



Tomate Pimiento

valencia fruits
dossier



Las buenas cotizaciones de la pasada campaña, junto con una considerable disminución de la competencia externa, impulsan de nuevo el cultivo de tomate. / ARCHIVO

ADORACIÓN BLANQUE / Presidenta de Asaja-Almería

“El campo almeriense vuelve a apostar por el tomate”

Se invierte la tendencia de las últimas campañas y el cultivo del tomate empieza a recuperarse en Almería. Y lo hace a pasos agigantados, con un aumento de la superficie del 15%. Una apuesta que, en palabras de Adoración Blanque, “está ligada a los precios en pizarra durante la campaña anterior”.

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. El tomate, que durante mucho tiempo se mantuvo como la hortaliza reina del campo español, lleva años retrocediendo. ¿Por qué motivos?

Adoración Blanque. El incremento de los costes de producción, fundamentalmente de la mano de obra, junto a la falta de precio y a la fuerte competencia externa son las razones principales que han provocado que el tomate haya perdido peso campaña tras campaña.

VF. No obstante, según los datos de Asaja-Almería, el tomate vuelve a tomar una posición relevante. ¿Qué ha cambiado?

AD. El motivo por el que los agricultores han vuelto a sembrar tomate está ligado directamente a los precios en pizarra durante la campaña 2021/2022. Como ya señalamos en el balance

de temporada de Asaja-Almería, el precio medio del tomate fue un 34% superior al del ejercicio anterior y, además, se incrementó un 14% el valor de la producción.

Asimismo, otro de los factores que han influido en esta recuperación es que las importaciones exteriores han disminuido considerablemente. Las afecciones fitosanitarias, el elevado precio de la energía y la ola de calor, junto con la sequía, han sido las responsables de dejar sin producción a nuestros países competidores.

VF. En cuanto a la presente campaña, ¿qué datos manejan?

AD. El hecho más destacable es el incremento de la superficie del tomate en un 15%, una subida que opaca el liderazgo del pimiento durante las últimas campañas, que este año crece un tímido 2%.



Para Blanque es necesario controlar el cumplimiento de la Ley de la Cadena. / ASAJA

En cuanto a los precios pagados en el campo, dado el elevado coste de producción y la subida en los precios de la energía, las cotizaciones deberían ser similares a las registradas en la campaña pasada para poder hacer frente a la actual. No obstante, resulta complicado prever el resultado, ya que dependemos de la ley de oferta y demanda.

También cabe destacar que la orientación a especialidades del tomate que den más margen al agricultor está siendo una de las tendencias de los últimos años. De hecho, en este inicio de campaña se reitera esta tendencia con el mantenimiento de la variedad pera y un aumento del tomate de rama, aunque cogen fuerza variedades como el tipo cóctel y el asurcado.

VF. A nivel comercial, ¿qué expectativas tienen para este ejercicio?

AD. Las perspectivas a nivel comercial no son malas, pues nuestros principales competidores —los que coinciden con nuestro calendario— atraviesan problemas de sequía y deben hacer frente a la crisis energética.

En este sentido, la mayor ventaja competitiva que tenemos es que nuestros invernaderos no padecen esa dependencia energética, ya que son solares y, además, nuestro clima es propicio para estos cultivos. Sin embargo, debemos ser cautos, pues la desmesurada crisis y el aumento de los costes de producción podrían empañar también estas expectativas.

VF. ¿Cómo afronta el sector del tomate la abusiva competencia de países terceros y en especial la de Marruecos?

AD. A veces, casi con resignación. Pese a las innumerables quejas por parte del sector, las autoridades se niegan a tener en cuenta nuestras reivindicaciones y no supervisan el cumplimiento del acuerdo comercial con Marruecos, que se firma y se renueva sin tener en cuenta al productor español.

Ante esto, nuestra única salida es mejorar en calidad y seguridad alimentaria, ofrecer al consumidor un producto con garantía y adaptado a las necesidades y demandas de los mercados.

