de cada cargamento.

En ese contexto, el precio internacional de la caja de banana ecuatoriano se ha situado de media en USD 17,13, según Oikonomics. Esto equivale a un precio un 22% mayor en comparación con el de la caja de banana de Costa Rica o Guatemala, países que son competencia para Ecuador en el mercado estadounidense.

Si bien el precio internacional de la caja de banana es mayor que la de sus competidores, otro de los problemas es que a los productores no se les paga el precio mínimo de sustentación.



El sector bananero reduce los gases de efecto invernadero. / ARCHIVO

La Banana de Guadalupe y Martinica: balance positivo en su estrategia medioambiental

La 'Banane Française Equitable des Antilles' tiene una de las huellas de carbono más bajas de su categoría

► VF. REDACCIÓN.

El 'Bilan Carbone' es un método de contabilización de las emisiones de gases de efecto invernadero basado en las emisiones directas o indirectas inducidas por una actividad o un territorio. Un método que se emplea en el cultivo de la banana en Guadalupe y Martinica desde hace años y una de las estrategias medioambientales del sector.

En 2021 este método reveló datos positivos en relación a la emisión de gases de efecto invernadero derivados del cultivo de la banana en las dos regiones ultraperiféricas francesas. Este análisis se realizó en enero de 2022 a partir de los datos del año 2020, basándose en una serie de criterios que van desde las explotaciones hasta la distribución en el punto de venta.

En el caso de la industria bananera de Guadalupe y Martinica, mostró una reducción global del 14% de los gases de efecto invernadero desde 2006 (fecha de la última evaluación del carbono de la industria bananera francesa). En cifras, esto significa que por un kilo de plátanos franceses vendidos, todo el proceso habrá generado 800 gramos de CO₂.

Al reducir drásticamente el uso de productos fitosanitarios y fertilizantes, los productores de Guadalupe y Martinica protegen sus cultivos y la biodiversidad circundante al tiempo que ofrecen plátanos de calidad.

Transportados a Dunkerque en barco, los plátanos de las Antillas se transportan desde 2019 en una nueva generación de contenedores refrigerados: los contenedores Daimler-Zestia. Estos contenedores permiten una refrigeración más eficaz y un menor consumo de electricidad. El 75% de los plátanos de Guadalupe y Martinica se transporta en contenedores Zestia hasta las plantas de maduración, que cuentan con equipos cada vez



Huella de carbono.

más eficientes desde el punto de vista energético.

Desde el 1 de noviembre de 2021, toda la fruta de la 'Banane Française Equitable', es decir, 1 contenedor a la semana, se transporta desde las Antillas a Dunkerque utilizando la solución "Cleaner Energy Biofuel" propuesta por el grupo CMA-CGM. Este nuevo combustible —biocombustible— reduce considerablemente la huella de carbono del plátano francés de comercio justo.

Comprometido con la transición energética en el transporte marítimo y pionero en el uso de combustibles alternativos, el Grupo CMA CGM se ha fijado el objetivo de ser Carbono Neto Cero para 2050.

El servicio Cleaner Energy Biofuel permite transportar la carga con biocombustible, un biocombustible de segunda generación fabricado con aceite vegetal de cocina usado. El uso de esta energía reduce las emisiones de carbono en un 84% durante todo el ciclo de producción y uso del combustible.

Gracias a Cleaner Energy Biofuel, la 'Banane Française Equitable des Antilles' tiene una de las huellas de carbono más bajas de su categoría. Se trata, por tanto, de una iniciativa fundamental que encaja con el enfoque sostenible y solidario de la #bananefrançaise.

Frutas Tropicales

valencia fruits
dossier

Septiembre 2022



La sequía frena la expansión del cultivo de aguacate

La falta de agua amenaza 7.000 hectáreas de aguacate en la Axarquía malagueña y compromete la rentabilidad de miles de agricultores

► JULIA LUZ, REDACCIÓN.

El aguacate se ha convertido en parte de la cultura agraria y culinaria de España. Este “superalimento” ha pasado a ser un básico en la cesta de los consumidores gracias a sus propiedades nutricionales y saludables. Su creciente demanda global apunta a que el consumo de esta fruta aún no ha tocado techo, lo que ha provocado que cada vez haya más países y más hectáreas dedicadas a este cultivo.

Su producción mundial ha repuntado tanto por su consumo en Estados Unidos —que se provee de México— como en la Unión Europea, donde España mantiene una cuota del 15% al ser el principal productor comunitario, aunque el mercado también se abastece de aguacates procedentes de Perú, México, Marruecos, Colombia o Kenia, entre otros. Si bien el aguacate lleva décadas cultivándose en las provincias de Málaga y Granada y en las Islas Canarias, con el crecimiento de su consumo y sus buenos precios en el campo, el cultivo empezó a extenderse también por otras zonas de España, como en la Comunitat Valenciana, que ya cuenta con una producción de en torno a las 6.000 toneladas de aguacate.