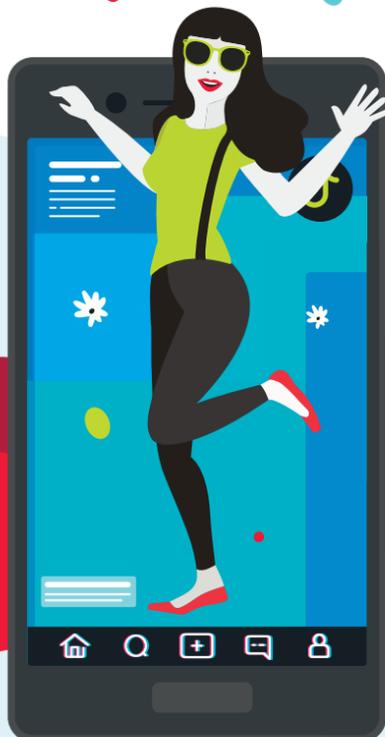
VF. ¿Y el aumento de los costes de producción?

AD. El desmedido aumento de los costes está desestabilizando al sector agrario. Poner precio a unas producciones perecederas que compiten en un mercado libre de oferta y demanda garantizando, a su vez, que todos los eslabones de la cadena obtengan cierta rentabilidad, es muy difícil.

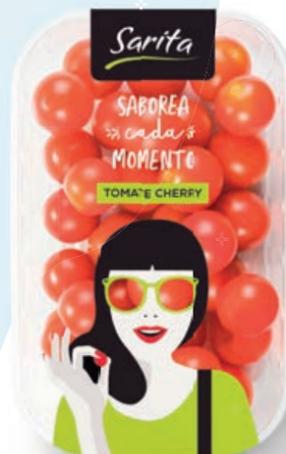
Por eso, desde Asaja-Almería reclamamos normas que salvaguarden los intereses de los agricultores y no permitan la venta a pérdidas. En su momento agradecemos la modificación de la Ley de la Cadena, pero ha resultado ser inservible, en primer lugar, por la oposición del sector comercializador. Además, recalamos que no solo es suficiente con ponerla en marcha, es necesario controlar su cumplimiento así como trabajar en el establecimiento de los costes de producción de los productos.

Por otro lado, el alivio en la presión fiscal también puede resultar útil. Por ejemplo, la bajada del IVA en los insumos, la doble tarifa eléctrica para riego o la bajada del IVA en las tarifas eléctricas serían medidas muy apropiadas para así compensar el impuesto del “tope del gas”.

Sarita



SABOREA
cada
MOMENTO



O.P. LOOJE, S.L.
Pol. Ind. El Labradorico
Parcela E57 30880
Águilas (Murcia)
+34 968 43 92 87

www.tomatesarita.com

www.looije.es

NUEVA SOLUCIÓN POSTCOSECHA



**PIMIENTO
PEPPER**

SANIPEPPER 

**RESULTADOS EXITOSOS
COMPROBADOS.**

www.sanifruit.com



ANDRÉS GÓNGORA / Secretario general de COAG Almería

“Se afianza con fuerza el pimiento California que se destina a la exportación”

El secretario provincial de COAG Almería, Andrés Góngora, explica que, el tomate, a pesar de su tendencia descendente, este año ha aumentado en superficie, sobre todo en la variedad rama. Góngora afirma que este crecimiento no ha interferido con el del pimiento donde se prevé cierta estabilidad, aunque sí que ha restado a otro tipo de hortalizas como, por ejemplo, el calabacín.

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Cuáles son las previsiones para la campaña 2022-23 de tomate?

Andrés Góngora. El tomate, que venía con una tendencia descendente e iba bajando en superficie, este año ha aumentado. Diferentes entidades del sector están ofreciendo algunas cifras que hablan de una recuperación de en torno a unas 200 hectáreas. De manera que pasaríamos de unas 8.500 que tuvimos el año pasado, a unas 10.000. Nosotros no somos tan optimistas, puede haber una recuperación, pero no alcanzará la cifra de las 10.000 hectáreas de superficie. Como mucho, habrá 1.000 hectáreas más.

Fundamentalmente, el crecimiento en superficie se observa en la variedad rama, que es la que está teniendo más demanda y más peticiones por parte de las comercializadoras. También va a aumentar la superficie en el tomate pera y el tomate suelto. En el resto de variedades, como el cherry, el tomate de ensalada o las diferentes especialidades, no va a haber incremento.

Por otro lado, se observa que se está sembrando más tardío que otros años. Aunque los trasplantes empezaron a principios de agosto, incluso a



Andrés Góngora apunta a las altas temperaturas como las responsables del retraso de las cosechas. / COAG ALMERÍA

finales de julio, la tónica general ha sido retrasarlo dos o tres semanas. De hecho, hasta hace muy pocos días, todavía se estaban llevando a cabo trasplantes desde el semillero, cuando no es

“Marruecos también ha visto aumentar sus costes de producción y la información es que van a sembrar menos, no obstante, somos bastante escépticos”

“El crecimiento de superficie del tomate no ha interferido con el incremento del pimiento”

“El coste de la mano de obra, el agua y los fertilizantes son determinantes en la rentabilidad de los cultivos”

habitual, ya que septiembre es periodo de siembra.

Las temperaturas han hecho que los agricultores nos retrasemos en general. En principio, los cultivos van bien, pero todavía es pronto para saber cómo irá la cosecha, aunque no se observan problemas en cuanto a simbiosis, ni plagas, etc.

VF. ¿Y las previsiones en cuanto al pimiento?

AG. Se afianza con fuerza el pimiento California que se destina a la exportación, y no va a haber ningún crecimiento en superficie. El crecimiento del tomate no ha interferido con el del pimiento, sin embargo, sí que ha restado a otro tipo de hortalizas como el calabacín. Por lo tanto, en pimiento se prevé cierta estabilidad. Las variedades tempranas se mantienen bien, en el pimiento italiano también hay algo de retroceso en cuanto a superficie, pero la fuerza, claramente la vamos a tener en el California. El pimiento continúa siendo en Almería el cultivo número uno en cuanto a superficie cultivada. En esta campaña, su superficie rondará las 12.000 hectáreas.

VF. El tomate cuesta en supermercado un 500% más de lo que cobra el agricultor, ¿por qué esta diferencia de precio tan grande?

AG. El tomate es un producto muy demandado por los supermercados y en ocasiones tiene muchas variaciones de precio. Este verano hemos observado que el precio que se ofrecía al consumidor era muy alto, de hecho, actualmente sigue siéndolo. Al agricultor se le está pagando en torno a los costes de producción, que han subido bastante. Pero no está justificado ese incremento porque es un producto muy poco manipulado.

Aunque los precios en origen están siendo aceptables, la diferencia de precios en supermercado está siendo muy alta. Hay muchos consumidores que no están gastando en niveles de otros años. Desde COAG Almería lo achacamos al precio que tienen en el supermercado. Cuando a nosotros nos suben 20 céntimos por kilo, al consumidor se le sube un euro, y los costes logísticos no han subido tanto como para que existan esos márgenes, que claramente son abusivos. En origen ha subido algo, lo tenemos que reconocer, pero la campaña está por venir, y, por desgracia, nos encontramos con mucha incertidumbre en cuanto a los precios.

VF. ¿En qué medida afecta la competencia de países terceros como Marruecos al tomate español?

AG. Marruecos sigue estando ahí y no podemos bajar la

Agroponiente GRUPO



Un modelo europeo
sostenible
y energéticamente
eficiente

Sustanaible Growers

“Fundamentalmente, el crecimiento en superficie del cultivo del tomate se observa sobre todo en la variedad rama, que es la que parece que está teniendo más demanda y más peticiones por parte de las comercializadoras, y en las variedades de tomate tipo pera y de tomate suelto”

guardia. De hecho, el año pasado copiaron prácticamente las cifras de otros años. En cuanto a exportaciones, el tomate marroquí está muy presente en el mercado del Reino Unido, un mercado que era muy nuestro. Pero desde el Brexit, Marruecos está haciendo una apuesta muy fuerte por esta zona. De hecho, hay un acuerdo bilateral entre el Reino Unido y Marruecos para frutas y hortalizas, y una de las estrellas es el tomate, por lo tanto, lo vamos a seguir teniendo muy difícil.

En este aspecto, habría que revisar el acuerdo de asociación que estipula un precio de entrada, que está en 46 céntimos, y eso hace mucho tiempo que dejó de ser el coste de producción que tenemos en Europa. También es verdad que Marruecos ha visto aumentar sus costes de producción y se prevé que van a sembrar menos. No obstante, siempre hay mucha incógnita sobre qué van a hacer, y acceder a esta información no es fácil. Algunas informaciones apuntan que están teniendo problemas de sequía y van a producir menos; pero ante esta información en COAG Almería somos muy escépticos. De hecho, el año pasado por estas fechas se preveía que descendieran las exportaciones desde Marruecos y no lo hicieron.