A nivel nacional, en 2021 la superficie en España se situó en 20.485 hectáreas, de las que 16.171 corresponden a Andalucía, 2.835 a la Comunidad Valenciana, 1.469 a Canarias y las restantes diez a Galicia, según la encuesta Esyrce del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). La oferta española, aunque está activa durante todo el año, se centra sobre todo entre octubre y mayo, siendo las variedades Bacon, Fuerte y Hass las más comercializadas.

Pero, a pesar de los buenos resultados que envuelven el cultivo del aguacate, las perspectivas para esta campaña no son nada alentadoras. La sequía, el incremento de los costes, la competencia de terceros países, las exigencias de la PAC, la falta de infraestructuras... este cóctel de adversidades ha creado la tormenta perfecta para que el crecimiento de este cultivo se estanque en el territorio español.



La dotación de agua asignada es insuficiente para abastecer los cultivos. / VF

■ DÉFICIT HÍDRICO

En la Axarquía malagueña, una de las principales zonas productoras de aguacate, es el déficit hídrico lo que más preocupa a los productores. El pantano de la Viñuela, que es el que abastece a la zona, roza límites catastróficos al encontrarse por debajo del 12% de su capacidad. “A nivel nacional hay una crisis de pluviometría importante. Ha llovido poco y los pantanos están bastante vacíos. Pero concretamente en

nuestra zona, en la zona de la Axarquía, la crisis es mayor y la falta de pluviometría de los últimos años —y estos dos, mucho más— hace que el embalse de la Viñuela, que abastece todos los regadíos de la zona y del agua de consumo, está a unos niveles de estar vacío, pues un 12% es muy poco agua”, sentenciaba el presidente de la Asociación Española de Tropicales, Domingo Medina, en declaraciones a Canal Sur.

Muchos productores han sacrificado parte de sus plantaciones para que el resto pueda salir adelante

La producción de este año será en torno a un 50% más baja y con calibres mucho menores

La situación en el campo malagueño es desoladora al no existir suficientes recursos hídricos para atender las demandas de regadío. Los productores tienen asignada una dotación de 1.500 metros cúbicos de agua por hectárea —de media, una hectárea necesita unos 8.000 mil metros cúbicos—, cantidad que no alcanza a abastecer toda la superficie de cultivo. Por ello, muchos productores se han visto obligados a sacrificar parte de sus plantaciones para que el resto pueda salir adelante. A otros, lamentablemente, no les ha quedado más remedio de

talarlos. Ante este panorama la próxima cosecha de aguacate puede llegar a ser catastrófica. “Esto está provocando que la producción de este año sea mucho más baja que la del año pasado, en torno a un 50%. Además, el tamaño del fruto está siendo mucho menor que otros años”, explicaba Medina.

El sector de subtropicales de la Axarquía augura un complicado escenario si no se buscan soluciones y alternativas a la falta de recursos hídricos para el regadío de sus plantaciones. Por eso, los productores de aguacate, más allá de mirar al cielo y esperar las tan ansiadas lluvias, miran a Israel y a sus sistemas de desalación y aguas regeneradas que garantizan una dotación de agua mínima a las fincas.

Otra de las alternativas que se plantean desde la Asociación Española de Tropicales es comunicar las cuencas de los embalses de la zona. “En nuestra zona, la pluviometría es baja y el recipiente grande, es decir, tenemos un embalse grande. Sin embargo, hay zonas cercanas que tienen un embalse pequeño, pero su pluviometría es muy alta y todos los años tienen que aliviar el embalse, como es la zona de la Concepción. Desde la Asociación siempre hemos defendido que se pueden comunicar estas dos cuencas para compartir el agua, que se guarde en nuestro embalse y puedan acceder a ella cuando la necesiten”, compartía el presidente en el medio andaluz.

Si bien la falta de agua es la principal preocupación de los productores de aguacate en el sur de España, otras zonas productoras que cobran cada vez más importancia —como es el caso de la Comunitat Valenciana— no sufren un problema de sequía tan severo.

■ COMPETENCIA Y PRECIOS

En líneas generales, las cotizaciones durante la pasada campaña han sido mucho más bajas que en las anteriores. Pese a que el ejercicio empezó con precios interesantes para el agricultor, la subida de los costes, el cierre del mercado ruso y que países como Perú o Colombia obtuvieran mayores producciones provocó que los precios fueran a la baja durante la segunda parte de la campaña.