VF. *¿En qué medida los costes de producción generalizados están afectando a la producción de tomate y pimiento?*

AG. El tomate y el pimiento son cultivos que en invernadero y al aire libre necesitan unos cuidados muy exhaustivos. Cuidados que tienen que ver fundamentalmente con el riego. Es ahí donde estamos teniendo el incremento de costes de producción más alto. El agua ha duplicado el precio en un año, incluso en algunas comunidades de regantes ha llegado a triplicarse, pasando de 20 céntimos por m³ a 60 céntimos, y quizás sea el coste más importante que hay ahora mismo. Por otro lado, los fertilizantes han triplicado su precio, sobre todo los más técnicos, que son los que se utilizan en invernadero. Eso son los dos costes de producción que más se han incrementado.

Además, el factor determinante, tanto en pimiento como en tomate, son los costes de mano de obra y están subiendo porque sube el IPC y suben los costes de la vida. En cuanto a los convenios laborales, la revisión que se está realizando sobre los salarios mínimos interprofesionales ha incrementado los costes de producción de la mano de obra. Pero es algo razonable porque, en general, es más caro vivir. Son los tres factores determinantes: mano de obra, agua y fertilizantes.

En cuanto al precio de la energía, se habla mucho de ello en centro Europa. En nuestro caso también ha subido, evidentemente, pero nuestros costes energéticos son muy bajos, casi ninguna explotación tiene calefacción y no necesitamos tanto

gas ni luz artificial. Es verdad que tiene una derivada y es que el precio del agua se incrementa porque a las comunidades de regantes sí que les han aumentado los costes energéticos e indirectamente lo han acabado pagando los agricultores.



El pimiento sigue siendo en Almería el cultivo número uno en cuanto a superficie cultivada, con 12.000 hectáreas. / VF

A PROPÓSITO DE UNICA



2 HAMBRE CERO



Meta 2.4
Prácticas agrícolas sostenibles y resilientes

Llegamos cada día a 25 millones de europeos, fomentando la salud y los buenos hábitos de vida, desde el compromiso medioambiental y siguiendo un modelo de economía social.

Estamos adheridos al Pacto Mundial de Naciones Unidas y formamos parte del grupo europeo de 30 profesionales expertos para la estrategia Farm2Fork, que definirá el marco legislativo del sistema alimentario sostenible.



LA COOPERATIVA CON PROPÓSITO.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
CONTRIBUIMOS A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

unicagroup.es

FUNDACIÓN
UNICA
GROUP



Pese a que el cultivo predominante en la Región de Murcia es el pimiento Lamuyo, en los últimos años, el California está adquiriendo cada vez más protagonismo. / ARCHIVO

EVA PÉREZ / Presidenta del Comité Sectorial de Pimiento de Proexport

“No podemos competir en volumen con Países Bajos, pero sí en calidad y en un excelente servicio”

La presidenta del Comité Sectorial de Pimiento de Proexport, Eva Pérez, afirma que la última campaña de pimiento de la Región de Murcia ha estado marcada por cuatro factores: la lluvia, la competencia con Países Bajos, la prohibición del uso del fitosanitario 1,3 dicloropropeno y el incremento de costes.

ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué valoración hace de la última campaña de pimiento en la Región de Murcia?

Eva Pérez. En la Región de Murcia el cultivo de pimiento predominante ha sido tradicionalmente el del tipo Lamuyo, cuyo consumo está destinado principalmente al mercado nacional, pero en los últimos años ha sido el pimiento tipo California el que ha adquirido protagonismo, principalmente por su demanda para la exportación y de forma creciente también en España.

Esta campaña se ha visto marcada por cuatro grandes factores. En primer lugar, la lluvia. Marzo ha sido el mes más lluvioso que se tiene registrado con 182,6 litros/m², y en abril el doble de lo habitual. La excesiva humedad y la falta de luz también supusieron un gran problema. Todo esto ha provocado, desgraciadamente, frutos de menor calibre y una falta de kilos por planta.

En segundo lugar, la competencia con Países Bajos. Es junto a España el mayor productor de

pimientos con unos rendimientos por m² muy superiores a los nuestros y una situación cercana a los destinos europeos, lo cual le convierte en un competidor muy agresivo en precios y servicio. Debemos centrarnos en nuestros puntos fuertes, y especialmente en aumentar la calidad de nuestros productos.