Así, el sector del aguacate español decidió poner en marcha una interprofesional suprarregional y crear la marca de calidad “Aguacates de España” con el fin de diferenciar el producto nacional y promover su consumo dentro de la Unión Europea frente a la competencia de países extracomunitarios.

Sostenibilidad, agua y aguacate

El aguacate y sus necesidades hídricas. La sequía. Y la pregunta que todos nos hacemos: ¿es sostenible el cultivo del aguacate por el agua que necesita?

Son muchos los que acusan al aguacate, sobre todo en el sur de España, del colapso hídrico, pues su consumo de agua supera las infraestructuras nacionales. No obstante, el presidente de la Asociación Nacional de Tropicales, Domingo Medina, explicaba en Canal Sur que “las necesidades hídricas de una plantación de aguacate no son mayores que las de otros cultivos. Una hectárea de aguacate no requiere de más agua de riego que una hectárea de naranjos, por ejemplo. Lo único que ocurre es que un kilo de aguacate si necesita más agua porque una hectárea produce menos kilos que una hectárea de otro tipo de fruto”. Además, Medina recalcó que el aguacate es muy cultivo muy energético dado que el fruto contiene un gran porcentaje de grasa, de ahí esa mayor necesidad hídrica. ■





in rodasale@mafroda.es

¡Visítanos del 4 al 6 de octubre!

fruit attraction

📍 Pabellón 10 Stand 10D11

OUR INNOVATION, YOUR EFFICIENCY

TU SOLUCIÓN GLOBAL

Automatización | Calibrado | Clasificación | Packing

MUCHO MÁS QUE PIEL.



Te presentamos **VitaFreshTM Botanicals**.
Nuestros recubrimientos comestibles
de origen vegetal que conservan la
frescura de la fruta.

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

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

FRIENDS OF
CHAMPIONS  12.3

AgroFresh.com

AgroFresh

We Grow Confidence



La producción y comercialización de mango, junto con el aguacate, se ha convertido en uno de los principales motores económicos de la Costa Tropical de Granada y de la Axarquía malagueña. / ARCHIVO

Una campaña de mango con más volumen pero con menos calibre

Los productores andaluces esperan alcanzar una producción de 38.000 toneladas esta temporada

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Arranca la campaña de mango en Andalucía y, siguiendo con la tónica de las cosechas, viene marcada por la sequía. El estrés hídrico soportado por las plantaciones en estos meses va a provocar, como consecuencia, una reducción del tamaño de los frutos, concretamente, el calibre del fruto oscilará entre los 350 y 450 gramos de media. No obstante, las principales compañías de frutas tropicales andaluzas coinciden en que este menor calibre irá acompañado de una gran calidad y un sabor excepcional.

En cuanto al volumen de producción, las previsiones para este año apuntan a un aumento del entre el 15 y el 25%. Si el año pasado en Andalucía la cosecha fue de unas 32.000 toneladas, este año se esperan alcanzar las 38.000. “Nos encontramos ante una campaña determinada por un volumen elevado y un bajo calibre”, explican desde la empresa andaluza La Unión, con plantaciones en la Axarquía malagueña y la Costa Tropical de Granada.

■ SEQUÍA

En cuanto a la sequía que sufre la Axarquía malagueña, los cultivos de mango están saliendo mucho mejor parados que los de aguacate, pues las plantas son mucho más resistentes. “Una hectárea de mango, aunque también necesita la misma dotación de agua que una hectárea de aguacate, al menos en la época del verano, resiste más la sequía. Ante el déficit hídrico la planta no muere, con lo cual, estamos de alguna manera soportando esta escasez de agua con muy poco riesgo”, explicaba el presidente de la Asociación Española de Tropicales, Domingo Medina, en una entrevista a Canal Sur.

Sin embargo, pese a que el mango es un cultivo emergente que cada vez cuenta con más fincas, la falta de agua en el sur de España empieza a lastrar su



La falta de agua supone una reducción del tamaño del mango, que oscilará entre los 350 y 450 gramos de media. / ARCHIVO

crecimiento durante las últimas campañas, del mismo modo que está ocurriendo con el aguacate, pues su expansión podría ser mucho mayor. En este punto, el déficit de recursos hídricos comienza a ser un factor condicionante en los calibres de las producciones, que cada vez son menores.

En referencia a la calidad, Medina afirma que la cosecha de este año será muy sabrosa y con muchísimas propiedades organolépticas, pero también sentencia que al contar con un menor calibre puede que no se alcancen los precios esperados en el mercado, en sus palabras, “el menor tamaño penaliza al agricultor”.