En tercer lugar, la prohibición del uso del fitosanitario 1,3 dicloropropeno para el pimiento de Murcia por parte del MAPA, que ha provocado que los agricultores tengan que terminar sus plantaciones entre tres y cuatro semanas antes para poder realizar una buena desinfección del suelo por el único medio que nos queda: la biosolarización.

Y, en último lugar, el incremento de costes.

En definitiva, la campaña 2022 ha terminado marcada por una falta de kilos por planta —de 2 a 3 kilos—, acompañada por una fuerte competencia de los Países Bajos, más un incremento de costes que ha agravado aún más la situación de uno de los productos que había presentado una evolución de la demanda



Eva Pérez señala que Murcia tiene que centrarse en sus puntos fuertes. / VF

“El pimiento tipo California ha adquirido gran protagonismo por su demanda en exportación”

“Países Bajos es el mayor productor de pimientos, con unos rendimientos por m² muy superiores a los nuestros”

“El incremento de costes y la excesiva normalización está produciendo el abandono de tierras”

muy positiva en los tres últimos años.

VF. ¿De qué manera la sequía y las altas temperaturas han afectado al pimiento murciano?

EP. En concreto, este año el pimiento se ha visto afectado por las lluvias constantes en marzo y abril, y por la falta de luz de esos dos meses. La planta necesita mucha luz para realizar una buena floración y la falta de esta provocó que las segundas floraciones no se realizaran y se cayeran muchas flores de la planta, esto se traduce en una pérdida del fruto, y a su vez en una falta de kilos por metro cuadrado.

VF. ¿En qué medida afecta la competencia de países terceros como Países Bajos al pimiento murciano?

EP. Este país coincide con nuestro ciclo de producción, sobre todo a partir de las semanas 14-15, esto hace que perdamos competitividad en el mercado. Murcia no puede competir con Países Bajos en producción, ya que alcanzan el triple de kilos que nosotros a lo largo de su ciclo, por su sistema de alta tecnología en invernaderos. Aunque su punto débil puede ser la intensidad de uso de energía. Competimos en calidad y en un excelente servicio a todos nuestros clientes.

VF. ¿Cuáles son los principales destinos de exportación?

EP. El principal destino es Europa, principalmente Alemania, Francia, Portugal, Países Bajos y Reino Unido. Nos gustaría que se nos abriesen nuevos mercados, pero la Región de Murcia todavía no ha recibido, después de años de tramitación, la autorización para poder exportar a destinos como EEUU.

VF. ¿Cómo afecta el incremento de costes generalizado al pimiento en la Región de Murcia?

EP. El incremento de costes, unido a una excesiva normalización del sector por parte del MAPA y el MITECO, y sin ningún tipo de ayudas ni de tiempo de adaptación a las mismas, está produciendo una deslocalización de la producción a terceros países y un abandono de las explotaciones por parte de los agricultores, en un mundo en el que anunciamos un incremento de la población mundial por encima de la capacidad de producción. Tristemente fomentamos abandono y la no producción en regiones agrícolas por excelencia.



Lo natural es lo nuestro



Cosechar y comercializar frutas y hortalizas de alta calidad significa ser cuidadosos en todo lo que hacemos. Un proceso que va desde la selección de una semilla, su producción integrada y ecológica, su recolección y comercialización hasta su consumo final. Todo ello exige un respeto y cuidado que requiere un gran esfuerzo de todos nosotros.

En Coprohnijar, esforzarnos por la calidad es algo muy natural, por eso LO NATURAL ES LO NUESTRO.

Extremadura estima una reducción del 30% en tomate para industria

Cooperativas Agro-alimentarias Extremadura achaca a la sequía, a las altas temperaturas persistentes y a la falta de materias activas eficaces contra plagas y enfermedades las complicaciones que están teniendo los productores extremeños

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Cooperativas Agro-alimentarias Extremadura estima una reducción del 30% en la producción de tomate para industria en esta campaña, respecto a la cosecha el año pasado, debido a la falta de agua para riego por la sequía hidrológica, las altas temperaturas persistentes registradas durante la campaña y la ausencia de materias activas eficaces contra plagas y enfermedades.

La unión de cooperativas extremeñas prevé que la producción de tomate para industria de este año ronde un volumen de 1,5 millones de toneladas, de forma que sería la más baja de los últimos cinco años, superando incluso la de 2020 que estuvo afectada también por temperaturas persistentes, reflejando así la complicada campaña a la que se han enfrentado los productores de tomate de la región.