■ COMERCIALIZACIÓN

La campaña de mango, junto con la del aguacate, se ha convertido en uno de los principales motores económicos de la Costa Tropical de Granada y de la Axarquía malagueña, que son las principales zonas productoras de subtropicales de España y de Europa por su clima templado.

En este sentido, del total de la producción de mango español, el

Las principales compañías de frutas subtropicales de Andalucía coinciden en que el menor calibre del fruto irá acompañado de una gran calidad y un sabor excepcional

En cuanto a la comercialización, al contar con un calibre más pequeño, puede que no se alcancen los precios esperados en el mercado, pues muchas veces “el menor tamaño penaliza al agricultor”

70% se exporta a países europeos como Francia, Alemania, Holanda e Inglaterra, en gran parte, durante los meses de septiembre y octubre, coincidiendo con el pico de producción del mango andaluz.

El resto de la producción se destina al mercado nacional, donde el consumo se ha incrementado durante los últimos años “gracias a la calidad del producto pero también a la toma de conciencia de la sociedad española del valor de los productos con origen nacional, destacando una férrea apuesta por aquellos productos Marca España”, ex-

plicaban en una nota desde La Unión.

■ FUTURO

Como cualquier cultivo, adaptarse a las nuevas necesidades tanto de los agricultores como del entorno es la principal asignatura pendiente del mango. En este sentido, numerosas instituciones públicas y privadas repasan y buscan solución a los retos y desafíos a los que se enfrenta el sector actualmente.

En España destaca el de Instituto de Hortofruticultura Subtropical y Mediterránea “La Mayora” en Málaga, un enclave único

para la investigación agrícola y que se ha convertido en la gran reserva tropical de Europa. Sus líneas de trabajo para la obtención del “mango perfecto” pasan por la identificación de nuevas variedades más resistentes al cambio climático y con menos necesidades hídricas, mitigar la afición de plagas y la producción orgánica de mangos con residuo cero.

■ CAMPAÑA ANTERIOR

El mango se ha convertido en el segundo cultivo subtropical más importante en la comunidad de Andalucía, tras el aguacate. La producción de esta fruta ha experimentado un fuerte desarrollo en los últimos 20 años, hasta alcanzar rozar las 5.000 hectáreas. Actualmente, Andalucía representa el 90% de la superficie cultivada en España y acapara el 77% de la producción nacional.

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 mientras que 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 ejercicio 2021, según el análisis del Observatorio de Precios y Mercados, los precios se han mantenido en niveles inferiores a las dos campañas precedentes, obteniéndose un precio medio final de campaña de 1,02 €/kg, lo que supone una caída del 13% respecto a la media de las cinco campañas anteriores. Los precios del mango de ultramar y, especialmente el brasileño, cuya campaña coincide plenamente con la andaluza, han presionado los precios a la baja a pesar de la diferencia de segmentos de mercado a los que se dirigen unos y otros.

El sector tropical demanda infraestructuras para llevar agua a zonas productivas

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Los recursos hídricos, el clima y el tipo de suelo son los principales condicionantes para la producción de fruta tropical en la España peninsular, donde solo la franja de 12 kilómetros de ancho que discurre a lo largo de la costa suroriental mediterránea ofrece el entorno ideal para su cultivo.

Sin embargo, las altas temperaturas y la sequía han provocado que el campo andaluz demande las infraestructuras de emergencia necesarias para llevar el agua a una de las zonas productivas de frutas tropicales con mayor valor añadido.

Estos cultivos consumen hasta 9.000 metros cúbicos por hectárea y año, necesitan suelos que drenen bien y requieren unas temperaturas suaves que no desciendan de los 0 grados durante más de dos horas seguidas.

Los cultivos de fruta tropical consumen hasta 9.000 metros cúbicos por hectárea y año

En la España peninsular los cultivos tropicales más habituales son los del aguacate, el mango, la chirimoya y la papaya. Andalucía y Canarias son las principales zonas productoras, así como la Comunidad Valenciana.

La producción asegurada de cultivos tropicales y subtropicales creció un 54% en el periodo 2015-2020 según los datos registrados por Agroseguro. En concreto, superó las 19.400 toneladas, con un capital asegurado que alcanzó los 34,5 millones de euros, casi el doble que en 2015.

■ AGUA PARA RIEGO

Dada la creciente escasez de precipitaciones y el aumento de las temperaturas, existe una progresiva pérdida de humedad de los suelos. Y el estrés hídrico que esta experimentando el campo, no solo andaluz, sino el español en su conjunto, hace preocupar al sector.