Cooperativas Agro-alimentarias Extremadura recuerda que la actual campaña ya se inició con un descenso del 20% en la contratación de tomate por las OPFH de la región, en una superficie que disminuyó en 4.592 hectáreas debido a las limitaciones por la falta de lluvias y de agua en los principales embalses extremeños.

Esta sequía hidrológica ha supuesto múltiples problemas para el riego, a lo que se sumó un periodo de altas temperaturas que se mostraron persistentes durante los meses de mayo, junio y julio, batiendo los récords de las series históricas. Esta situación ha provocado daños muy relevantes que, a nivel general, han superado el 35%, mientras que a nivel particular se ha alcanzado el 80% en algunas explotaciones de la región, con tomates asolanados, afectados por podredumbre apical y fallos de polinización en plantaciones tardías.

A este complicado escenario hay que añadir los efectos del aumento de algunas de las principales plagas y enfermedades que afectan al tomate para industria y determinan su productividad. Una situación que, en opinión de Cooperativas Agro-alimentarias Extremadura, ha puesto en grave riesgo la rentabilidad de un importante número de explotaciones de este cultivo, que es fundamental para la economía extremeña y ha mantenido a la región como líder nacional en producción y transformación.

La gravedad de los problemas fitosanitarios registrados reside en el hecho de que no solo se pre-

sentaron en zonas en las que fue más habitual durante campañas anteriores, sino que se han extendido a otras explotaciones tomateras, en las que no era común encontrarlos.

Cooperativas Agro-alimentarias Extremadura resalta que la ausencia de alternativas técnico-económicas eficaces ha agravado este problema, a pesar de la puesta en práctica de la lucha integrada contra plagas y enfermedades, las rotaciones, la plantación con variedades resistentes, los abonados en verde y utilización de diferentes materias activas y de productos complementarios que finalmente resultaron ineficaces.

La presión por estas plagas y enfermedades ha originado importantes pérdidas de producción de tomate para industria en Extremadura, provocando incluso el levantamiento del cultivo, en algunos casos, aun cuando el sector viene realizando un incesante trabajo para lograr una alternativa al uso de ciertos productos fitosanitarios que sea eficaz, viable y adaptada a las nuevas exigencias en materia medioambiental.

Sanifruit lanza un tratamiento postcosecha para pimiento

El producto Sanipepper ha demostrado niveles de eficacia muy elevados contra los agentes externos en la postcosecha

► SANIFRUIT.

La empresa biotecnológica de soluciones postcosecha naturales y sin residuos, Sanifruit, acaba de lanzar un nuevo tratamiento para pimiento. El producto, llamado Sanipepper, es único en el mercado y ha demostrado niveles de eficacia muy elevados contra los agentes externos en la postcosecha.

Según Javier Biel, CEO de la empresa, "pueden llegar a disminuir hasta en un 50% las reclamaciones en destino aplicando nuestro producto, que es ahora mismo pionero y fruto de un intenso trabajo de innovación del equipo de I+D+I de Sanifruit".

Una de las características más importantes de Sanipepper es que es capaz de alargar la vida comercial del pimiento varios días por lo que las centrales tienen más garantías de que el producto llegue en perfecto estado a destino.

Los principales compradores de pimiento español son Alemania, Francia y Reino Unido, que acaparan un 60% del producto exportado, y donde Almería se posiciona como segundo mayor exportador mundial después de México.

El crecimiento de producción en España en los últimos 10 años ha sido de un 106%, llegando en la campaña 2019/2020 a unas ventas totales de 1.200 millones de euros y un volumen de 870 millones de kilos.

Si consideramos que las pérdidas por reclamaciones debido a pimientos que llegan a destino con síntomas de deshidratación o podridos podrían estar entre un 3% y un 4% de



Sanipepper logra alargar la vida comercial del pimiento varios días. / VF

la mercancía exportada, esto se traduce en pérdidas económicas por valor de 48 millones de euros.

Debido a las pérdidas económicas que se presentaban en los grandes exportadores, estos solicitaron a Sanifruit una colaboración para encontrar un tratamiento que, sin aporte de residuos, pudiera reducir estas mermas debidas al desarrollo de podridos.

Desde entonces, la compañía Sanifruit ha ido ensayando diferentes formulaciones, testadas a nivel industrial en los almacenes exportadores, hasta encontrar un producto que cubriese las expectativas de estos clientes.