Sin embargo, el responsable de la Asociación Española de Tropicales (ATF), Domingo Medina, afirmó en una entrevista en Canal Sur radio que “las necesidades hídricas de una plantación de aguacate no son mayores que las de otros cultivos como por ejemplo los cítricos. Una hectárea de aguacate no requiere de más agua de riego que una hectárea de naranjos, por ejemplo”, e hizo hincapié en los sistemas de racionalización y optimización de recursos con los que cuenta el campo andaluz para que “no se desperdicie ni una gota de agua en el campo”.

■ POSIBLES SOLUCIONES

En el marco de las VII Jornadas Técnicas y IV Exposición Sectorial organizado por la Asociación española de Tropicales que tuvieron lugar el 29 y 30 de junio de 2022 en el Palacio de Congresos de la ciudad Malagueña de Torremolinos, se puso el foco sobre la optimización en la gestión de

los recursos hídricos, principal preocupación y desafío de futuro del campo tropical español.

Se barajaron soluciones relacionadas con las aguas regeneradas como apuesta de futuro frente a los aportes hídricos tradicionales en un contexto de cam-

bio climático que provoca que las lluvias sean cada vez más escasas en el Sur y Este peninsular. Además, como opción alternativa a las aguas regeneradas, también se trataron otras medidas como la posibilidad del uso de agua desalada en riego de cultivos.



El agua, el clima y el suelo: claves para la producción de fruta tropical. / ARCHIVO

NUEVA solución postcosecha para AGUACATE



REDUCE pérdida de peso

AUMENTA el porcentaje de fruta aprovechable

ALARGA la vida útil en tienda al menos 3 días





SANI-AG
RECUBRIMIENTO POSTCOSECHA PARA AGUACATE EN LÍNEA

www.sanifruit.com



Visítanos en
Fruit Attraction 2022
Pabellón 8
Stand 8C05B





El consumo de mango continúa creciendo y se ha convertido en una fruta apreciada por los consumidores. / ARCHIVO

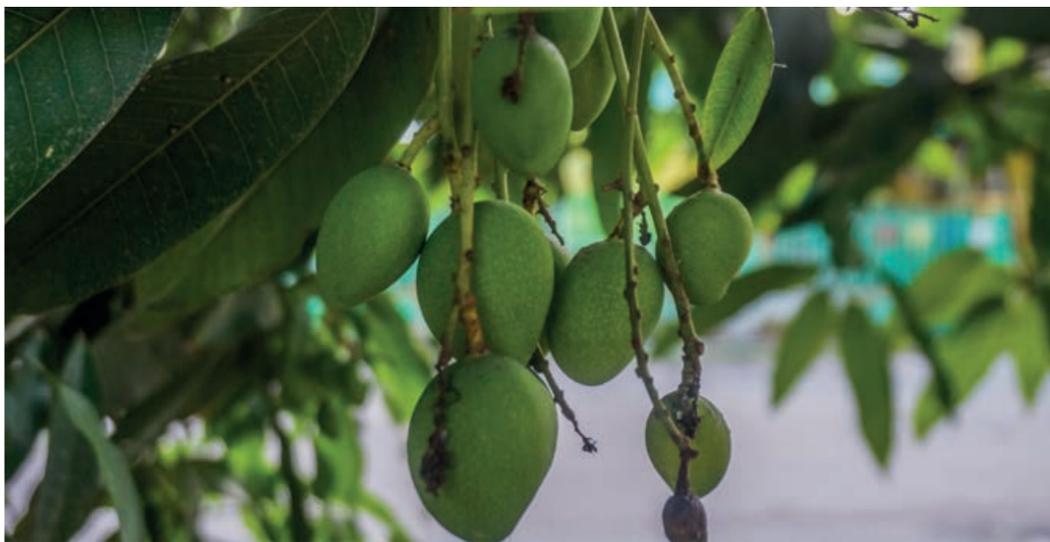
Optimizar la productividad: principal objetivo de la industria del mango

Víctor Galán Sauco, doctor Ingeniero Agrónomo y director del Departamento de Fruticultura Tropical del Instituto Canario de Investigaciones Agrarias, analiza los principales desafíos a los que se enfrenta el sector del mango

► FRANCISCO SEVA RIVADULLA (*)

Con el propósito de conocer mejor los retos de la industria del mango, un investigador de prestigio como el Dr. Víctor Galán Sauco, analiza los desafíos de este sector. El experto indica que “la ausencia de bajas temperaturas en invierno es el principal problema para la inducción floral del mango en los trópicos. Este problema puede empeorar debido al cambio climático que traerá consigo temperaturas más elevadas en invierno y en consecuencia menor inducción floral”.