■ APLICACIÓN POR PULVERIZACIÓN EN LÍNEA

Sanipepper está formulado en base a extractos vegetales de

grado alimentario y se pulveriza en forma de disolución acuosa sobre la fruta ya desinfectada, lavada y escurrida, mediante el equipo de aplicación Sanicover, desarrollado por Sanifruit, que aplica la dosis indicada por el volumen de trabajo de la línea en cada momento, evitando excesos o defectos de aplicación.

Hasta ahora, el único tratamiento que se venía usando en las líneas de lavado y confección ha sido una desinfección con productos oxidantes.

La disolución aplicada de Sanipepper se seca mediante túnel de secado, en las condiciones normales de trabajo de la central.

Para más información sobre el uso de Sanipepper y sistemas de desinfección póngase en contacto con tecnico@sani-fruit.com

Tenemos las cartas que necesitas para ganar la partida

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

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

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

¿Hablamos?

www.visionagro.info - marketing@gregal.info

963 052 308

ANA MARÍA DELGADO / Miembro del Consejo Rector de la Cooperativa Agrícola San Isidro (CASI)

“La línea Organic by CASI tiene como objetivo ofrecer los mejores productos ecológicos”

Ana María Delgado, miembro del Consejo Rector de la Cooperativa Agrícola San Isidro (CASI), confirma en esta entrevista a Valencia Fruits que la demanda por el cultivo ecológico está en aumento, y que la línea “Organic by CASI” intenta cubrir esa petición con la máxima calidad y seguridad y el menor impacto medioambiental posible.

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿En qué consiste la línea “Organic by CASI”?

Ana María Delgado. Es la línea de producción ecológica. La línea “Organic by CASI” tiene como objetivo ofrecer los mejores productos ecológicos con unas condiciones óptimas. De esta manera, CASI está trabajando para garantizar la máxima calidad con personal cualificado en este tipo de producción.

VF. Hablando precisamente de productos ecológicos, ¿se percibe un aumento de la demanda en esta línea entre los consumidores de CASI?

ANM. En este tipo de cultivo, la demanda va en aumento, pues la sociedad cada vez es más exigente buscando productos con la máxima seguridad para su consumo y el menor impacto medioambiental. Por ello, como en campañas anteriores, se sigue apostando por la línea “Organic by CASI” debido a que es un cultivo con una gran demanda.

VF. Respecto al catálogo de productos CASI, ¿qué variedades presenta la cooperativa para esta campaña?

AMD. Seguimos apostando por las variedades que funcionaron en la campaña anterior, por



CASI cuenta con amplio catálogo de variedades que están teniendo buena aceptación en los mercados. / ARCHIVO

ejemplo, Corazón de Buey invertido conocido como “Flamenco by CASI”. Además, como novedad hemos introducido “Flamenco Choc”, la variedad del Adora, un asurcado muy especial.

VF. ¿Cómo está funcionando el tomate Corazón de Buey que fue

“Organic by CASI tiene como objetivo ofrecer los mejores productos ecológicos con unas condiciones óptimas. Por ello, trabajamos para garantizar la máxima calidad con personal cualificado”

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Desde que saliera a la luz la propuesta de la vicepresidenta segunda del Gobierno y ministra de Trabajo, Yolanda Díaz, para limitar el precio de ciertos productos básicos, las críticas y el malestar en el sector no han cesado debido, a juicio de la organización agraria Asaja-Almería, a que se trata de otro golpe más que volvería a sacudir la rentabilidad de los productores agrícolas. La política económica que propone Díaz —secundada por el ministro de Consumo, Alberto Garzón— radica en un pacto entre consumidores y distribuidoras para que la cesta de la compra, concretamente en unos treinta productos, tenga un límite en su precio y así combatir la inflación que acontece desde que se desató el conflicto bélico en Ucrania.

Sin embargo, para Asaja-Almería, este empeño de la ministra es una “aberración” tal y como señala la presidenta provincial, Adoración Blanque. La dirigente es consciente de la inflación tan desmedida a la que está enfrentándose el país y asegura que “de todas las propuestas que se podrían haber realizado para atenuar los precios, limitar los precios de

El tomate cuesta en el supermercado un 500% más de lo que cobra el agricultor

El tomate se vende en origen a 0,40 euros el kilo y llega al consumidor a un precio medio de unos 2 euros

los alimentos básicos sin duda ha sido la más desafortunada, debido a que es la comprobación de un desconocimiento absoluto de la realidad del sector”. Por ello, la organización agraria reclama al ministro de Agricultura, Luis Planas, encargado de la defensa del sector, que invite a la vicepresidenta a que haga una reflexión y revise la actualidad agraria para que pueda contemplar las bases que plantea su propuesta.