“Se han barajado diversas soluciones para reducir la temperatura de la plantación, tales como el uso de mallas de sombreado o el enfriamiento evaporativo a través del riego. La utilización de mallas de sombreado en plantaciones adultas de mangos en los trópicos parece una solución inviable, pero si es posible su utilización en explotaciones nuevas a elevada densidad, especialmente si se cultivan en espaldera, sin duda un reto para futuras plantaciones. La reducción de la temperatura del huerto por medio del riego podría aliviar un posible estrés hídrico debido al cambio climático, pero aumentaría el crecimiento vegetativo, que es justo lo contrario de lo que se busca. Así, la única solución posible sería el cambio a cultivares con menores requerimientos de frío para la inducción floral. La evaluación de cultivares existentes en otras zonas de producción, particularmente tipos poliembrionarios y/o procedentes de los trópicos del sudeste de Asia, que se han originado en zonas tropicales en ausencia de bajas temperaturas invernales, podría



La mejora de la productividad puede obtenerse a través de una adecuada selección de cultivar y patrón o a través de la mejora de las técnicas de cultivo, incluyendo por supuesto un adecuado control de plagas y enfermedades. / ARCHIVO

ser una solución”, destaca el Dr. Víctor Galán.

■ PATRONES INTERMEDIARIOS

Además, el investigador señala también que “la utilización de patrones intermediarios o simplemente de patrones que reduzcan el vigor, ya en estudio en países como Australia, puede también ayudar en la obtención de una mayor inducción floral. En cuanto al problema de la sequía o del aumento de la salinidad —que también traerá como consecuencia el cambio climático—, las posibles soluciones pasan también por el uso de patrones adecuados o por la implantación de sistemas de riego más eficientes como la microaspersión o el goteo”.

■ MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD

En lo concerniente a mejorar la productividad del mango,

“La existencia de especies del género *Mangifera*, con menores necesidades hídricas y mayor resistencia a plagas y enfermedades, abre la puerta a la obtención de lo que podría llamarse un mango perfecto”

resalta que “la mejora de la productividad puede obtenerse a través de una adecuada selección de cultivar y patrón o a través de la mejora de las técnicas de cultivo, incluyendo por supuesto un adecuado control de plagas y enfermedades. En el caso de nuevas plantaciones, la utilización de altas densidades de plantación constituye, hoy en día, el principal medio de aumentar la productividad de una plantación durante los primeros años, permitiendo así un rápido retorno de la inver-

sión. Cabría preguntarse, sin embargo, qué es mejor, obtener una mayor productividad (kg/ha) u obtener un mayor beneficio económico, bien por medio de dirigir la producción al momento de mejores cotizaciones o a través de la producción orgánica que actualmente consigue también mejores precios. Todo esto contribuiría, además, a una mayor sostenibilidad”.

■ LABOR PROMOCIONAL

Respecto al trabajo que está realizando el National Mango

Board, el Dr. Víctor Galán Sauco puntualiza que “la labor que está desarrollando el NMB para impulsar el consumo de mangos en Estados Unidos es excelente. Se trata de una institución modelo que realiza numerosas promociones tanto por medio de ferias y eventos directos, digitales o a través de los medios tradicionales de comunicación. A fin de promover el consumo, también realiza estudios científicos para destacar el papel beneficioso del mango para la salud humana. El NMB es, sin duda, el responsable directo del espectacular aumento del consumo de esta fruta, en la actualidad, una pieza básica no solo de la cesta de la compra de una familia americana, sino también un componente habitual de numerosos restaurantes en Estados Unidos”.

■ MANGOS “RESIDUO CERO”

Abordando la importancia que tiene para la industria la producción de mangos “residuo cero”, el investigador señala que “los consumidores están cada vez más concienciados en este aspecto y, por ello, tanto el cultivo orgánico como el de residuo cero —o si pudiera ser el de pesticida cero— será cada vez más demandado. Sin embargo, la mayor presencia en el mercado de mangos orgánicos traerá probablemente consigo una disminución del precio diferencial del producto orgánico lo que, dado que el rendimiento del cultivo orgánico en el momento actual es algo inferior al de la producción tradicional, hará necesaria la realización de una investigación especialmente dirigida a aumentar los rendimientos de este tipo de cultivo”.

■ MENOR NECESIDAD HÍDRICA

El Dr. Víctor Galán también aborda la importancia de mangos con menores necesidades hídricas y señala al respecto que “la existencia de especies del género *Mangifera*, con menores necesidades hídricas y mayor resistencia a plagas y enfermedades, abre la puerta a la obtención de lo que podría llamarse un mango perfecto. Aunque no todas estas especies son compatibles con el mango a nivel de injerto o cruzamientos, por métodos de mejora convencional los recientes avances en biología molecular —particularmente el descifrado del genoma del mango y la edición de genes usando la tecnología CRISPR— van a permitir un mayor y más rápido progreso para la obtención de nuevos cultivares de mango menos dependientes de temperaturas frías para la inducción floral, con menores necesidades hídricas y con una mayor resistencia a plagas y enfermedades”.