Por su parte, Díaz señala los huevos, la leche, el aceite, los cereales, la fruta o las hortalizas como los productos básicos cuyos precios deben ser limitados. Sin embargo, según los datos recopilados por Asaja-Almería, el tomate pera se estaba pagando en el mes de

septiembre en origen a 0,40 euros el kilo y el consumidor lo está comprando a 2 euros de media, esto supone un aumento del 500%. En el caso del pimiento Lamuyo rojo, su precio se había elevado un 233% debido a que en origen se encontraba a 1,20 euros y en el supermercado a 2,80 euros. Igualmente, la lechuga Romana se incrementa a lo largo de la cadena alimentaria en un 400%, y el pepino corto en un 236%.

Asimismo, otro tipo de productos, como los huevos (L), se venden de media a 2,15 euros, una tarifa un 130% más elevada con respecto a los 1,65 euros que reciben los productores. En esta línea se encuentra también el aceite de oliva virgen extra, con un aumento del 178%, o la

leche de vaca con un 222%. Por lo que, si se revisan los precios en origen y los precios en supermercados, no son los productores los más beneficiados. “Estamos completamente de acuerdo en ayudar a las personas que lo necesiten, quizás rebajando los impuestos o el gravamen de esos productos básicos se remediaría parte de las consecuencias de la inflación, pero no a costa de dismantelar el sector agroganadero”, afirma Blanque.

El desmesurado incremento de los costes de producción que ha empañado la campaña anterior, la incertidumbre ante una PAC todavía por definir, la competencia desleal de terceros países y ahora, un intento de llevar al límite al sector, son



Ana María Delgado confirma que la demanda de productos ecológicos sigue una línea ascendente. / CASI

añadido a la línea de especialidades “Flamenco by CASI”?

AMD. Esta especialidad ha tenido muy buena aceptación, está gustando bastante entre los consumidores. Por ello, esta campaña se han duplicado las hectáreas de ese cultivo.

VF. Es el eslogan corporativo de CASI es “Juntos sabe mejor”. ¿Por qué este mensaje?

AMD. CASI es una gran familia y ofrece lo mejor que tiene en su casa: sus productos y su compromiso, pues todo lo que se comparte, se disfruta más. Por eso: “Juntos sabe mejor”.

VF. Es un ámbito donde la brecha de género es bastante significativa, ¿qué supone para usted haber llegado a ser miembro del Consejo Rector de CASI?

AMD. Me ha supuesto un gran crecimiento a nivel personal y profesional. El poder seguir aprendiendo y tener la gran oportunidad de dar visibilidad a la mujer en este gran sector ha sido muy satisfactorio. Haber podido desarrollar ideas, solventar situaciones y tomar decisiones siempre pensando en el crecimiento y el beneficio de nuestros socios/as de esta gran cooperativa como es CASI, ha sido muy enriquecedor.

solo algunos de los problemas que está combatiendo el campo español y están comprometiendo ese relevo generacional que tanto se reclama. Asimismo, desde Asaja recuerdan al Gobierno la ineficiencia de la Ley de la Cadena, que fue aprobada con la intención de configurar los precios con transparencia precisamente para evitar estas desavenencias y alcanzar un equilibrio económico para que agricultores y ganaderos no vendieran por debajo de los costes de producción.

Por este motivo, la presidenta provincial señala que “se trata de un ataque en toda regla al sector agroalimentario que en absoluto ayudará a los productores y que deja a merced de distribuidoras el futuro del sector agrario, un sector esencial para el desarrollo socioeconómico y que igualmente está siendo víctima de la inflación”. Por ello, desde Asaja hacen un llamamiento al Gobierno en nombre de la ‘prudencia’ para que se preocupe también por los bajos precios en origen y la falta de rentabilidad del sector primario. “Es inadmisible que los precios se fijen de arriba hacia abajo, esto es un hecho que el sector agro está padeciendo y que debe revertirse”, reclama Blanque.