Además, añade también que “en este sentido, el principal reto para la investigación futura sería descifrar los genes que controlan el proceso de floración del mango, algo que está ya bastante avanzado y que podría conllevar la obtención en un futuro próximo de cultivares que pudieran florecer regularmente sin problemas en los trópicos y también de aquellos genes involucrados en el control de las necesidades hídricas y la resistencia a plagas y enfermedades, contribuyendo así a la obtención de lo que podríamos llamar un mango perfecto”.

(*) Periodista Agroalimentario Internacional

Maf Roda lidera el procesado de frutas tropicales en España

Casi la totalidad de la producción de aguacate, mango y chirimoya que se procesan en España se clasifican con tecnología de la compañía

MAF RODA.

Los productos tropicales como el aguacate, el mango o la chirimoya siguen creciendo con fuerza en el mercado español. Se va consolidando el procesado y la producción nacional, y con ello la necesidad de automatizar los almacenes para su clasificación y empaquetado.

El nivel de automatización de los almacenes de estos productos avanza con paso firme a nivel nacional y es la tecnología Maf Roda la que actualmente ostenta la mayor cuota de mercado en frutas tropicales tanto en número de instalaciones como en volúmenes de producción.

Antes de comenzar a implementar instalaciones en España hace ya más de 10 años, el grupo ya contaba con gran experiencia en estos productos gracias a su presencia con oficina propia y en algunos casos con fábricas y equipos de I+D en los mercados de origen de los mismos —como es Latinoamérica (piña, aguacate y mango), Oceanía (mango, kiwi y aguacate) o China (pitahaya)—.

MÁS DE 25 AÑOS

El *know-how* obtenido por años de experiencia en otros países



La firma cuenta con una dilatada experiencia en frutas tropicales. / MAF RODA

como México, Perú, Colombia, Sudáfrica, Australia o China, entre otros, junto con los más de 25 años de experiencia en instalaciones Maf Roda en la península ibérica, los convierte en una opción idónea en la que confiar para las nuevas instalaciones de procesado y clasificación automática que se están implementando en España de las distintas frutas tropicales.

Actualmente, en España cuentan con instalaciones de aguacate, de mango o de chirimoya; y también están preparados para hacer la implementación de instalaciones de pitahaya en cuanto el mercado nacional lo requiera, entre otras frutas tropicales. Trabajar con un producto en distintas zonas geográficas de los 5 continentes les ha permitido adaptar las má-

quinas a las distintas variedades de ese producto que existen y afinar la tecnología para que funcione de manera eficiente con cada una de ellas.

SERVICIO TÉCNICO DE PROXIMIDAD

Con unas previsiones de crecimiento de producción de aguacates y mangos positivas en la zona de Huelva y sur de Portugal, desde Maf Roda confirman que su “equipo técnico formado en estos productos ya está ubicado en las principales zonas donde se cultivan estos frutos, como es Málaga, Granada, Huelva y sur de Portugal, lo que les permite ofrecer un servicio de proximidad desde el minuto cero”. Porque es esencial contar con un servicio técnico de proximidad experto en frutas tropicales en las zonas de mayor crecimiento.

PERSONALIZACIÓN LLAVE EN MANO

Y no hay que olvidar la personalización de las soluciones llave en mano, el gran valor de la tecnología de Maf Roda. Actualmente, hay una tendencia de cambio de mercado entre venta en verde y

producto *ready-to-eat* tanto en aguacate como en mango. Por ejemplo, en aguacate, está suponiendo un aumento de las líneas de precalibrado para hacer una maduración selectiva; así como una reconversión de precalibrado de palots a caja para un mejor trato y una maduración más homogénea de la fruta. Esto quiere decir que las instalaciones se deben adaptar a este cambio de paradigma. “Tenemos todas las herramientas para poder ofrecer una solución que se adapte a las necesidades del cliente y poder acompañarlo en los cambios que vaya requiriendo el mercado en cada momento”, afirman desde Maf Roda.

“Gracias a esta gran experiencia con estos productos, somos capaces de ofrecer a nuestros clientes la última tecnología en el mercado adaptada a sus necesidades. Podemos cubrir desde almacenes grandes a aquellos más compactos, adaptando nuestra tecnología a los niveles de producción de nuestros clientes. Por ejemplo, para el aguacate, podemos ofrecer desde nuestro calibrador estrella Pomone IV para instalaciones más grandes hasta el calibrador Freeway IV para instalaciones más compactas y sencillas. Así como, nuestros sistemas de calidad Globalscan 7 – UV (para calidad externa) e Insight (para medir los niveles de materia seca y brix). Por supuesto, todo lo podemos integrar con la máxima automatización de periféricos, packing, paletizado, trazabilidad, etc. como el cliente lo requiera y mejor se adapte a sus necesidades”.

Líder mundial en Postcosecha



Cambiamos la imagen

Mismo compromiso con el mercado

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

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

Síguenos en RRSS



Soluciones postcosecha AgroFresh para tropicales

► AGROFRESH.

Siguiendo con el objetivo de AgroFresh de mejorar la calidad de las frutas y verduras en cada etapa ayudando a reducir el desperdicio de alimentos en todo el mundo, el catálogo de soluciones llamado globalmente “Smarter Freshness” ayuda a mejorar la calidad de una gran variedad de frutas, desde manzanas o cítricos hasta frutas tropicales como el aguacate, el mango o la papaya.

Para estas últimas, AgroFresh ofrece una amplia gama de soluciones, como los recubrimientos plant-based VitaFresh™ Botanicals, los recubrimientos Teycer™ Originals o las soluciones fúngicas ActiSeal. Para integrar estas soluciones AgroFresh dispone del sistema para líneas Control-Tec™ Applicator y sistemas para cámaras, Control-Tec™ Ripening y Control-Tec™ Pure Air. Y, para una gestión de calidad móvil, también ofrece su tecnología FreshCloud™ Inspection.

Las soluciones de VitaFresh Botanicals son recubrimientos comestibles vegetales que aportan beneficios para centrales hortofrutícolas, la distribución y consumidores para que puedan disfrutar de productos frescos y sabrosos. VitaFresh Botanicals – Life Select es un paso adelante



Las soluciones de la firma ayudan a mejorar la calidad de frutas tropicales como el aguacate, el mango o la papaya. / AGROFRESH

para la frescura del aguacate que extiende la vida útil de la fruta en las etapas de listo para comer (“ready to eat”) y listo para comprar (“ready to buy”), mejorando la apariencia general y reduciendo el desperdicio en un 50%. Esta solución es vegana y ha recibido la certificación orgánica del CAEE.

AgroFresh también ofrece otros recubrimientos llamados Teycer Originals, que van desde recubrimientos tradicionales y recubrimientos con fungicidas hasta formulaciones especiales para una apariencia más bri-

La compañía AgroFresh ofrece una amplia catálogo y una variada gama de soluciones postcosecha para el sector de las frutas tropicales

llante. Gracias a los beneficios de Teycer™ Originals, se retrasa el envejecimiento de la fruta y reduce la deshidratación y la pérdida de peso manteniendo la frescura en toda la cadena de suministro y en largas distancias.

Por otro lado, AgroFresh también cuenta en su portfolio con

ActiSeal T60. Es un fungicida de acción sistémica y por contacto de amplio espectro a base de Tiabendazol. Está autorizado para su empleo como tratamiento postcosecha en papayas para prevenir las enfermedades causadas durante el almacenaje, el transporte y la conservación.

Para aplicar estas soluciones AgroFresh también ofrece sus innovadores equipos de tratamiento postcosecha Control-Tec. En primer lugar, Control-Tec Applicator es un sistema de aplicación de fungicidas, ceras, desinfectantes y detergentes en línea. Asimismo, la compañía también ofrece dos sistemas para cámaras. Control-Tec Ripening es un equipo de medición y control de CO₂ y etileno en cámaras de maduración de frutas ideal para tropicales. Control-Tec Pure Air es una tecnología de luz ultravioleta (UV) no química que purifica continuamente el aire de la cámara de almacenamiento para eliminar los patógenos bacterianos y fúngicos del medio ambiente, lo que ayuda a prevenir el desarrollo de podredumbre sin residuos químicos en las frutas.

Si quieres mejorar la calidad y la rentabilidad con una planificación y toma de decisiones más seguras, FreshCloud es una plataforma digital integrada que hace que los datos en tiempo real sean accesibles y procesables donde y cuando quieras. Es una plataforma creada por expertos del sector de la producción de frutas y verduras que permite su completa personalización según las necesidades únicas de cada cultivo. Combina datos agregados, aprendizaje automático e inteligencia artificial para mejorar la eficiencia y la sostenibilidad de la cadena de suministro.

Para obtener más información, puede ponerse en contacto con el representante local de AgroFresh o visitar la página web Agrofresh.com/es.

GREEN MOTION
2020-5

By: