

valencia fruits

1 de noviembre de 2022 • Número 3.001 • Año LX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La importación española de frutas y hortalizas está manteniendo un crecimiento continuado durante el ejercicio 2022. / ARCHIVO

La importación española sigue una tendencia alcista

El precio medio del producto hortofrutícola importado ha aumentado un 5%

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La importación española de frutas y hortalizas ha mantenido un crecimiento continuado en lo que va de año 2022, y según los últimos datos disponibles, hasta agosto ha seguido aumentando. Concretamente ha subido un 5,5% en volumen, con 2,4 millones de toneladas, y un 11% en valor, generando una facturación de 2.404 millones de euros. El precio medio del producto importado ha aumentado un 5%.

El crecimiento de la importación ha venido impulsado por las hortalizas, que han crecido un 14% en volumen y un 27% en valor, sumando 1,1 millones de toneladas

y 714 millones de euros en el periodo comprendido entre enero y agosto de 2022. La patata es la que marca el comportamiento de la importación española de hortalizas, ya que representa el 58% del total, con 658.457 toneladas (+17%) y 207 millones de euros (+43%). Aunque también ha crecido la compra al exterior de un amplio elenco de hortalizas, como tomate, con 114.941 toneladas (+15%) por un valor de 126 millones de euros (+30%), y pimiento, con un 13% más en volumen y un 47% más en valor, situándose en 56.222 toneladas y 63 millones de euros.

En cuanto a las frutas, en el periodo analizado se ha impor-

tado el mismo volumen que el año anterior, con 1,3 millones de toneladas (-0,4%), mientras que el valor subió un 5%, sumando 1.690 millones de euros.

Mientras que en las hortalizas la patata es decisiva en el comportamiento de todo el subsector, en el caso de las frutas son el plátano, la piña y la manzana los productos más importados tradicionalmente, con 255.784 toneladas en el caso del plátano, 101.000 en el caso de la piña y 128.000 la manzana. No obstante en los últimos años han despuntado las compras de sandía y aguacate. La sandía ha mostrado un fuerte crecimiento de enero a agosto de este año con

144.712 toneladas (+30%) por un valor de 96,3 millones de euros (+51%) y el aguacate se mantiene con volúmenes y un valor destacable: 130.599 toneladas y 240 millones de euros, pero ha retrocedido respecto al año anterior un 6% en volumen y un 13% en valor.

Respecto a los precios medios, el de las hortalizas importadas han pasado de 0,56 euros/kilo a 0,6 euros/kilo, un 11% más. En las frutas, el precio medio se ha situado en 1,27 euros kilos frente a 1,20 del año anterior, lo que supone un 6% más, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria procesados por Fepex.



Esta semana

9 El vector africano del HLB se extiende por todo el litoral de Portugal y amenaza las plantaciones cítricas de Huelva



10 El cultivo ecológico de limón y pomelo representa ya un 20% de la superficie total dedicada a estos cítricos en España



Págs. 11 a 13

Uva de mesa DO Uva Embolsada del Vinalopó



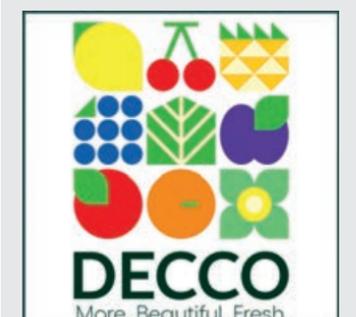
ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	9
Agrocotizaciones:	14
Noticias de empresas:	19

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

Las ayudas que no llegan al campo

Por GONZALO GAYO

Los cítricos se han convertido en moneda de cambio para cuadrar la inflación año tras año ante las protestas de los agricultores y la indiferencia de las autoridades comunitarias. No es casual que ante las actuales tensiones inflacionistas y el desorbitado incremento de precios que sufre Europa y medio mundo, los cítricos vuelven a estar la 'lista negra' de los sacrificios en aras de un mayor control del IPC. Europa sacrifica la agricultura dando la espalda a nuestros agricultores.

No es de extrañar las campañas agresivas en ofertas que estamos viendo en grandes superficies, con cítricos de hasta un 25% en el arranque de una campaña, cuando los agricultores sufren el mayor incremento de costes en la reciente historia. El resultado es el de siempre, una reducción de la inflación a costa del bolsillo de los agricultores, que vuelven a sufrir pérdida de rentas.

Todos estos abusos contra la paciencia y el esfuerzo de nuestros agricultores se traducirá en un tiempo no muy lejano en el abandono de tierras y cultivos ante la falta de un relevo generacional por la falta de expectativas y rentabilidad del sector agrícola.

Los agricultores piden ayudas, en una situación extraordinaria como la actual, para poder garantizar la soberanía alimentaria a la que debe aspirar Europa. Sin embargo, la ayudas no llegan para hacer frente al incremento de precios en los fertilizantes, gasóleo y tratamientos a los que Bruselas impone unos estrictos controles y restricciones mientras abre la mano a las importaciones de cítricos procedentes de más de 4.000 km sin apenas controles de plagas y saltándose sus propias recomendaciones de sostenibilidad, km cero, inspecciones y tratamiento en frío.

Resulta injusto que la UE trate de contentar a holandeses que importan cítricos a 4.000 km de distancia mientras se destruye en nuestra tierra un sector citrícola que genera empleo y riqueza. Resulta igualmente injusto que las ayudas del Gobierno a familias y empresas por la subida de carburantes no tenga en cuenta la grave situación a la que se enfrentan los agricultores para salir adelante.

Es cierto que la agricultura valenciana no es la Ford ni la futura planta de baterías de WV para levantar la voz y que tiemblen las piernas de quienes nos gobiernan para tener que firmar ayudas que eviten se vayan a otra parte. La agricultura valenciana es mucho más que todas esas inversiones juntas y sin embargo está en riesgo de desaparecer un sector hartado del trato que recibe



Los precios se disparan en los mercados / GONZALO GAYO

mientras pasa el tiempo con gobiernos que nada hacen por su futuro. La agricultura valenciana necesita de ayudas, de una profunda reestructuración y modernización que garanticen su futuro. La agricultura necesita del talento de nuestros agricultores y gobernantes que permitan un relevo generacional en condiciones de garantizar la riqueza y seguridad alimentaria a las futuras generaciones.

Sin embargo, vamos por muy mal camino. Los agricultores no solo denuncian la falta de ayudas y la falta de visión para construir el futuro. También advierten de que las importaciones masivas de cítricos y las plagas que llegan desde Sudáfrica, la falta de controles fitosanitarios y el escaso interés en hacer cumplir la ley de la cadena alimenticia abocan a una desaparición que traerá graves consecuencias para las futuras generaciones.

La última batalla a la que se enfrentan nuestros agricultores y en la que solicitan el apoyo de los consumidores se está librando estos días en las grandes superficies comerciales donde las rebajas en el precio de los cítricos está mermando los ingresos de nuestros agricultores que apenas alcanzan a cubrir costes con la amenaza con entrar en pérdidas.

Nuestros agricultores tienen que hacer frente a campañas agresivas de las grandes superficies comerciales mientras la autoridades se lavan las manos

a la hora de aplicar la ley de cadena alimenticia, que en la actualidad sigue llenando los bolsillos de los de siempre en las grandes cadenas comerciales mientras los agricultores pierden rentas año tras año.

Lo que sucede en la agricultura no ocurre en ningún otro sector. No es imaginable importaciones masivas de coches de China para hundir los precios de los coches que se fabrican en Alemania ni seríamos tan insensatos de desregularizar el sistema financiero para ser testigos de la quiebra de nuestros bancos. La agricultura mediterránea se ha convertido en moneda de cambio para un mayor control de las políticas monetarias a costa de la supervivencia de nuestros agricultores.

Es por ello que la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) ha denunciado ante la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA), órgano dependiente del Ministerio de Agricultura, por la campaña promocional que hoy pone en vigor la cadena francesa Carrefour mediante la cual rebaja un 20% el precio de naranjas de origen España, pasando de 1,25 a 0,99 euros por kilo. La organización presidida por Cristóbal Aguado solicita una sanción ejemplar para Carrefour y Aldi de confirmarse una presunta destrucción del valor del producto a lo largo de la cadena alimentaria, es decir, por venta a pérdidas.

Esta reclamación de AVA-Asaja se suma a la que ya denunció en octubre frente a la cadena alemana Aldi por recortar un 25% la cotización de las mandarinas españolas justo cuando empezaba la recolección de cítricos en nuestro país. En ambos casos se trata, a juicio de la organización agraria, de "abusos comerciales que pagamos los más débiles de la cadena: los productores, porque los de arriba siempre van a aprovechar su posición de dominio para mantener sus márgenes de beneficios aunque sea a costa de los de abajo".

Es curioso que mientras Alemania presta su apoyo a Holanda para que se importen cítricos desde Sudáfrica sea una empresa alemana la que decida hundir los precios de los cítricos españoles. ¿Casualidades de la vida?

Por su parte, el Comité Ejecutivo y la Junta Directiva de la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana (CEV), denuncia la falta de ayudas directas que permitan atravesar esta coyuntura temporal y excepcional que está comprometiendo muy seriamente la supervivencia y viabilidad de las empresas, y pide urgentemente que también lleguen al campo dada la grave crisis que atraviesa.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

El sector citrícola está inmerso en un proceso de transformación

El XIII Congr s Citrícola de l'Horta Sud ofrece una visión de la situación actual de la citricultura

  OSCAR ORZANCO. PICASSENT.

El Congreso Citrícola de l'Horta Sud se ha convertido en una cita de referencia para la citricultura valenciana. En su decimotercera edición, organizada por el Grupo Cooperativo Cajamar y el Ayuntamiento de Picassent, se trataron varios temas de interés para este sector. En la sesión de la mañana se abordó el diagnóstico de posibles causas de la crisis citrícola, y por la tarde se analizaron la utilización de las nuevas tecnologías, la digitalización y la mecanización de la producción.

El sector citrícola valenciano se encuentra inmerso actualmente en un proceso de transformación para atender a los grandes retos y desafíos que se le presentan en la actualidad. Y en esta línea, el congreso ofreció la oportunidad de conocer de la mano de cualificados profesionales la situación actual de la citricultura.

En el acto de inauguración participaron, el secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural, Roger Llanes; Conxa García, alcaldesa de Picassent; el concejal de Agricultura, Joan Vicent Aguado; y el responsable de negocio agroalimentario de Cajamar, José Manuel Enríquez. La jornada estuvo moderada por Carlos Baixauli, director del Centro de Experiencias de Cajamar en Paiporta.

Roger Llanes ofreció en su intervención una visión sobre la crisis del sector citrícola y el papel que está jugando la Generalitat Valenciana para ofrecer soluciones poniendo a disposición del sector herramientas para que puedan tener un futuro mejor. "La crisis citrícola comienza a ser un tema recurrente que las cifras e indicadores confirman. Hay motivos para preocuparse", afirmó el secretario autonómico de Agricultura.

Roger Llanes señaló que desde la Conselleria de Agricultura son conscientes de los problemas y "hemos diseñado medidas coyunturales y estructurales para el sector". El secretario autonómico realizó un repaso de las principales medidas que está llevando a cabo la Generalitat Valenciana a favor de la agricultura, entre ellas, las ayudas directas de este año a los citricultores valencianos por valor de casi 25 millones de euros, procedentes de fondos europeos y del Ministerio de Agricultura, para compensar los desequilibrios del mercado provocados por la guerra en Ucrania. También mencion  que recientemente se ha puesto en marcha la Agencia Valen-



Imagen de los participantes de la mesa redonda realizada para finalizar la jornada técnica. / OSCAR ORZANCO

ciana de Control Alimentario, se ha incrementado el presupuesto destinado a combatir enfermedades y plagas, y se está elaborando un Plan Integral Citrícola que "propondr  todas las medidas necesarias para situar al sector en el lugar que le corresponde".

Asimismo, el representante de la Conselleria anunció que este mes se lanzará una campaña para promocionar el consumo de cítricos, y en breve, se pondr  en marcha una medida específica para implantar energía fotovoltaica que beneficiará a las comunidades de regantes. Y anim  al sector a aprovechar más instrumentos como la Ley de Estructuras Agrarias. "Tiene que ser uno de los puntales en los que basar nuestro futuro, junto a la innovación, la investigación y la unión del sector para defender nuestros intereses", afirmó.

"Desde la Administración estamos haciendo todo lo posible para ayudar la sector. El compromiso del Consell es máximo pero el sector también debe tener iniciativa. Ningún organismo puede ayudar si no existe una apuesta firme por la

Roger Llanes: "La crisis citrícola comienza a ser un tema recurrente que las cifras e indicadores confirman. Hay motivos para preocuparse. Desde la Conselleria de Agricultura somos conscientes de los problemas y hemos diseñado medidas coyunturales y estructurales para el sector"

Inmaculada Rodríguez-Piñero: "Uno de mis objetivos ha sido que el sector citrícola pudiera fundamentar con datos objetivos la realidad de los problemas que plantean porque esa es la forma de trabajar en la Comisión Europea. Esto ha dado sus frutos con el tratamiento en frío"

supervivencia y el futuro. La fuerza y el potencial de la citricultura valenciana sigue siendo enorme. Seguimos dominando el mercado, tenemos productos de calidad única, lo que debemos hacer es aprovecharlo. Y apoyando estará la Generalitat Valenciana y la Conselleria de Agricultura", concluyó Roger Llanes.

Por su parte, la alcaldesa de Picassent, Conxa García, explicó que "el campo valenciano se encuentra en constante transformación y en el caso de Picassent en el camino de la sostenibilidad, porque el sector 4 de la localidad ya tiene aprobada una subvención de 3.100.000 euros. Ahora está redactándose

el proyecto para la instalación de seis estaciones fotovoltaicas para consumo propio con las que se conseguir  reducir los costes energéticos. Desde el Ayuntamiento creemos en la agricultura, que ha sido la base de nuestra economía durante mucho tiempo".

PLAN INTEGRAL CITRÍCOLA

Paco Borr s, consultor internacional agroalimentario, indicó

que "la expresión crisis citrícola es ya centenaria. Lo que ocurre es que a pesar de vivir dos guerras mundiales, la guerra civil española, y todos los graves problemas que hemos afrontado, en la Comunitat Valenciana se seguían plantando más cítricos. La diferencia entre esas crisis mencionadas y la actual radica en que esta vez afecta a la parte estructural. Y resolver esta cuestión resulta más complicado".

Paco Borr s presentó en el congreso las principales conclusiones del Diagnóstico del Sector Citrícola valenciano, un análisis que se enmarca en la primera fase del Plan Integral Citrícola de la Comunitat

Valenciana. Este proyecto tiene como objetivo establecer las medidas y acciones concretas dirigidas a mejorar, fomentar y fortalecer la sostenibilidad de la citricultura, y en los próximos meses se espera conocer el plan completo. Los análisis se est n centrando en líneas estratégicas como la mejora de estructuras, promoción y diferenciación, profesionalización y formación, fortalecimiento de la cadena, I+D+i y la necesidad de un lobby citrícola.

EL MERCADO EUROPEO

Inmaculada Rodríguez-Piñero, eurodiputada del PSPV-PSOE y miembro de la Comisión de Comercio Internacional, impart  la ponencia el "Comercio en el mercado europeo" a través de la emisión de un vídeo grabado. La eurodiputada explicó la importancia de conocer cómo se toman las decisiones en Europa, y analizó porque las negociaciones para importar de países terceros se realiza de forma conjunta para todos los estados de la UE y, sin embargo, para exportar cada país negocia de manera bilateral, producto a producto, con la desventaja que ello supone.

Y en este sentido indicó que "los protocolos de exportación de productos citrícolas o agrarios, ya que esto no ocurre en los sectores industriales o de servicios, son competencia de los estados miembros, no de la UE. Y las razones que sustentan esta decisión son fitosanitarias. En los protocolos de exportación no se establecen las condiciones de acceso al mercado sino las condiciones fitosanitarias exigidas para enviar producto a ese destino. Las condiciones varían mucho en función de cada estado y la Comisión Europea no tiene medios para negociar los protocolos de exportación en nombre de cada país".

Inmaculada Rodríguez-Piñero insistió en la importancia de trabajar unidos para defender los intereses del sector en Europa. "Uno de mis objetivos ha sido que el sector citrícola pudiera fundamentar con datos objetivos la realidad de los problemas que plantean porque esa es la forma de trabajar en la Comisión Europea. Por eso ha sido importante que hayan elaborado informes rigurosos sobre la problemática de los cítricos y las importaciones procedentes de Sudáfrica. Esto ha dado sus frutos y la realidad es el tratamiento en frío aplicado a las naranjas sudafricanas".

(Pasa a la página siguiente)

■ A 29 DE OCTUBRE

Exportados 19.499.538 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2022/2023, a 29 de octubre, se han enviado a países terceros, en exportación (19.221.204) y reexportación (278.334), un total de 19.499.538 kilos según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2021/2022, a 30 de octubre de 2021, lo exportado eran 26.614.203 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 22/23		Campaña 21/22	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	123.444		56.979	
Arabia Saudita	442.139		1.475.556	
Argelia		3.518		
Armenia	3.839			
Bahrain	21.862			
Bielorrusia			103.304	4.950
Bosnia-Herzegovina	40.735			
Brasil	156.972		205.115	
Cabo Verde	56.054	4.931	43.048	12.978
Canadá	1.567.757		3.434.486	
Costa de Marfil	4.188	2.907	8.383	24.452
Costa Rica	37.440			
Emiratos Árabes Unid	525.339		614.960	
Estados Unidos	460		44.820	
Gibraltar	47.622	14.250	50.071	12.089
Gran Bretaña	11.321.708	40.748	13.745.856	65.200
Guatemala			25.372	
Guinea			2.160	3.504
Guinea Ecuatorial	25.484	21.771	36.399	53.138
Guinea-Bissau	5.370	3.150		
Islandia	115.920		155.680	
Kazajistán	320		280	
Kuwait	5.465		3.911	
Liberia	2.772	1.346		
Malasia	22.048			
Mali	2.140	7.520	1.852	6.795
Mauritania	36	613		6.066
Moldavia	23.281		12.442	
Noruega	1.167.945	8.806	803.389	640
Omán	19.415		170.690	
Qatar	41.521	560	89.136	
Rep. Centroafricana	3.240	22.725		92.855
Serbia	178.195		352.221	
Sierra Leona			7.028	
Singapur			187	
Suiza	3.092.528	145.489	4.360.945	103.472
Ucrania	165.966		417.268	6.529
Por variedades (Kg):				
Clausellina	62.323	960	90.156	800
Satsuma	4.561.517		6.142.169	198
Clementina	5.942.963	560	7.780.919	348
Clementina con hoja	1.815.187		1.730.214	769
Clemenvilla	2.160			
Ortanique	4.640		4.193	
Ellendale			70	
Otras mandarinas	512.800	15.483	984.095	10.734
Uso industrial			31.323	
Nadorcott	11	6.600		31.201
■ TOTAL MANDARINAS	12.901.601	23.602	16.763.139	44.049
Navelina	1.175.630	1.482	2.704.156	1.884
Navel	34.637	6.735	156.084	1.938
Navel Late	1.994	1.731	8.707	2.108
Lane Late	720		62	
Salustiana	1.509		351	
Cadenera	2.460		1.872	
Valencia Late	184.679	18.639	263.489	141.182
Verna	15.382	1.420	9.948	664
Otras	467.663	51.692	264.471	54.699
Uso industrial			30.165	
Navel Powel			19.754	
Uso industrial	131.000			
Barberina	1.284		8.560	
■ TOTAL NARANJAS	806.473	81.698	3.467.620	202.475
■ TOTAL LIMONES	2.587.337	162.414	5.776.872	139.256
■ TOTAL POMELOS	78.324	10.619	206.667	6.886



El secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural, Roger Llanes; Conxa García, alcaldesa de Picassent; el concejal de Agricultura, Joan Vicent Aguado; y el responsable de negocio agroalimentario de Cajamar, José Manuel Enríquez fueron los encargados del acto de inauguración. / ÓSCAR ORZANCO

“El sector citrícola...”

(Viene de la página anterior)

La eurodiputada del PS-PV-PSOE también abordó el problema de los controles aduaneros, las inspecciones en origen o la importancia del observatorio de precios para conocer cómo está evolucionando el mercado y poder tomar decisiones. Además concluyó señalando que ahora están realizando un seguimiento muy exhaustivo de las importaciones de cítricos de Turquía y Egipto.

■ INTERPROFESIONALES

José Antonio García, director de Ailimpo, basó su intervención en el concepto de liderazgo.

España es líder mundial en limón, es el segundo productor del mundo y el primero en exportación de limón fresco. Y con estos datos, el director de la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo ofreció unas pincelas sobre cómo trabajan en Ailimpo y en qué líneas están desarrollando para mantener la rentabilidad de este negocio.

“Ailimpo es un foro en el que nos reunimos, discutimos y llegamos a acuerdos por consenso. Nadie tiene derecho de veto y se trata de crear en la interprofesional una cultura interna de participación en la que todos ganan. Si todos ganan, todo funciona y existe un equilibrio en la cadena alimentaria”, indicó José Antonio García.

“Somos líderes y tenemos que marcar tendencia y ejercer este papel —continuó el director de Ailimpo—. Nuestro futuro está en nuestras manos y no depende de los políticos o los competidores. El sector del limón va a ser lo que nosotros queramos que sea”.

José Antonio García apuntó además que “un líder no busca culpables fuera y esto lo podemos vincular al tema África del Sur. No seré yo quien defienda a los sudafricanos pero se ha instaurado una especie de verdad absoluta en la que todos los problemas de la citricultura

española se achacan a los sudafricanos. La idea de que Sudáfrica nos inunda con cítricos baratos es mentira. Y en el caso del limón es una de las peleas que tenemos. No entendemos porque las cadenas de distribución, hace 20 días, pagaban a la salida de almacén el limón de Sudáfrica a 1,70 euros/kilo, y ahora pagan 1,20 euros/kilo por el limón Español. Tenemos que realizar un ejercicio de autocrítica y sentarnos con la cadenas de distribución para saber qué está ocurriendo”.

Respecto al funcionamiento de Ailimpo, José Antonio García lo definió como una institución que, a través de la información, “guía al sector para que tome las decisiones adecuadas

ha costado 20 años llegar hasta aquí. Ha habido que generar esa cultura de colaboración y cooperación interna, y ha sido el sector quien ha pedido realizar esas campañas promocionales. Y nuestro deseo es que esto no pare nunca. Hay tres pilares importantes para el sector: la sostenibilidad, la digitalización y la promoción”, concluyó José Antonio García.

Por su parte, el presidente de Intercitrus detalló la historia y la trayectoria de la interprofesional de la naranja y la mandarina, y analizó las funciones y las ventajas que ofrece una asociación de este tipo. “Una de las cosas a valorar de las interprofesionales, más allá de ser un punto de encuentro y diálogo entre los distintos agentes del sector, es que permiten adoptar decisiones que fuera de ese marco sería imposible aprobar por la normativa sobre competencia”, señaló Enrique Bellés.

En estos momentos, la interprofesional se está centrando en la posibilidad de realizar campañas de promoción y la elaboración de un contrato tipo. “Todos estamos de acuerdo en que, en un contexto de disminución de consumo, es necesario hacer campañas de promoción. Y paralelamente se está trabajando en la necesidad de elaborar un contrato tipo. Tenemos la capacidad de realizar las dos cosas pero el tiempo no es infinito. En abril se cierra la posibilidad de solicitar los fondos europeos para el año 2023 destinados a campañas en 2024. Todo depende de nosotros. Intercitrus, pese a todas las críticas y déficits, abre todas las puertas. Tenemos un gran sector y su destino lo tenemos en nuestras manos”, concluyó Enrique Bellés.

La jornada de la mañana concluyó con una mesa redonda en la que participaron José Antonio García, director de Ailimpo; Enrique Bellés, presidente de Intercitrus; Cristóbal Aguado, presidente de AVA-Asaja; Carles Peris, secretario general de La Unió; y Paco Borrás, consultor internacional agroalimentario.

José Antonio García: “No seré yo quien defienda a los sudafricanos pero se ha instaurado una especie de verdad absoluta en la que todos los problemas de la citricultura española se achacan a los sudafricanos. La idea de que Sudáfrica nos inunda con cítricos baratos es mentira”

Enrique Bellés: “Una de las cosas a valorar de las interprofesionales, más allá de ser un punto de encuentro y diálogo entre los distintos agentes del sector, es que permiten adoptar decisiones que fuera de ese marco sería imposible aprobar por la normativa sobre competencia”

Isaura Navarro, nueva consellera de Agricultura

Ximo Puig cesa a la consellera Mireia Mollà ante la propuesta de la vicepresidenta Aitana Mas buscando “la unidad del Consell en el último tramo de la legislatura”

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Según informaban desde Presidencia de la Generalitat Valenciana en la tarde del 25 de octubre, el president Ximo Puig nombró el día 26 a Isaura Navarro Casillas como nueva consellera de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica a propuesta de la vicepresidenta Aitana Mas y en sustitución de la hasta ahora consellera, Mireia Mollà.

Durante una conversación mantenida en el Palau de la Generalitat, según indican las mismas fuentes, Mas trasladó al President la propuesta de cese de la consellera Mireia Mollà, de quien destacaron “su esfuerzo y dedicación” en el cargo que ahora deja tras su cese. Puig aceptó la propuesta y ha nombrado a Isaura Navarro como nueva consellera para este último tramo de la legislatura.

Isaura Navarro ha sido hasta ahora secretaria autonómica de Salud Pública en la conselleria de Sanitat y, según indican desde Presidencia, “constituye un perfil político y de gestión de primera línea”. Se da la circunstancia de que la vicepresidenta Mas rea-



Momento de la toma de posesión como Consellera de Isaura Navarro./ GVA

lizó la propuesta pocos días antes de cumplir 100 días en el puesto “y considera que hace falta por la unidad del Consell, que requiere estabilidad y cohesión ante el difícil contexto socioeconómico”.

Según fuentes de Presidencia, “esta situación obliga al Govern a centrarse en la aprobación de los presupuestos y en el desarrollo de las políticas transformadoras del Botànic, particularmente aquellas vinculadas a la protección social de las familias y las empresas valencianas”.

Mireia Mollà ha sido consellera de Agricultura desde que se configuró el Botànic II en 2019 y una de sus últimas entrevistas como titular de la Conselleria, analizando su papel al frente de la misma en esta legislatura, la concedió a Valencia Fruits hace apenas un mes.

■ REACCIONES Y EXPECTATIVAS

El sector agroalimentario valenciano reaccionó de inmediato ante el nombramiento. A falta de que se produzca un primer encuentro en un marco de trabajo, recogemos a continuación algunas de las primeras declaraciones.

Por parte de las Cooperatives Agro-alimentàries de la Comunitat Valenciana, Cirilo Arandis se pronunciaba con un agradecimiento a la consellera saliente “Queremos trasladar nuestro agradecimiento a Mireia Mollà por su labor al frente de la Conselleria y por el buen trato dispensado en todo momento a la Federació, a nuestras cooperativas y a sus representantes, deseándole lo mejor en el futuro” al tiempo que felicitaba a “Isaura Navarro por haber sido elegida como nueva consellera, y nos ponemos a su disposición”.

Desde los sindicatos agrarios mayoritarios, Cristóbal Agudo, presidente de AVA-Asaja, se mostraba con talante colaborador, aunque señalaba que “No entendemos este cambio a seis o siete meses de las elecciones porque la consellera cesada ya había establecido unos cauces de diálogo y colaboración con el sector agrario”.

Carles Peris, secretario de La Unió, manifestaba por su parte que “Confiamos en que la nueva consellera establezca un marco de diálogo fluido y ágil y que nos escuche para poder obtener esa importancia que se merece el sector”.

Vicente Faro, presidente del CAECV, en declaraciones a Valencia Fruits calificaba de “inestimable” la labor de Mollà y dedicaba unas palabras a la Isaura Navarro, “esperamos que la nueva consellera también nos dé este apoyo y tenga las mismas ganas de trabajar por la agricultura ecológica en nuestra Comunitat”.

DECCONatur Vegan

Recubrimiento

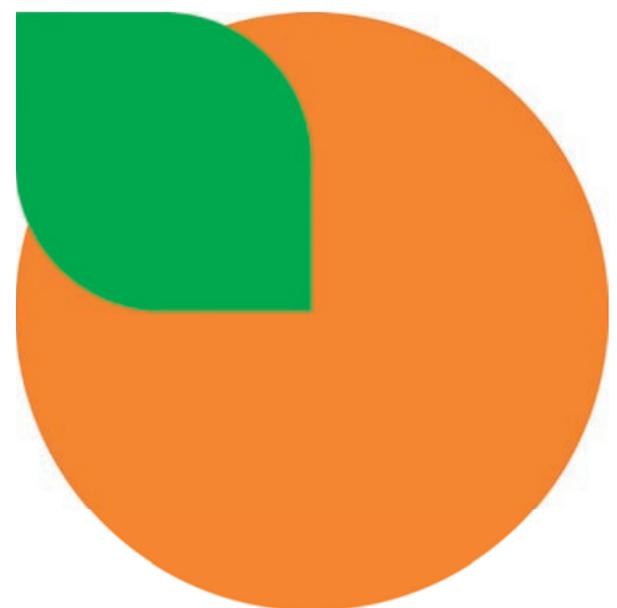
- Certificación VEGANA y ECOLÓGICA
- Secado homogéneo
- Barrera física que retrasa la pérdida de peso



deccoiberica.es

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

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



OPINIÓN

Bruselas se cae del guindo



Por CIRILO ARNANDIS (*)

El presidente del Gobierno de España, Pedro Sánchez, acaba de volver de una gira africana, en la que ha visitado países como Kenia y Sudáfrica. Espero que Sánchez haya viajado con buena información respecto de lo que se ha encontrado, y que el hecho de referirse a Senegal ante la presencia de William Ruto, presidente keniano, no deje de ser una graciosa anécdota, un despiste sin mayores consecuencias. Sin embargo, Sudáfrica es otra cosa. A la vista de cómo se las gastan el sector citrícola, más vale que esté atento, pues seguro que le plantearán cambio de cromos entre la inversión de los empresarios españoles que le acompañan en el viaje, y la exigencia del tratamiento en frío de las naranjas sudafricanas con destino a Europa.

Por todos es conocido que, a la vista del nivel de envíos contaminados con plagas de cuarentena procedentes de—entre otros destinos—Sudáfrica, España fue el principal impulsor de la obligación del tratamiento en frío como única alternativa eficaz que evitara el contagio de las plantaciones de cítricos de la Unión Europea. Y es que esta afirmación venía avalada, no solo por el mismo sector productor, que podría entenderse como una parte interesada, sino que existía un pronunciamiento claro y concreto de organismo independiente de asesoramiento científico de la Comisión Europea, la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria—EFSA, por sus siglas en inglés—. Esta medida, aplicada inicialmente para naranjas, supone un cambio de actitud sustancial del comportamiento mantenido hasta la fecha por Bruselas, pese a que no satisfizo totalmente al sector por cuanto otros cítricos también puede ser transmisores de la falsa polilla.

La actitud sudafricana, más que trabajar en la línea de generar un sistema que garantizara en la mayor medida posible la no remisión de fruta contaminada, fue revolverse y declararse en rebeldía ante las autoridades fitosanitarias y políticas de la Unión Europea. Lo cierto es que un sinfín de barcos cargados de cítricos procedentes de Sudáfrica se dirigieron a Europa sin respetar lo exigido en el Reglamento 959/2022, una vez entró en vigor el 14 de julio de 2022. A la vista de lo que acontecía, se tuvo conocimiento en el mes de agosto de una nota oficial del Departamento de Agricultura, Reforma Agraria y Desarrollo Rural de Sudáfrica, cuyo titular era el siguiente: “El gobierno sudafricano logró negociar un acuerdo con la Unión Europea para desbloquear los cítricos atascados en puertos de la Unión Europea”.

El cauce para ello habría sido, según las mismas fuentes sudafricanas, la implementación de medidas equivalentes a las exigidas en el Reglamento 959/2022, y la autorización de Bruselas para que las autoridades sudafricanas negociaran estas medidas equivalentes con cada Estado miembro de la Unión Europea. Dada la



Encuentro bilateral entre Pedro Sánchez y el presidente de la República de Sudáfrica, Cyril Ramaphosa. / MONCLOA

gravedad de esta noticia, desde el sector citrícola y desde el Ministerio de Agricultura español se solicitaron explicaciones a la Comisión Europea, pues si bien sería grave el incumplimiento de un Reglamento, lo era más que se dejara carta blanca a cada Estado miembro en detrimento de la autoridad de las instituciones comunitarias y de la unidad de acción en territorio comunitario. Bruselas contradujo la versión sudafricana, negando la existencia de un tratamiento equivalente, y todavía más, que Estados miembros como Países Bajos e Italia hubieran actuado al margen de la normativa comunitaria de modo unilateral. Entonces, ¿a quién creer?

Como suele ocurrir, es fácil que todos tengan parte de razón y parte de sinrazón, y que la respuesta acabase llegando con el tiempo. Así, según rezan distintos medios de comunicación, en un reciente debate en la comisión de Agricultura del Parlamento Europeo, un representante de la Dirección General de Salud y Seguridad Alimentaria de la Comisión Europea manifestó que “no hay naranjas que se hayan puesto en libre circulación en la Unión Europea sin este tratamiento adicional, que

simplemente puede ser rehacer el tratamiento completo que se suponía que se debía de haber hecho en Sudáfrica”. De igual

la Comisión Europea es que no se había cerrado pacto alguno con las autoridades sudafricanas, reconociendo igualmente,

“Ante la obligación del tratamiento en frío como única alternativa eficaz para el contagio de las plantaciones de cítricos de la UE, Sudáfrica más que trabajar en la línea de generar un sistema que garantice en la mayor medida posible la no remisión de fruta contaminada, ha sido revolverse y declararse en rebeldía ante las autoridades fitosanitarias y políticas de la Unión Europea. Y un sinfín de barcos cargados de cítricos procedentes de Sudáfrica se han dirigido a Europa sin respetar lo exigido en el Reglamento 959/2022, que entró en vigor el pasado 14 de julio de 2022”

“En el mes de agosto se tuvo conocimiento de una nota oficial del Departamento de Agricultura, Reforma Agraria y Desarrollo Rural de Sudáfrica, cuyo titular era el siguiente: El gobierno sudafricano logró negociar un acuerdo con la Unión Europea para desbloquear los cítricos atascados en puertos de la Unión Europea”

“La actitud sudafricana, por más que se intentara justificar desde el argumento de la emisión de noticias para su propia parroquia, no ha sentado nada bien en Bruselas. Nuevamente, no están jugando limpio. La propia Comisión Europea ha visto como un país tercero ha intentado poner en evidencia su credibilidad”

modo, el representante comunitario admitiría el hecho que habían llegado los puertos de los socios comunitarios “algunas” partidas de naranja sudafricana a los que no se les había aplicado el tratamiento en frío exigido normativamente. Lo que sí que se aseveró desde

pues otra estrategia de este tipo resultaría, más que excepcional, cotidiana.

Otra información que se ha conocido es que, a la hora de fijar los sensores que deberían medir la temperatura que avale la correcta realización del tratamiento en frío, estos no estaban

colocados en la pulpa. Pues bien, a la vista de nuevas noticias publicadas, el señor Deon Joubert, enviado de la Citrus Growers’ Association—el lobby sudafricano— ante Bruselas, denunciaba que las diferentes interpretaciones del nuevo protocolo de la exigencia del tratamiento en frío retenían envíos de naranjas sudafricanas en el puerto portugués Sines, al suroeste del país. Las desavenencias venían motivadas por la fecha de inicio del tratamiento en frío y porque según el señor Joubert, la temperatura de la pulpa no es una precondition para el acceso al mercado de la Unión Europea, sino la temperatura que alcanza un contenedor. El sentido común indica que la temperatura que mata la plaga se debe dar en el lugar en el que está dicha plaga, es decir, en la pulpa de la fruta. Las larvas de la falsa polilla, cuando eclosionan, penetran en el interior del fruto y se alimentan de él.

Con el tiempo se sabe todo, y es evidente que las informaciones publicadas son compatibles con los miedos, preocupaciones y denuncias del sector citrícola español, y que está más que motivadas la consulta realizada por las autoridades españolas a la Comisión Europea y las preguntas formuladas en la sede del Parlamento Europeo. La actitud sudafricana, por más que se intentara justificar desde el argumento de la emisión de noticias para su propia parroquia, no ha sentado nada bien en Bruselas. Nuevamente, no están jugando limpio. Pero ahora quien ha sufrido esta actitud ha sido la propia Comisión Europea, que ha visto como un país tercero ha intentado poner en evidencia su credibilidad. Puede que no estemos de acuerdo con las políticas y las decisiones adoptadas por Bruselas, pero en esta ocasión, quiero creer la versión de las autoridades comunitarias, que parece que por fin se han dado cuenta de con quien se juegan los cuartos.

El guindo es un árbol frutal que puede alcanzar una altura considerable, del orden de cuatro metros, pero que tiene ramas bajas y endebles. Es por ello por lo que es muy fácil subirse a este árbol, pero también es muy fácil caerse de él, debido a la fragilidad de las ramas, que no aguantan demasiado peso. Por eso se utiliza la expresión “caerse de un guindo” para referirse, en este caso más que a la ignorancia, a la credulidad que inocentemente se puede mostrar por un asunto. Pues bien, Bruselas ya se ha caído en más de una ocasión del guindo sudafricano, y esperamos que esta sea la última. Como también esperamos que el presidente Sánchez, bien asesorado por el ministro Luis Planas, al menos en el área agrícola, no se haya caído del guindo en su viaje a tan significativo país austral.

(*) *Presidente Frutas y Hortalizas cooperativas Agroalimentarias.*



Las demostraciones que la empresa de AgTech preparó para Fruit Attraction se centraron en cítricos para acercar la plataforma a este cultivo. / RAQUEL FUERTES

CÉSAR BALGUERÍAS / FreshCloud Product Specialist AgroFresh
ETHAN MEYERS / FreshCloud Engagement Manager AgroFresh

“Los usuarios no saben cómo han podido vivir antes sin FreshCloud”

Sin ninguna duda, Fruit Attraction es el escenario ideal para que las empresas del sector presenten sus novedades y nuevos productos al público. Una gran oportunidad que AgroFresh ha aprovechado para presentar FreshCloud, una plataforma digital de gestión de datos que permite capturar, analizar y tomar decisiones basadas en cada producto, desde la cosecha hasta el almacenamiento o la distribución, para un resultado final más sólido. Con la plataforma totalmente consolidada en Estados Unidos, la empresa de AgTech refuerza su apuesta por la tecnología en el mercado europeo.

► J.LUZ / R. FUERTES. MADRID.

Valencia Fruits. ¿Qué lleva a una empresa que ofrece soluciones pre y postcosecha a apostar por la tecnología? ¿En qué consiste FreshCloud?

Ethan Meyers. En un principio, la tecnología FreshCloud estaba concebida para ayudar y agilizar las inspecciones de calidad en las diferentes etapas de la cadena agroalimentaria, desde la precosecha hasta la llegada de los productos al supermercado. Así, la idea era crear una plataforma donde poder recoger los datos pertinentes a tiempo real y que estos fueran accesibles y procesables desde cualquier dispositivo tecnológico.

César Balguerías. A medida que la tecnología se fue desarrollando, se añadieron nuevas aplicaciones, como poder tener una trazabilidad completa de un mismo lote, desde que se recoge del árbol hasta que llega al consumidor final. De este modo, el cliente sabe en todo momento si ha habido algún problema a lo largo del proceso además de servir como aprendizaje para tomar decisiones futuras.

En esta línea, la tercera aplicación de FreshCloud es la implementación de datos. En cualquier etapa del proceso se tiene

“FreshCloud permite tener una trazabilidad completa de un mismo lote, desde que se recoge del árbol hasta que llega al consumidor final”

“Una vez almacenados los datos, toman forma por sí solos y quedan disponibles para cualquier consulta y se pueden filtrar en función de diferentes variables”

acceso a los datos y se pueden añadir más para que al final se generen gráficas que, de forma muy visual, permite al cliente contar con una visión global para poder tomar las decisiones correspondientes en cada momento.

VF. Una especie de ERP pero para el proceso productivo...

CB. Efectivamente. Puede ser una especie de ERP, una plataforma digital e incluso una aplicación, ya que también se puede consultar a través del móvil o tablet. En el caso de que una empresa cuente con un software empresarial propio se puede conectar, integrar o funcionar de manera independiente.

VF. ¿Cómo hacer uso de todos esos datos?

EM. Una vez almacenados los datos, toman forma por sí solos y quedan disponibles para cualquier consulta, es decir, se pueden filtrar en función de diferentes parámetros. Por ejemplo, si un cliente quiere consultar una variedad determinada que al llegar al supermercado ha reportado ciertas “no conformidades” solo tendría que filtrar por variedad, entonces, la misma aplicación genera gráficas que indican de qué productor procede ese lote, cuáles han sido los pasos por los que ha pasado y la estadística final.

VF. ¿Se trata solamente de un seguimiento agronómico o también permite realizar una explotación económica?

CB. De momento, FreshCloud solo trabaja con datos relativos a la calidad del producto, sobre todo, relacionados con calibres o aspecto. No obstante, no descartamos que esta plataforma se pueda utilizar para que los mismos clientes gestionen los precios de los propios productos en futuras compras o ventas posteriores.

VF. ¿Cómo está siendo la acogida en el sector?

EM. La herramienta se lanzó en 2018 y a partir de 2020 cogió más fuerza. Actualmente, está bastante bien establecido en Estados Unidos, donde tenemos grandes clientes que tienen entre 30 y 40 mil inspecciones anuales mínimo.

CB. Por su parte, en Europa se está comenzando ahora a generar un equipo específico para impulsar FreshCloud, ya que no podemos olvidar que Europa es un mercado muy importante para AgroFresh. Por eso, se le está dando total prioridad para convertirlo en uno de nuestros productos núcleo.

VF. A nivel de experiencia de usuario, ¿qué supone para el trabajador tener que aplicarla?

CB. Nos enfrentamos a dos tipos de cliente. El primero tiene un proceso muy rudimentario

“Los parámetros que analiza FreshCloud son personalizables, de manera que se adapta a cualquier tipo de cliente”

de tratamiento de datos, es decir, los vuelca a un documento Excel o incluso en una hoja a mano. El segundo, por su parte, cuenta con un ERP muy bien trabajado donde tienen todos los datos recogidos, pero únicamente los almacenan, ni se analizan ni se generan informes. FreshCloud se adapta a ambos tipos de cliente, pues los parámetros son totalmente personalizables.

EM. FreshCloud es una app muy sencilla que prácticamente hace el mismo trabajo que se realizaba hasta el momento, pero, además, analiza y procesa todos los datos, generando estadísticas e informes. Algunos usuarios nos han confesado que no saben cómo han podido vivir antes sin FreshCloud. También hay que destacar que los datos que se incluyen son exclusivamente del cliente y AgroFresh no tiene acceso a ellos.

VF. ¿Cómo encaja FreshCloud dentro del portafolio de AgroFresh?

EM. La idea inicial era que FreshCloud fuera una plataforma de uso interno para analizar cuál era el impacto de nuestros productos químicos de tal manera que, una vez registrados los datos durante toda la temporada, el cliente pudiera valorar si han surtido efecto para así aplicarlos a toda la producción o mejorar en caso de algún error.

Asimismo, otro de los motivos de su creación también era que cuando nuestro equipo de ventas se desplazaba a visitar a los diferentes clientes para realizar pruebas o inspecciones, tenían que hacerlo todo a mano y era demasiado lento. Una vez generada la plataforma y dada su funcionalidad y eficacia, decidimos lanzarla a gran escala al ver que nuestros clientes se enfrentaban a problemas de gestión de datos similares.

CB. Aunque algunos hablan de que somos una empresa “química” porque nuestros productos más vendidos son fungicidas, recubrimientos o SmartFresh, AgroFresh es en realidad una empresa AgTech (agro-tecnológica) que busca ofrecer soluciones integrales a nuestros clientes.

VF. ¿Tiene cabida en el universo SmartCitrus?

CB. En el Universo SmartCitrus, el concepto principal es All in One y dentro del All, FreshCloud ocupa la parte tecnológica. La plataforma es agnóstica a nivel de cultivos, si bien tenemos más experiencia en manzanas, trabajamos también con uva de mesa y aguacates y, por supuesto, estamos esperando que llegue el momento de los cítricos.

Por ello, la mayoría de las demostraciones que hemos preparado para Fruit Attraction han sido con cítricos y, aunque la primera impresión de los clientes fue que los parámetros de manzana no coincidían con los cítricos, pronto descubrieron que es una aplicación 100% adaptable a los parámetros que el cliente decida. Por supuesto, también para cítricos.



Con una demanda cada vez más centrada en el precio que en la calidad, la existencia de muchos orígenes provoca distorsión en el mercado. / ARCHIVO

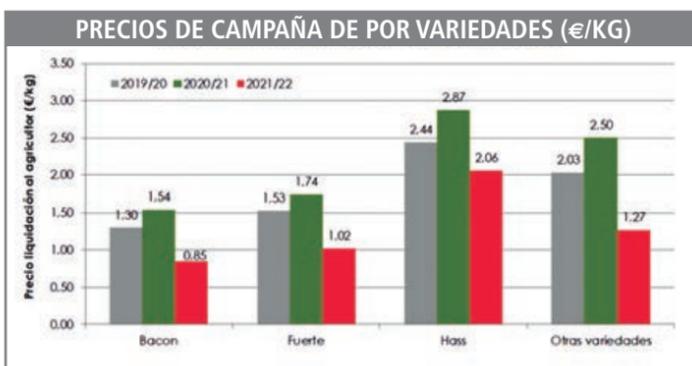
Balance negativo para la campaña de aguacate andaluz

En origen caen tanto las cotizaciones como la producción

► LUCÍA PALENCIA. REDACCIÓN.

El balance de la última campaña de aguacate en Andalucía sitúa la media de su precio pagado en el campo en 1,89 €/kg, muy por debajo de los niveles de las últimas campañas. En cuanto al precio final, según los registros del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, no ha superado los 2,00 €/kg, algo que no ocurría desde la campaña 2014/15. En términos relativos, supone una caída del 20% respecto al precio medio del periodo 2016/20 (2,36 €/kg).

Algunas de las causas de este descenso son la elevada concurrencia de fruta en el mercado europeo o la demanda retraída por la pérdida de poder adquisitivo y las tensiones internacionales. Desde inicios de la campaña, el mercado comunitario se ha visto afectado por las elevadas producciones procedentes de diferentes orígenes, como en el caso de Chile, además de los volúmenes que corresponden a un año de abundante pro-



Fuente: OBSERVATORIO DE PRECIOS Y MERCADOS DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

ducción en zonas de cultivo de países como Colombia, Kenia, Marruecos, Israel o Sudáfrica.

Por otra parte, con una demanda cada vez más centrada en el precio que en la calidad, la existencia de muchos orígenes con calidades diferentes y calibres pequeños han provocado una distorsión en el mercado que ha provocado un descenso en el precio. A esto hay que añadir que la producción andaluza se ha visto afectada por las sucesivas olas de calor y los fuertes vientos, que han dañado la calidad y el calibre de la fruta.

La primera categoría, con un 73% del volumen comercializado, ha alcanzado un precio de liquidación al agricultor de 2,16 €/kg. Todas las variedades han sido afectadas de forma negativa por el descenso de las cotizaciones en origen. El aguacate Hass ha caído un 28%, el Bacon un 45% y la variedad Fuerte un 41%. La producción de Hass, de producción mayoritaria, ha sido de un 71% y el precio me-

La pérdida de poder adquisitivo es una de las razones del estancamiento de la demanda en España

Por el contrario, el volumen de las exportaciones se ha incrementado un 14% respecto al año pasado

dio pagado al agricultor de esta variedad ha sido de 2,38 €/kg, un 23% menos que en la pasada campaña.

El volumen de aguacate Fuerte comercializado ha sido del 80%. El precio medio de esta categoría pagado al agricultor ha sido de 1,17 €/kg, lo que supone un descenso del 39% respecto a la campaña anterior. En el caso de la comercialización del aguacate Bacon, ha sido de un 79% y el precio medio al agricultor ha sido de 1,00 €/kg, lo que ha supuesto un descenso del 42%.

COMERCIO EXTERIOR

Durante el periodo de producción, el volumen de las exportaciones de aguacate andaluz se ha incrementado un 14% respecto a la campaña anterior, 103.000 toneladas por encima. Sin embargo, el valor de las exportaciones, con una cifra próxima a los 288 millones de euros, desciende un 3%. El destino mayoritario, con un 39% del volumen exportado, del aguacate español es Francia, seguido por Países Bajos (21%) y Alemania (10%).

La salida de la producción ha sido lenta durante toda la campaña lo que ha provocado una acumulación de fruta en el árbol desde el inicio. Algunos agricultores optaron por retener el producto en el árbol, lo que ha hecho que al final de la campaña hubiese mucha fruta sin recolectar, especialmente de las variedades más tardías.

El volumen de las importaciones ha disminuido en un 4% y el principal proveedor de Andalucía con un 32% ha sido Perú, seguido de México con un 16% y Marruecos con el 13%.

Aragón destina 33 millones en ayudas a la transformación de la industria agroalimentaria

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El Gobierno de Aragón ha convocado nuevas ayudas por 33 millones de euros destinadas a la transformación y mejora de la industria agroalimentaria.

El consejero de Agricultura y Ganadería, Joaquín Olona, y la directora general de Innovación y Promoción Agroalimentaria, Carmen Urbano, explicaron la semana pasada en una rueda de prensa el alcance de las subvenciones que abarcará los proyectos que se ejecuten entre el 2023 y 2025.

Olona señaló que “estamos ante la medida del Plan de Desarrollo Rural que mayor in-

versión moviliza, alcanzando los 823 millones de euros. Por cada euro de inversión pública se movilizan ocho en ámbito privado y lo que es más importante, fundamentalmente, en el medio rural”.

Las subvenciones están destinadas a actuaciones que, en el ámbito de la transformación y de la comercialización de productos agrarios, tiendan a mejorar el rendimiento y desarrollo económico, fomenten los productos de calidad, favorezcan la innovación, la internacionalización, la digitalización o el marketing. Y que, además, sean respetuosas con el medio ambiente, la segu-

ridad laboral, la higiene y bienestar animal.

Respecto a la creación de empleo, el consejero explicó que “pasamos de 630 nuevos puestos de trabajo en el periodo 2011-2015 a 1.298 nuevos empleos, lo que supone un crecimiento del 106% entre el 2015 y el 2018. Aún a falta de esta nueva convocatoria, contamos con 2.414 nuevos empleos esta legislatura, es decir, un 86% más respecto a la anterior”.

Aseguró que, con esta inyección económica, “se pretende impulsar la innovación en el sector, promover la sostenibilidad en el medio rural, impulsar la ordenación del territorio, facili-



Joaquín Olona y Carmen Urbano durante la presentación de la convocatoria. / GA

tar el aumento del valor añadido en las diferentes producciones, consolidamos el incremento de ventas o el apoyo al marketing”.

Según Olona, el sistema agroalimentario aragonés “supone el 10 por ciento del PIB de la Comunidad por lo que su crecimiento contribuye muy notablemente al impulso de la economía aragonesa en su conjunto. La previsión es que en el corto-medio plazo la

agroindustria supere los 20.000 empleos”.

Con el fin de favorecer el empleo en el medio rural, la intensidad de la ayuda se incrementa en las zonas menos favorecidas. En la provincia de Teruel un 20% de gasto subvencionables, en Huesca y Zaragoza provincia un 15%; que podrá incrementarse en un 10% adicional para las microempresas y pequeñas empresas.

Agrocultivos

El vector africano del HLB se extiende por todo el litoral de Portugal

Triozia erytrae se encuentra a menos de 120 kilómetros de las primeras plantaciones de Huelva

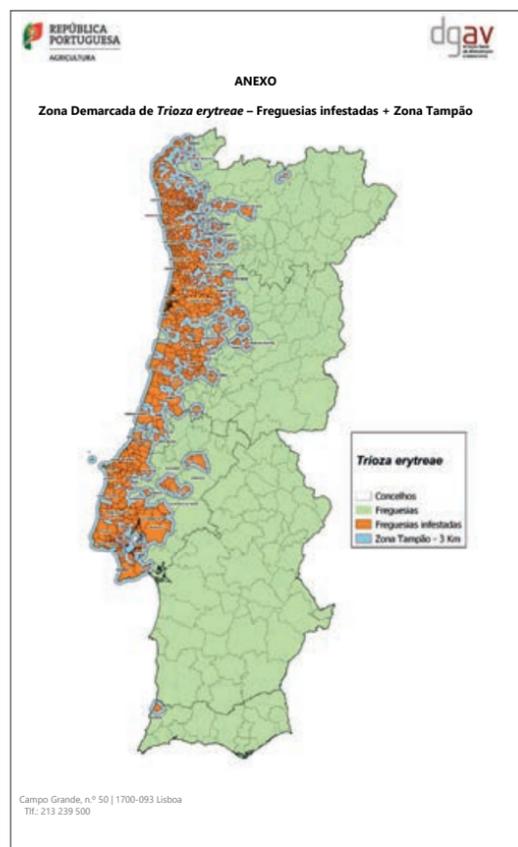
► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las alarmas del sector llevan tiempo sonando, avisando de las millonarias pérdidas que ocasionaría la llegada e implantación del HLB en la citricultura europea. Y en sentido las noticias que llegan no alientan al optimismo. El vector africano del HLB, *Triozia erytrae*, ya se ha extendido por todo el litoral de Portugal y amenaza las plantaciones cítricas de la provincia de Huelva. A ello se suma que el psílido *Diaphorina citri* —que tiene mayor capacidad para adaptarse al clima mediterráneo así como al patrón mayoritario, el Carrizo— ya fue detectado en enero en Israel y desde entonces nada se sabe de su evolución.

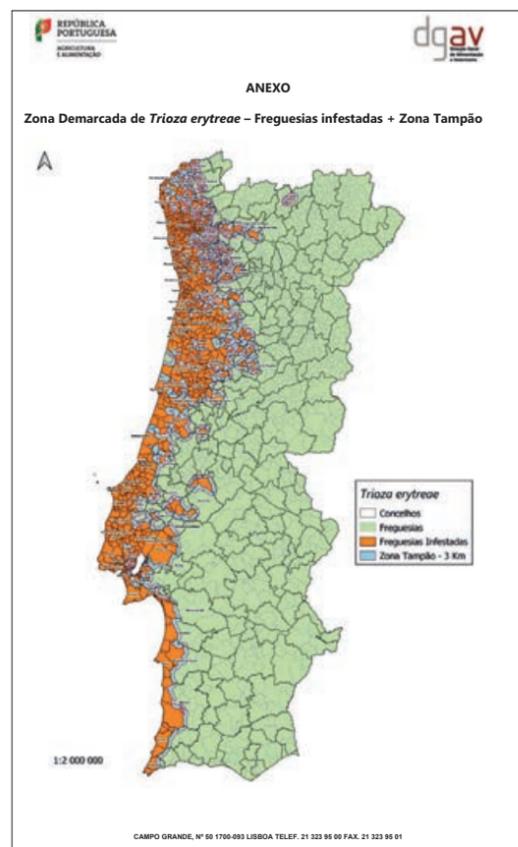
En Portugal, en octubre de 2021 se produjo la primera detección en la región citrícola del Algarve, en Aljezur. Un año más tarde, la *Triozia erytrae* ha colonizado unos 200 kilómetros del litoral atlántico luso más al sur y ya se encuentra a menos de 120 kilómetros de las primeras plantaciones de Huelva, en Ayamonte. Desde que fuera detectado en Oporto en 2015, el temido psílido se ha expandido sin interrupción por toda la costa del país vecino y ha colonizado también parte de Galicia (se detectó antes, en 2014), Cantabria, Asturias y el País Vasco.

La irrefrenable propagación del insecto portador de la cepa africana del HLB o *Huanglongbing* —que es la menos virulenta pero igualmente dañina— ya fue confirmada por la última auditoría de la Comisión Europea realizada a Portugal en noviembre del año pasado. En aquel informe, más allá de tranquilizar descartando la presencia de la bacteria que provoca la enfermedad, ya se alertaba de que las medidas implementadas por el país vecino eran “insuficientes para erradicar, ni siquiera para contener” a la *Triozia*. Este hecho, sumado a la confirmación en enero de la presencia del otro vector de esta enfermedad en Israel —la *Diaphorina citri*, que transmite la cepa asiática, más agresiva, y la africana— “cuestionan el futuro a medio plazo de la citricultura española”, alerta la presidenta del Comité de Gestión de Cítricos (CGC), Inmaculada Sanfeliu.

En su informe, los funcionarios de la DG de Sanidad y Seguridad Alimentaria ya criticaron la “incapacidad de las autoridades para promover medidas inmediatas con las que erradicar la plaga en las plantas hospedantes de jardines privados, a menos que los dueños cooperen voluntariamente”, así como “la falta de conocimiento sobre las parcelas donde la plaga está presente”. Sabiendo que la *T. erytrae* se ha



Zonas infestadas con *Triozia erytrae* el 1 de octubre de 2021, según la Direcção Geral de Alimentação e Veterinária de Portugal. / DGAV



Zonas infestadas con *Triozia erytrae* el 14 de octubre de 2022, según la Direcção Geral de Alimentação e Veterinária de Portugal. / DGAV

El otro psílido que porta la enfermedad más devastadora de la citricultura, la *D. citri* —que tiene mayor capacidad para adaptarse al clima mediterráneo así como al patrón mayoritario, el Carrizo— ya fue detectado en enero en Israel y desde entonces nada se sabe de su evolución

asentado en todo el litoral del Algarve, que es la principal zona citrícola del país —con unas 16.000 hectáreas y 370.000 toneladas de producción— pero también una región turística con un paisaje donde abundan las residencias diseminadas con pequeños huertos/jardines, no es difícil intuir que el insecto avance ahora —como ya lo hizo más al norte de Portugal— hacia el interior; hacia Huelva.

La distancia con respecto al primer foco mediterráneo de *D. citri* hallada en Israel no lo hace una amenaza menor. Y esto es así porque, como con el otro vector, la principal vía de entrada sería la importación de frutas



Ejemplar de *Triozia erytrae*, el vector de la cepa africana del HLB. / CGC

de zonas afectadas así como de material vegetal contaminado (plantas o varetas para injertos no sometidas a cuarentena). Con todo, la reciente constatación de su presencia en el Valle de Hefer, en una ciudad costera al norte de Tel Aviv, acredita su mayor capacidad de adaptación —frente a la *T. erytrae*— al clima mediterráneo, a temperaturas más cálidas. Además, investigaciones del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA), Universidad Jaume I y de la Universidad de Florida han acreditado que el patrón sobre el que se asienta la inmensa mayoría de naranjos y mandarinos en España —el Ci-

trange carrizo— “es un huésped extremadamente favorable para el desarrollo y reproducción” del también llamado psílido asiático. Tanto en Israel ahora, como en Florida y más aún en Brasil, lugares estos últimos devastados por el HLB y donde este vector sirve para propagar la enfermedad, la lucha contra el insecto se basa en el recurso constante a tratamientos fitosanitarios con productos que, en su inmensa mayoría, están prohibidos en la UE y que al menos sirven para atenuar o ralentizar los daños provocados por la bacteria *Candidatus Liberibacter asiaticus*. El país hebreo comunicó oficialmente, en ene-

ro de 2022, la presencia de *D. citri* seis meses después de haberla confirmado (en julio), desde entonces no ha habido información oficial alguna sobre la evolución de esta plaga.

Según un estudio elaborado por el propio CGC, que extrapola los datos sobre el avance de esta enfermedad en Florida, la citricultura española quedaría reducida a la mitad en 7 años y podría desaparecer en menos de 15 si finalmente llegara la bacteria del HLB. De ahí que la asociación insista ahora en la necesidad de que la CE refuerce hasta el extremo los controles en frontera —tanto con la inspección portuaria de frutos como la de pasajeros, que también pueden portar material vegetal infectado— y reclame la revisión urgente de la estrategia comunitaria en materia de productos de síntesis que, según la última propuesta de reglamento de uso sostenible de fitosanitarios, implicaría su prohibición en amplias zonas dedicadas a la producción citrícola. “La lucha biológica, como acreditan los resultados obtenidos por el parasitoide *Tamarixia dryi* en Canarias o Galicia, funciona y obtiene resultados contra la *Triozia* pero, como lo demuestra la situación en Portugal —donde también se ha liberado—, no es suficiente. Frente a la peor enfermedad, necesitamos disponer de todas las armas”, remarca la presidenta del CGC, Inmaculada Sanfeliu.

Entre ellas, el CGC tiene depositadas fundadas esperanzas en la línea de investigación abierta en el IVIA. Efectivamente el centro de Moncada —responsable de la importación de Sudáfrica del referido parasitoide— trabaja de la mano con el Instituto de Biología Molecular y Celular de Plantas (IBMCP) en la obtención de péptidos con actividad antibacteriana para el control del HLB; en la mejora genética de variedades de cítricos con resistencia a *Candidatus Liberibacter asiaticus* y en la edición de protoplastos de cítricos mediante CRISPR/Cas-9. Paradójicamente, tan revolucionaria técnica de edición y al contrario que en el resto del planeta, sigue siendo regulada en la UE por la misma restrictiva normativa de los transgénicos. El CGC —como la práctica totalidad de la comunidad científica— reclama que este marco normativo sea revisado también de urgencia. De no ser así, las variedades o patrones que pudieran obtenerse a través de esta tecnología —en Europa o en el resto del mundo— resistentes o tolerantes al HLB, a la salinidad, al mayor estrés hídrico... no podrían ser cultivadas en el viejo continente.

El cultivo ecológico de limón y pomelo representa un 20% de la superficie total

En los últimos 9 años la superficie bio ha aumentado un 503% en el caso del limón y un 327% en pomelo

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La superficie de limón ecológico cultivado bajo el modelo europeo en España alcanzó en 2021 las 10.300 hectáreas, aumentando un 503% respecto a 2012. En cuanto al pomelo bio, su superficie ha crecido un 327% desde 2012 alcanzando actualmente las 563 hectáreas. Tanto en limón como pomelo, el cultivo ecológico representa un 20% de la superficie total de cada uno de los cultivos.

“En poco tiempo, la producción de limón y pomelo bio será del 25% sobre el total”, apuntan desde Ailimpo (Asociación Interprofesional del Limón y Pomelo de España). Los productores españoles abanderan la agricultura orgánica en la Unión Europea.

La Región de Murcia, Andalucía y la Comunitat Valenciana concentran casi la totalidad de la producción de limón ecológico. La región de Murcia fue líder en 2021 en cuanto a superficie de cultivo con 3.964 hectáreas, seguida por Andalucía con 3.561. Por su parte, el limón representa el 47% de la superficie bio cultivada en las provincias valencianas con un total de 2.726 hectáreas.

En cuanto a la distribución regional del pomelo bio, Andalucía es la comunidad con mayor superficie con 263 hectáreas, seguida de la Comunitat Valenciana con 170 y la Región de Murcia con 127.

DEMANDA Y OFERTA BIO

“Los consumidores demandan cada vez más limón bio”, apuntan desde Ailimpo. Cada vez hay más personas que ven en lo natural una tendencia. Europeos que a la hora de comprar se interesan por el origen, calidad y prácticas de cultivo de los alimentos. Así, países como Alemania, principal consumidor europeo de alimentación orgánica, miran a la cuenca mediterránea para satisfacer su creciente demanda.

Hace nueve años apenas existía cultivo ecológico de limón en España. Desde entonces, el crecimiento ha ido en aumento potenciado por el modelo europeo de producción, garantía de máxima sostenibilidad, calidad,



Finca de cultivo de limón ecológico. / AILIMPO

trazabilidad y seguridad alimentaria. Así, en 2012, la superficie de limón cultivada en orgánico era de tan solo 1.708 hectáreas, lo que representaba el 4% del total. Tan solo 9 años más tarde, son 10.300 las hectáreas de limón bio de las 50.412 ha de limoneros que

hay en nuestro país. En pomelo ecológico la tendencia ha sido la misma, hemos pasado de representar solo el 7% del total de la superficie de este cultivo en 2012 a ocupar en 2021 un total de 563 hectáreas de las 2.831 de pomelo que existen en nuestro país.

EN LÍNEA CON EL PACTO VERDE EUROPEO

La Unión Europea camina hacia una mayor producción de alimentos ecológicos. La estrategia ‘De la Granja a la Mesa’ del Pacto Verde europeo tiene como objetivo que en 2030 el 25% de las

La Región de Murcia, Andalucía y la Comunitat Valenciana concentran casi la totalidad de la producción de limón ecológico

tierras produzcan en ecológico. Una meta que el sector del limón y el pomelo, a la vanguardia en técnicas de cultivo, ya casi han alcanzado.

“Nuestros cultivos ecológicos proceden de una agricultura que conserva e incrementa la biodiversidad al fomentar la plantación de setos y arbolado; al suprimir los productos de síntesis que afectan a la fauna y a toda la cadena alimentaria”, afirman desde Ailimpo. Además, “está controlada con una estricta normativa de calidad por lo que, para que el consumidor pueda diferenciar los productos ecológicos, todos deben llevar en su etiqueta el logo de la Unión Europea y el código numérico de la entidad de control que lo certifica”, informan desde la interprofesional.

SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN DE POMELO ECOLÓGICO EN ESPAÑA (AÑO 2021)

	Superficie cultivada inscrita (ha)			Sup. Total	Sup. Productiva (ha)	Prod. Estimada (tm)	Rendimiento (kg/ha)
	1º año prácticas	En conversión	Agri. ecológica				
Andalucía	64,84	40,36	157,61	262,81	157,61	5.740,40	36.421,55
Murcia	10,24	38,23	78,37	126,84	78,37	2.510,00	32.027,56
Valencia	21,69	77,53	71,25	170,47	71,25	1.922,90	26.988,07
Otros	0,00	0,00	3,20	3,20	3,20	18,95	5.921,88
TOTAL	96,77	156,12	310,43	563,32	310,43	10.192,25	32.832,68

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación)

SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN ESTIMADA DE LIMÓN ECOLÓGICO EN ESPAÑA (AÑO 2021)

	Superficie cultivada inscrita (ha)			Sup. Total	Sup. Productiva (ha)	Prod. Estimada (tm)	Rendimiento (kg/ha)
	1º año prácticas	En conversión	Agri. ecológica				
Andalucía	571,00	673,10	2.316,49	3.560,59	2.316,49	86.285,92	37.248,56
Murcia	620,16	993,29	2.350,72	3.964,17	2.350,72	70.520,00	29.999,32
Valencia	177,87	873,12	1.674,80	2.725,79	1.674,80	53.457,90	31.918,98
Otros	1,92	2,64	44,16	48,72	44,16	327,42	w7.414,40
TOTAL	1.370,95	2.542,15	6.386,17	10.299,27	6.386,17	10.192,25	32.832,68

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación)

El cambio climático y energético serán protagonistas en Pomatec 2022

Se celebrará el 2 de diciembre en Torroella de Montgrí (Girona)

ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Los tiempos están cambiando es el título de la 22ª edición de la Jornada Pomatec 2022. Afrucat, la IGP Poma de Girona y el ayuntamiento de Torroella de Montgrí (Girona) organizan esta jornada

Manel Simon, director general de Afrucat, comenta que “Pomatec es ya un lugar de referencia en España para la discusión y el análisis del mercado de la manzana”. En referencia al título de esta edición, describe que

“a parte del análisis de stocks y situación comercial, otros de los pilares para este año en Pomatec va a ser dos temas de rabiosa actualidad como el cambio climático y las tendencias en variedades club en manzana, que discurrirémos en mesa redonda en cuanto a las tendencias y a las bondades o no de este tipo de estrategias que son, sin duda, una buena base para innovar y diferenciar nuestros futuras manzanas”.

En la jornada se hablará del cambio climático de la mano

del Dr. Antonio Ruiz de Elvira, catedrático de Física de la Universidad de Alcalá de Henares, y del cambio de modelo energético con Enrique Vázquez, presidente de EnerGroc. También se actualizará las previsiones de cosecha en la intervención de Philippe Binard, presidente de Freshfel, y la mesa redonda posterior contará con la participación de representantes de la producción francesa, italiana, portuguesa y de diferentes zonas de España. Otro debate versará sobre los clubes de man-



Cartel de Pomatec 2022. / O ORTEGA

zana que contará con la ponencia de Dr. Walter Guerra, jefe del Institute for fruit Growing and Viticulture.

Simon desgrana que “uno de los puntos clave de análisis es el momento de cambio del mercado. Justo en Navidad acaba una campaña de comercialización corta y comienza la de larga conservación con el resto (más importante) de producto. Realizar este intercambio de impresiones comerciales entre los diferentes operadores europeos en este momento nos parece muy interesante y necesario”.

En el marco Pomatec, Afrucat junto con Nufri, y la IGP de Poma de Girona, (Girona Fruits, Giropoma y Fructicola Empordà), presentarán la campaña de promoción ‘Cuídate como te cuida una manzana’, subvencionada por la UE y que se desarrollará durante los próximos tres años en toda España.

Uva de mesa DO Uva Embolsada del Vinalopó

JOSÉ BERNABEU / Presidente del CR de la DO Uva de Mesa Embolsada del Vinalopó

“Vendiendo a los mismos precios que en años anteriores se pierde dinero”

El presidente del Consejo Regulador de la DO Uva de Mesa Embolsada del Vinalopó, José Bernabeu, explica que en la presente campaña la producción amparada rondará los 40-41 millones de kilos y, hasta el momento, los precios se mantienen en niveles similares a los registrados en ejercicios anteriores. También resalta el gran aumento de los costes de producción y la falta de relevo generacional en el campo, no tan acusado en empresas productoras y comercializadoras, pero sí en los minifundios.

ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué análisis realizan desde la Denominación de Origen de la campaña de uva de mesa?

José Bernabeu. Es muy difícil ofrecer datos sobre la producción de uva de mesa, ya que en la comarca hay bastante uva destapada, es decir, sin el sistema de embolsado. Sin embargo, en cuanto a la producción amparada por la Denominación de Origen, esta se sitúa entre los 40-41 millones de kilos. Por otro lado, el precio se encuentra en los valores de años anteriores por estas fechas, aunque oscila mucho en función de la calidad de la fruta o del momento.

VF. ¿Cómo está afectando el incremento de los costes de producción al sector de la uva de mesa embolsada?

JB. Los costes de producción están disparados, se ha encarecido todo. Este año, comercializando a los mismos precios que se vendía en años anteriores, se pierde dinero. Todo está más caro. El coste de la electricidad y el agua no hacen más que aumentar. Sin embargo, los productos agroalimentarios no suben al mismo ritmo que los costes, y, por tanto, los agricultores están pasando un mal año marcado por la duda y preguntándose qué ocurrirá.

VF. ¿Existe incertidumbre respecto a la disponibilidad de recursos hídricos en esta campaña?

JB. De momento hemos tenido buena disponibilidad de agua, pero lo que realmente nos preocupa son las noticias que se están difundiendo últimamente. La negatividad que se observa en los medios de comunicación sobre la disponibilidad de recursos hídricos es elevada. Se afirma que no va a poderse trasvasar agua, y ese tipo de informaciones inciden sobre la mentalidad de los agricultores. No es lo mismo proyectar una plantación de hortalizas, realizada más a corto plazo, donde, si la cosecha sale mal, las consecuencias no son tan graves, que si la proyección es de frutales, donde hablamos de plantaciones más a largo plazo y el coste de las inversiones es muy elevado.

En este contexto, las noticias que se leen sobre la falta de disponibilidad de recursos hídricos ahuyentan a los agricultores que tienen el propósito de realizar una plantación y provocan que se lo



Pepe Bernabeu critica a los medios sus noticias sobre los recursos hídricos. / VF

piensen dos veces y se pregunten: ¿dispondré de agua de aquí a dos años o ya no quedará? Es una negatividad que está calando entre los agricultores y perjudica mucho al sector. Y con el trasvase Tajo-Segura ocurre lo mismo.

VF. ¿Cuáles son los principales mercados a los que se destina la uva de mesa del Vinalopó?

JB. Nosotros exportamos las primeras variedades generalmente a Europa, en especial a Francia y al centro del continente. Y la última, la variedad Aledo, que se produce a final del año, la enviamos, sobre todo, a Italia, aunque también al resto del Europa. Dentro de un mes, hacia mediados de noviembre, el sector estará im-



La producción amparada por la DO rondará las 41.000 toneladas. / ARCHIVO

“Los productos agroalimentarios no suben al mismo ritmo que los costes y, por tanto, los agricultores están pasando un mal año”

portando uva de Italia, y luego, a final de año, exportaremos la variedad Aledo que ellos no poseen.

VF. ¿Qué acciones de promoción han realizado este año?

JB. Las acciones de promoción que hemos realizado están vinculadas a las redes sociales, también se ha hecho algo con influencers y en medios de comunicación tradicionales como la radio, en concreto en Onda Cero. Las promociones las centramos sobre todo en los meses de sep-

tiembre y octubre, que es cuando más lo necesita el sector. En cambio, hacia final de año, tenemos menos competencia, se vende más y podemos prescindir de las acciones de promoción porque no dependemos tanto de ellas. Para Navidad acuden todas las cadenas de televisión por cuenta propia para hablar de la uva y no hace falta invertir en este ámbito. Todos los recursos que el consejo regulador tiene disponibles para invertir en promoción los utiliza a principios de campaña.

VF. ¿En qué medida es para la DO un reto el relevo generacional?

JB. Ha habido renovación generacional en las empresas productoras y comercializadoras. Sin embargo, en el minifundio, los pequeños y mediados agricultores han ido jubilándose y no observamos ese relevo que sí que está presente en las grandes compañías productoras.

VF. ¿Qué supone para la DO Uva de Mesa Embolsada del Vinalopó formar parte de la marca Molt de Gust?

JB. Es una forma de promoción, y tenemos que aprovechar todas las posibilidades que ofrece la Generalitat Valenciana para el sector porque esta participación nos aporta una gran visibilidad.

Tailandia abre su mercado a la uva de mesa y pera de España

► VF. REDACCIÓN.

El Gobierno de Tailandia ha comunicado al Ministerio de Agricultura la apertura de su mercado para la uva de mesa y la pera de origen España, tras un intenso trabajo de colaboración entre los gobiernos de ambos países. “Este buen resultado pone de relieve los esfuerzos negociadores del Ministerio con las autoridades fitosanitarias de los países terceros que son de interés para los productores españoles, en el marco del impulso a la internacionalización del sector agroalimentario”, señala el MAPA.

El proceso para reabrir este mercado ha sido largo. Tailandia decidió cerrar de forma unilateral sus fronteras a la fruta española por motivos fitosanitarios en 2010, y hasta 2017 no se pudo retomar el proceso negociador. Durante la negociación la administración española ha aportado numerosa información técnica que acredita la seguridad fitosanitaria de las producciones españolas.

En este camino, las autoridades del departamento de Agricultura de Tailandia realizaron una visita de auditoría específica, en la primera quincena del pasado mes de agosto, que tuvo un resultado satisfactorio y ha finalizado con la propuesta de protocolos de importación para estas dos frutas.

Las autoridades tailandesas han informado que elevarán ahora la propuesta al Comité de Cuarentena Vegetal para su tramitación y publicación oficial, y confirmarán, a la mayor brevedad posible, la fecha exacta de su entrada en vigor. Se espera que los mercados estén de nuevo abiertos para

la exportación en la próxima campaña.

El Ministerio de Agricultura publicará toda la información sobre los procedimientos de inscripción en las futuras campañas de exportación de uva de mesa y pera, así como los requisitos fitosanitarios para el acceso de las empresas exportadoras a este mercado, tan pronto como se publiquen los protocolos en la Gaceta Oficial de Tailandia.

En noviembre de 2018 el Ministerio ya logró la apertura de China y Vietnam para la uva de mesa española y con la reapertura de Tailandia se consolida una nueva región para las exportaciones de este producto.

■ CEREZA

Además, las autoridades de Tailandia han decidido autorizar a un almacén de cereza ubicado en España, por primera vez, la realización de tratamientos en frío en origen, lo que facilitará la exportación de esta fruta. Durante su visita a nuestro país en agosto, los técnicos tailandeses informaron que España sería, tras Australia, el segundo país del mundo en obtener la autorización para realizar el tratamiento en frío de la fruta.

La instalación podrá utilizarse para estos tratamientos en frío en origen principalmente para cereza, pero también para cualquier otra fruta autorizada. “Esta posibilidad abre oportunidades de negocio a nuestro sector, ya que incrementa las expectativas de exportación de fruta fresca de alta calidad y su posibilidad de ser enviada en avión, tras realizar el tratamiento de frío en origen en vez de en tránsito”, explica el Ministerio.

Itum presume de sus 20 variedades registradas

El Imida celebra el 20 aniversario de su colaboración con la sociedad de investigación mostrando nuevas variedades



El consejero Antonio Luengo con los asistentes al acto conmemorativo del 20 aniversario de Itum. / CARM

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (Imida) celebró recientemente el vigésimo aniversario de la colaboración con la Sociedad Murciana de Investigación y Tecnología de Uva de Mesa (Itum), una iniciativa público-privada que ha logrado crear una línea de sabores de uva de mesa con 20 nuevas variedades registradas.

En un acto celebrado en la finca experimental Cuatro Vientos-Estación de Blanca se mostró a los productores de uva de mesa y representantes del sector agrario los avances logrados durante estos años y se explicaron las ventajas de las dos nuevas variedades registradas recientemente.

El consejero de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca, Medio Ambiente y Emergencias de la Región de Murcia, Antonio Luengo, puso en valor las nuevas variedades que, desde el punto

de vista de los consumidores, aportan mayor sabor y calidad, y que, para los productores, son más rentables, al requerir menor cantidad de agua durante su cultivo, además de ser más resistentes a las principales enfermedades y ampliar el calendario de vendimia.

Estas forman parte de la nueva línea de sabores obtenidas cruzando variedades de sabor Foxé con otras de sabor moscatel. El resultado último obtenido son las denominadas ‘Itumnineteen’, una uva de color negro reconocida por su sabor y textura crujiente, que tiene un calibre de entre 19 y 22 milímetros y es de recolección temprana. Por su parte, la ‘Itumtwenty’, de color blanco, tiene un calibre que oscila entre los 20 y 22 milímetros, un sabor caramelizado y es de recolección tardía.

Antonio Luengo explicó que “el resultado es una uva sin pepitas de textura crujiente, con

buen tamaño de racimos y bayas y una buena calidad organoléptica”. También hizo referencia a las ventajas para los productores como la maduración temprana o tardía para ampliar calendario de cultivo, su capacidad productiva y su resistencia a la manipulación y transporte.

“Con estas dos nuevas variedades, ya son una veintena las registradas por el Imida y desarrolladas junto a Itum, lo que ha permitido a la Región de Murcia liderar la investigación sobre la mejora genética de la vid y la renovación varietal”, destacó el consejero.

El titular de Agricultura aseguró que “se trata de un éxito de colaboración público-privada, pues sus investigaciones han permitido transferir al sector productivo nacional e internacional los avances de dos décadas de innovación para responder a las demandas del sector y de los ciudadanos”.

■ PROYECTO INTERNACIONAL

El programa de mejora genética en uva de mesa desarrollado por ambas instituciones comenzó en el año 2002 y actualmente lo constituyen 24 empresas, que suponen más del 90% de productores de la Región.

Su objetivo principal es desarrollar nuevas variedades con buena calidad para el consumidor, económicamente rentables para el productor y que satisfagan las necesidades de los mercados.

El desarrollo de las nuevas variedades inicialmente se produjo para fortalecer a los productores locales, pero ante el interés mostrado por productores del resto del mundo, se ha enviado material vegetal para su cultivo a Chile, Perú, Argentina, Brasil, Sudáfrica, Australia, México e India, y próximamente se enviará a Estados Unidos. En estos países se produce a contra estación para dar continuidad en los mercados internacionales a las variedades de uva de mesa murcianas.

Las 20 nuevas variedades de uva de mesa apirenas obtenidas y registradas en la Región de Murcia por Imida-Itum se cultivan en los cinco continentes, en 10 países en los que actualmente hay más de 1.500 hectáreas en producción, y cumplen los más altos estándares de calidad exigidos por los mercados internacionales.

frutas torero

**Hortofrutícola
TOPI**
D. P. F. H. N° 591

Ctra. de la Estación, s/n
30550 Abarán (Murcia) España
Tels.: 696 44 30 60 - 968 77 07 91
Fax: 968 45 05 28
Móvil: 630 90 60 30
antonio@frutastorero.com
www.frutastorero.com

frutas
torero

Frutas Torero

en el mundo entero

Abarán, Londres, Vietnam, China



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

Y lo mejor es la uva de mesa embolsada del Vinalopó, única uva embolsada con denominación de origen del mundo, que crece orgullosa protegida por una bolsa de papel.

Con unas características físicas y gastronómicas excepcionales y con una cosecha que supera los 36 millones de kg, la uva de mesa embolsada del Vinalopó contribuye al desarrollo territorial de toda una comarca, creando más de 13.000 empleos durante la campaña en el Valle Medio del Vinalopó.



Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 17 al 23 de octubre de 2022, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	2,50
Almendra	6,00
Kaki Otras Variedades	2,20
Castaña	3,89
Chirimoya Fina de Jete	1,60
Campas	1,19
Ciruela Otras Familia Black	1,50
Angeleno	1,70
Golden Japan y Songold	0,50
Otras Variedades	1,00
Coco en Seco	1,00
Dátil Deglet Nour	4,00
Medjoul	8,00
Granada Mollar Elche	0,81
Mollar Xàtiva / Valencia	0,37
Higo Verdal	2,30
Chumbo	1,78
Seco	1,30
Kiwi Kiwigold	4,00
Pulpa Verde	3,50
Lima Otras Variedades	0,95
Persian	2,40
Limón Verna	0,90
Fino o Primafiori	0,61
Rodrejo	1,00
Mandarina Fortuna	0,60
Clemenule	1,40
Okitsu / Owari	0,88
Otras Variedades	0,90
Clauselina	1,40
Oroval	0,86
Mango Tommy Atkins	1,50
Manzana Golden	0,90
Royal Gala	1,10
Starking o Similares	0,88
Otras Variedades	1,30
Fuji	1,14
Melocotón Calanda	2,71
Otras Variedades	1,45
Melón Piel de Sapo	0,34
Amarillo	0,49
Membrillo	0,96
Naranja Otras Variedades	1,00
Nectarina de Carne Amarilla	1,28
Nuez	4,20
Papaya o Papayón	3,00
Pera Conferencia	1,30
Ercolini / Moretini	1,48
Agua o Blanquilla	1,60
Limonera	0,97
Piña Golden Sweet	1,25
Pitahaya Otras Variedades	8,00
Plátano Americano o Banana	1,00
Canarias 1ª	1,80
Macho	2,30
Otras Variedades	1,10
Pomelo Amarillo	1,50
Sandía Sin Semilla	0,44
Uva Aledo	1,10
Blanca Otras Variedades	1,38
Negra Otras Variedades	1,30
Italia o Ideal	1,25
Red Globe	1,00
Sin Semilla Negra	2,50
Sin Semilla Blanca	1,50
Victoria	1,14
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas	0,60
Hojas Rizadas Lyon	0,70
Ajo Morado	2,94
Tierno o Ajete	2,50
Apio Verde	0,70
Berenjena Morada	0,70
Otras Variedades	0,50
Boniato o Batata	0,90
Brocoli o Brócoli o Brecol	1,50
Calabacín Verde	0,55
Otras Variedades	1,30
Calabaza De Verano	0,50
De Invierno	0,60

Otras Variedades	0,39
Cardo	1,00
Cebolla Otras Variedades	0,50
Blanca Dulces Fuentes de Ebro	1,30
Grano de Oro	0,60
Morada	0,88
Tierna	3,00
Chirivía	1,00
Col de Hojas Lisas	0,50
Lombarda o Repollo Rojo	0,60
Repollo de Hojas Rizadas	1,00
Coliflor	2,00
Endivia	2,00
Escarola Rizada o Frisée	1,00
Espárrago Verde o Triguero	4,10
Espinaca	0,90
Jengibre	2,30
Judía Verde Fina	4,11
Otras Variedades	5,00
Verde Perona	3,69
Lechuga Cogollo	2,25
Hoja de Roble	1,50
Iceberg	1,60
Romana	0,50
Otras Variedades	1,20
Nabo	0,70
Perejil	0,60
Pepino Corto o Tipo Español	0,82
Perejil	0,60
Pimiento Verde Italiano	1,24
Rojo Lamuyo	1,45
Verde Padrón	3,28
Rojo Pico o Piquillo	2,34
Puerro	1,00
Rábano y Rabanilla	1,20
Remolacha Común o Roja	0,70
Resto de Hortalizas	0,60
Seta Champiñón	2,18
Tomate Asurcado Verde Raf	3,25
Liso Rojo Pera	1,15
Muchamiel	2,49
Otras Variedades	2,70
Liso Rojo Rama	1,60
Daniela / Long Life / Royesta	1,62
Yuca / Mandioca / Tapioca	2,00
Zanahoria Nantesa	0,60
PATATAS	Euros/kg
Blanca Ágata (Confec.)	0,70
Blanca Spunta (Granel)	1,00
Blanca Agría (Granel)	0,80
Roja Otras Variedades (Confec.)	1,80

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 27 de octubre de 2022, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	1,50
Aguacate	3,00
Almendra	7,00
Macho	1,40
Avellana	6,50
Kaki	1,60
Carambolas	4,00
Castañas	3,50
Cerezas	13,00
Cocos	1,10
Membrillo	1,40
Dátiles	4,00
Feijos	8,00
Higo	3,00
Higos Chumbos	2,20
Frambuesa	1,00
Grosellas	10,00
Kiwis	2,60
Lichis	7,00
Lima	3,00
Limón	1,10
Fresa	2,80
Fresón	4,00
Granada	1,20
Mandarina Clementina	1,00
Satsuma	1,30
Otras	2,20
Mangos	2,40
Maracuyá	8,00

Melón Galia	0,75
Amarillo	0,80
Piel de Sapo	1,20
Otros	1,10
Moras	16,50
Nashi	2,10
Nectarina Blanca	1,80
Amarilla	1,80
Nispero	3,75
Nueces	4,00
Olivas	1,80
Papayas	4,50
Pera Blanquilla	1,60
Verano	2,20
Invierno	1,50
Temprana	1,10
Piña	0,90
Pitahaya	10,00
Plátanos Canario	1,60
Importación	1,20
Manzana Bicolor	0,80
Amarilla	1,20
Verde	1,30
Roja	1,30
Otras	1,40
Melocotón Amarillo	3,00
Rojo Pulpa Blanca	1,20
Rojo Pulpa Amarilla	1,20
Ciruela	1,40
Uva Blanca	2,30
Negra	1,80
Rambután	12,50
Sandía con semilla	0,85
Sin semilla	0,60
Naranja	0,90
Chirimoya	1,80
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	0,75
Redonda	1,10
Ajo Seco	2,80
Tierno	0,80
Apio	0,90
Acelgas	1,00
Batata	0,60
Borrajá	1,00
Brócoli	0,80
Brécol	1,80
Calçots	0,09
Calabaza	0,50
Calabacín	0,75
Cardo	0,60
Alcachofa	3,50
Cebolla Seca	0,60
Figueras	0,75
Tierna	0,90
Pepino	0,60
Col Repollo	0,90
Bruselas	1,65
Lombarda	0,45
China	0,70
Coliflor	1,00
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,50
Larga	0,60
Otras	0,70
Endivia	1,10
Escarola	0,70
Espárragos Blancos	5,00
Verdes	5,50
Espinaca	0,70
Haba	1,40
Hinojo	1,30
Perejil	0,50
Judía Bobi	2,00
Perona	3,00
Fina	1,80
Otras	3,50
Nabo	0,90
Zanahoria	0,60
Patata Blanca	0,63
Temprana	0,50
Roja	0,60
Pimiento Lamuyo	1,40
Verde	1,30
Rojo	1,70
Guisante	2,90
Puerro	1,15

Rábano	0,40
Remolacha	0,70
Tomate Maduro	0,80
Verde	1,20
Chirivía	1,40
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	6,00
Rovellón-Niscaló	10,00
Champiñón	2,00
Otras Setas	10,00
Maíz	0,50
Caña de Azúcar	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 21 al 25 de octubre de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Limonas	1,30
Mandarinas	1,10-0,95
Manzana Golden	0,80
Melocotones Amarillos	4,00-3,50
Melón Piel de Sapo	0,80-0,75
Naranja	1,10-1,00
Pera Blanquilla	1,30
Plátanos	1,80
Uva Moscatel	1,55-1,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga	0,75-0,58
Cebolla	0,55
Coliflor	1,20-0,85
Judía Verde	3,25-2,50
Patatas Calidad	0,53
Pimientos Verdes	1,75-1,70
Tomate Maduro	2,00-1,80
Verde	2,10-1,80
Zanahorias	0,50

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 17 al 23 de octubre de 2022. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,22
Almendra	8,64
Castaña	4,80
Ciruela	1,31
Chirimoya	1,82
Dátil	5,03
Fresa / Fresón	7,00
Granada	1,34
Kaki Pérsimon	1,85
Kiwi / Zespri	2,91
Lima	2,95
Limón	1,16
Mandarina Clementina / Fortuna / Nadorcott	1,69
Satsuma / Ckitsu / Clauselina / Rufina / Chupi	1,18
Oronules	1,55
Mango	1,89
Manzanas O.V.	2,25
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,92
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,39
Royal Gala / Cardinale	1,35
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,92
Granny Smith	1,75
Melocotón Baby Gool	3,00
Melón / Galia / Coca	0,85
Membrillo	1,22
Naranja Navel	1,37
Valencia Late / Miaknight	1,18
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,80
Nectarina	2,60
Nuez	4,28
Papaya	4,00
Pera Conferencia / Decana	1,44
Ercolini / Etrusca	1,64
Blanquilla o Agua	1,46
Limonera	1,29
Passa Crassana	2,02
O.V. / General Lecler / Nashi /	

Red Sensation / Topea	2,25
Piña	1,27
Plátano	1,91
Banana	1,26
Pomelo / Rubi Start	1,72
Sandía	0,95
Uva	2,17
Otros Frutos Secos	13,07
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,90
Ajo Seco	2,71
Tierno / Ajete	11,00
Alcachofa	2,60
Apio	1,18
Berenjena	0,89
Batata / Boniato	1,21
Brócoli / Brecol	1,94
Calabacín	1,08
Calabaza / Marrueco	0,91
Cebolla / Chalota	0,59
Cebolleta	1,19
Champiñón	2,23
Col Repollo	0,93
Lombarda	0,97
Coliflor / Romanescu	1,09
Escarola	1,05
Endivia	2,13
Espárrago Verde	4,73
Espinaca	1,30
Judía Verde Fina (Brasileña)	4,10
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	2,22
Boby / Kora / Striki	2,37
Lechuga O.V.	0,67
Cogollo	1,93
Iceberg	0,92
Maíz	2,15
Nabo	1,21
Pepino	0,77
Perejil	1,43
Pimiento Verde	1,07
Rojo (Asar)	1,60
Puerro	1,53
Rábano / Rabanilla	1,85
Remolacha	1,62
Seta	4,99
Tagarnina / Cardillo	2,86
Tomate O.V.	1,45
Cherry	2,23
Daniela	1,25
Zanahoria	0,71
Hierbabuena	1,50
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,67
Añeja	0,58

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 17 al 21 de octubre de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	4,00
Aguacate Hass	9,93
Fuerte	6,40
Otras Variedades	5,45
Cacahuete	1,65
Carambola	2,95
Castaña	4,95
Chirimoya Otras Variedades	3,05
Ciruela Otras Familia Black	1,37
Santa Rosa	1,60
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nou	2,35
Fresón Otras Variedades	11,95
Granada Otras Variedades	2,02
Guayaba Otras Variedades	2,71
Higo Chumbo	1,40
Seco	3,45
Verdal	5,45
Kaki Rojo Brillante o Persimón	2,70
Otras Variedades	2,45
Kiwi Kiwigold	4,99
Pulpa Verde	4,06
Limón Fino o Primafiori	0,95
Otras Variedades	0,95
Verna	0,95
Mandarina Clementate	2,73
Clemenule	2,79

MERCADOS NACIONALES

Ortanique.....	2,63
Clemenvilla o Nova.....	2,28
Manga Kent.....	2,26
Mango Tommy Atkins.....	1,95
Manzanas Fuji.....	1,65
Golden.....	1,77
Royal Gala.....	1,65
Granny Smith.....	1,75
Otras Variedades.....	1,60
Staking o Similares.....	1,75
Reineta.....	2,05
Melocotón Baby Gold.....	3,45
Merryl y Elegant Lady.....	2,35
Melón Piel de Sapo.....	1,39
Amarillo.....	1,15
Otras Variedades.....	1,35
Galia.....	1,15
Naranja Valencia Late.....	1,54
Otras Variedades.....	1,49
Lane Late.....	1,53
Navelina.....	1,54
Navel.....	1,51
Navel Late.....	1,53
Nectarina Carne Blanca.....	2,70
Nuez.....	4,20
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	2,15
Papayón (2-3 kg/ud).....	2,47
Pera Conferencia.....	1,50
Ercolini / Morettini.....	2,01
Otras Variedades.....	1,56
Limonera.....	1,63
Piña Golden Sweet.....	5,70
Plátanos Canarias Primera.....	1,45
Canarias Segunda.....	1,30
Canarias Extra.....	1,60
Pomelo Rojo.....	1,89
Amarillo.....	1,87
Sandía Con Semilla.....	1,19
Sin semilla.....	1,35
Uva Blanca, Otras Variedades.....	1,80
Red Globe, Roja.....	1,80
Negra Otras Variedades.....	2,35
Resto de frutas.....	1,30
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga de Hojas Rizadas Lyon.....	1,45
Ajo Blanco.....	2,45
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95
Apio Verde.....	1,80
Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada.....	1,35
Berros.....	2,63
Boniato o Batata.....	1,52
Brócoli, Brocol o Brócoli.....	3,37
Calabacín Blanco.....	1,10
Verde.....	0,55
Calabaza de Verano.....	0,85
De Invierno.....	0,85
Cebolla Grano Oro o Valenciana.....	0,84
Morada.....	1,15
Recas o Similares.....	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna.....	0,95
Col China o Pekinensis.....	1,75
Lombarda o Repollo Rojo.....	1,45
Repollo Hojas Rizadas.....	1,05
Coliflor.....	2,43
Endivia.....	1,30
Escarola Rizada o Frisée.....	1,97
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Espinacas.....	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Roja.....	2,50
Haba Verde o Habichuela.....	1,35
Hinojo.....	2,45
Judía Verde Bobby.....	3,93
Verde Otras Variedades.....	3,45
Verde Elda.....	4,95
Lechuga Otras Variedades.....	0,30
Romana.....	0,96
Maíz o Millo.....	0,58
Nabo.....	0,95
Pepino Corto o Tipo Español.....	0,75
Largo o Tipo Holandés.....	1,15
Perejil.....	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	1,45
Rojo Lamuyo.....	2,55
Verde Italiano.....	1,86
Verde Padrón.....	2,53
Otras Variedades.....	1,68
Puerro.....	2,07
Rábano y Rabanilla.....	0,65
Remolacha Común o Roja.....	1,30
Seta Champiñón.....	2,45
Girgola o Chopo.....	2,20
Tomate Cherry.....	2,15
Liso Rojo Daniela/	
Long Life/Royesta.....	2,12
Liso Rojo Canario.....	1,00
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	1,13
Jengibre.....	2,25
Ñame o Yame.....	3,85

Yuca o Mandioca o Tapioca.....	0,95
Hortalizas IV Gama.....	5,50
Resto Hortalizas.....	0,80
PATATAS (Granel) Euros/kg	
Blanca, Otras Variedades.....	1,45
Blanca Spunta.....	1,75
Otras Variedades.....	0,95
Roja Otras Variedades.....	1,45

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 21 al 25 de octubre de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Limonas.....	1,00-1,08
Mandarinas.....	1,76-1,84
Manzana Golden.....	1,24-1,22
Roja.....	1,25
Melocotones	
Amarillos.....	3,72-3,00
Melón Piel de Sapo.....	0,76-1,10
Naranja.....	1,20-1,19
Pera Blanquilla.....	1,20-1,25
Plátanos.....	1,76-1,89
Uva Moscatel.....	1,50-1,48
HORTALIZAS Euros/kg	
Lechuga.....	0,80
Cebolla.....	0,48
Coliflor.....	1,22-0,92
Judía Verde.....	3,05-2,67
Patatas Calidad.....	0,58-0,59
Comunes.....	0,58
Pimientos Verdes.....	1,90-1,78
Tomate Verde.....	1,95-1,90
Zanahorias.....	0,50

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 21 al 25 de octubre de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Limonas.....	1,15
Mandarinas.....	0,98
Manzana Golden.....	1,15
Roja.....	1,31
Melocotones Amarillos.....	3,40
Melón Piel de Sapo.....	0,76
Naranja.....	1,11
Pera Blanquilla.....	1,42
Plátanos.....	1,70
Uva Moscatel.....	1,57
HORTALIZAS Euros/kg	
Lechuga.....	0,72
Cebolla.....	0,55
Coliflor.....	1,08
Judía Verde.....	2,36
Patatas Calidad.....	0,70
Comunes.....	0,60
Pimientos Verdes.....	1,12
Tomate Verde.....	1,56
Zanahorias.....	-0,62

Mercamurcia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 17 de octubre 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.....	2,40
Hass.....	2,10
Otras Variedades.....	1,70
Castaña.....	2,80
Chirimoya Campas.....	1,75
Fina de Jete.....	1,00
Otras Variedades.....	1,25
Ciruela Golden Japan y Songold.....	1,25
Angeleno.....	1,75
Santa Rosa.....	1,10
Otras Variedades.....	0,95
Coco en Seco.....	1,00
En Verde.....	0,75
Dátil Deglet Nour.....	4,00
Medjooul.....	9,00
Otras Variedades.....	3,50
Fresón Otras Variedades.....	5,00
Granada Mollar Elche.....	0,90
Otras Variedades.....	0,80
Guayaba.....	2,00
Higo Chumo.....	3,00
Kaki Sharoni.....	2,40
Kiwi Otras Variedades.....	2,25
Pulpa Verde.....	2,50
Lima Mejicana.....	2,00
Limón Verna.....	0,65

Rodrejo.....	0,75
Mandarina Clemenpons.....	1,25
Otras Variedades.....	2,00
Mango Haden.....	2,00
Tommy Atkins.....	1,75
Otras Variedades.....	1,50
Manzana Golden.....	0,85
Starking o Similares.....	0,90
Granny Smith.....	1,40
Royal Gala.....	0,95
Fuji.....	1,00
Verde Doncella.....	1,75
Melocotón Calanda.....	2,50
Otras Variedades.....	1,50
Melón Piel de Sapo.....	1,25
Mebrillo Común.....	0,90
Naranja Navel.....	1,25
Valencia Late.....	1,00
Navel Late.....	1,40
Otras Variedades.....	1,00
Nectarina Otras Variedades.....	1,40
Nuez.....	3,50
Papaya Solo Y Sunrise.....	1,80
Papaya o Papayón.....	2,50
Otras Variedades.....	2,00
Pera Conferencia.....	1,30
Ercolini / Morettini.....	1,50
Agua o Blanquilla.....	1,10
Limonera.....	1,25
Piña Otras Variedades.....	1,30
Golden Sweet.....	1,40
Pitahaya Roja.....	4,00
Amarilla.....	4,00
Plátano Canarias Extra.....	2,10
Canarias 1ª.....	1,80
Canarias 2ª.....	1,50
Americano o Banana.....	1,20
Macho.....	2,00
Pomelo Rojo.....	1,20
Sandía Sin Semilla.....	0,70
Uva Michelle Parlieri.....	1,25
Red Globe.....	1,50
Sin Semilla Negra.....	1,25
Sin Semilla Blanca.....	1,50
Tamarindo.....	2,75
Resto de Frutas.....	3,00
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga Hojas Lisas.....	0,65
Ajo Blanco.....	2,60
Morado.....	2,20
Melón Piel de Sapo.....	3,90
Otras Variedades.....	2,50
Alcachofa Blanca Tudela.....	4,00
Apio Verde.....	0,55
Amarillento.....	0,60
Apionabo.....	0,65
Berenjena Otras Variedades.....	1,00
Morada.....	1,40
Boniato o Batata.....	0,90
Bróculo o Brócoli o Brécol.....	1,25
Calabacín Verde.....	2,50
Blanco.....	2,50
Calabaza de Verano.....	1,00
Otras Variedades.....	0,70
Cebolla Grano de Oro.....	0,45
Babosa.....	0,35
Morada.....	0,55
Cebolleta o Tierna.....	0,80
Blanca Dulce de Ebro.....	0,95
Francesa o Echalote.....	0,75
Chirivía.....	1,00
Col Repollo Hojas Rizadas.....	1,40
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,65
De Bruselas.....	2,25
Coliflor.....	3,00
Endivia.....	2,20
Escarola Rizada o Frisée.....	1,30
Lisa.....	1,30
Espárrago Verde o Triguero.....	3,60
Espinaca.....	1,35
Guindilla Verde.....	1,40
Roja.....	1,50
Judía Verde Fina.....	4,00
Bobby.....	3,00
Perona.....	3,25
Laurel.....	0,80
Lechuga Romana.....	0,50
Iceberg.....	0,70
Cogollo.....	0,85
Hoja de Roble.....	1,60
Lollo Rosso.....	1,60
Otras Variedades.....	0,40
Nabo.....	1,10
Pepino Corto Tipo Español.....	1,00
Perejil.....	1,40
Pimiento Verde Italiano.....	1,50
Rojo Lamuyo.....	1,60
Amarillo California.....	1,20
Rojo California.....	1,60
Verde Padrón.....	3,00
Puerro.....	0,80

Ailimpo. Coyuntura mercado de limón y pomelo

Resumen informativo de la coyuntura de mercado del limón y pomelo en España facilitada por Ailimpo-Consejería de Agricultura de Murcia, durante el periodo comprendido del 17 al 23 de octubre de 2022. Precios origen. Semana 42/2022.

Advertencia Consejería Agricultura Murcia: La información contenida en este documento tiene un carácter exclusivamente ORIENTATIVO, de ningún modo posee carácter oficial. Está obtenida como consecuencia del seguimiento que realiza esta Unidad con el único objeto de orientar acerca de las cotizaciones más representativas de cada producto agrícola y ganadero. Por ello, las transacciones realizadas en los periodos de referencia, pueden haber sido realizadas a unas cotizaciones que no se correspondan con las reflejadas en este documento Por tanto la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca no se hace responsable de cualquier uso que se le pretenda dar, mas allá del indicado como orientativo.

LIMÓN

Limón Fino 1 corte (Murcia): 0,50-0,60 €/Kg

Limón Fino 1 corte (MAPA): 0,53 €/Kg

Limón Fino 1 corte (Alicante): 0,50-0,60 €/Kg

Limón Fino Todo Limón (Alicante): 0,30-0,40 €/Kg

Aparte de algunos restos ya muy limitados del hemisferio sur en el mercado, la oferta se concentra básicamente en el origen España. Sin embargo, los volúmenes siguen siendo limitados por el momento debido al déficit de producción y sobre todo a la falta de fruta de calibre grande por la sequía de este verano. En este claro contexto, la transición se está llevando a cabo sin problemas, con un cambio masivo hacia el origen español en los programas de venta al por menor. La demanda a priori funciona, aunque la incertidumbre se cierne en el otoño e invierno pero en este momento las ventas son necesariamente fluidas tanto en el mercado minorista como en el mayorista. Con un mercado absolutamente dependiente de la oferta española, el reto es reposicionar con los clientes el nivel de cotización de referencia del limón español. Por una parte es absolutamente necesario repercutir el incremento evidente de costes que se ha producido, y por otra parte hay que dar valor al producto local, sostenible, de calidad europea y con huella de carbono y huella hídrica.

POMELO

Pomelo Rojo (Murcia): 0,26-0,30 €/Kg

Pomelo Rojo (Alicante): 0,26-0,30 €/Kg

La temporada de pomelos mediterráneos se desarrolla en sus inicios con un mercado vacío con los últimos lotes de pomelo sudafricano ya terminados. El arranque está siendo lento y progresivo debido a la ligera merma de España e Israel. Estos 2 orígenes se incorporan en los programas de venta al por menor, ya que la demanda global sigue siendo actualmente superior a la oferta.

Rábano y Rabanilla.....	1,50
Remolacha Común o Roja.....	0,60
Seta Champiñón.....	2,10
Girgola o Chopo.....	3,80
Tomate Liso Rojo Daniela /	
Long Life / Royesta.....	1,30
Liso Rojo Rama.....	1,75
Liso Rojo Pera.....	1,80
Cherry.....	2,00
Liso Verde Rambo.....	2,40
Liso Rojo Tipo Canario.....	1,60
Liso Verde Mazarrón.....	2,30
Asurcado Verde Raf.....	6,00
Kumato.....	2,70
Otras Variedades.....	2,40
Jengibre.....	2,10
Ñame o Yame.....	1,60
Oca o Quimbombó.....	2,70
Tamarillo Otras Variedades.....	4,50
Yuca o Tapioca o Mandioca.....	2,25
Hortalizas IV Gama.....	3,00
PATATAS Euros/kg	
Nuevas.....	0,80
Blanca Agría.....	0,78
Roja Otras Variedades.....	0,65
Roja Otras Variedades.....	0,65

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 19 al 25 de septiembre de 2022, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacates Hass (local).....	5,50
Fuerte (local).....	3,00
Kakis (no local).....	1,80
Castaña (local).....	3,20
(no local).....	3,50
Ciruela Morada (no local).....	1,20
Cocos (no local).....	1,20
Chirimoya.....	2,20
(no local).....	2,40
Dátiles (no local).....	3,50
Fresones (local).....	9,00
(no local).....	8,00
Granadas (no local).....	1,40
Higo Negro (no local).....	4,25
Limón Común (local).....	1,20
Primofiori (no local).....	1,25
Mandarinas Otras (local).....	1,80
Otras (no local).....	1,45
Satsumas (no local).....	1,90
Clementinas (no local).....	1,40
Clemenulle (no local).....	1,90
Ortanique (no local).....	1,60
Manzanas Otras (local).....	1,40
Fuji (no local).....	1,70
Granny Smith (no local).....	1,15
Royal Gala (no local).....	1,70

Golden (no local).....	1,60
Melones Piel de Sapo (local).....	0,80
(no local).....	1,15
Galia (local).....	1,20
Naranja Zumo Pequeña (local).....	0,80
Extra Pais (local).....	1,00
Navelinas (no local).....	1,00
Valencia Late (no local).....	1,50
Peras Ercoline (no local).....	1,30
Devoe (no local).....	1,10
Conferece (no local).....	1,00
Lima (local).....	2,00
(no local).....	1,75
Piña Tropical (local).....	3,75
Tropical Dulce (local).....	3,80
Plátanos Extra (local).....	1,10
Primera (local).....	0,80
Segunda (local).....	0,60
Pomelos (local).....	1,20
(no local).....	1,40
Sandías (local).....	1,00
(no local).....	1,10
Listada Sin Pepitas (local).....	1,00
Uva Otras Blanca (no local).....	1,80
Red Globe (no local).....	1,85
Papaya Hawaiana (local).....	1,50
Cubana (local).....	1,30
Híbrida (local).....	1,30
Guayaba (local).....	2,50
(no local).....	2,00
Mangos (local).....	3,00
Mangas (local).....	3,50
Kiwi (no local).....	2,90
Kiwano (local).....	1,70
Frambuesas (no local).....	14,00
Higos Picos (local).....	2,80
Parchita (local).....	2,20
Pitaya Roja (local).....	3,20
Amarilla (local).....	3,80
Otras (local).....	4,00
Carambola (local).....	1,60
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga (local).....	0,23
Ajos (no local).....	2,75
Albahaca (local).....	7,50
Apio (local).....	1,70
(no local).....	1,20
Berenjenas Moradas (local).....	1,40
Bubangos (local).....	2,20
Calabacines (local).....	1,10
(no local).....	1,20
Redondos (local).....	1,30
Zucchini (local).....	1,50
Zucchini (no local).....	1,35
Calabazas (local).....	0,40
(no local).....	0,40
Cebollas Cebolletas (local).....	3,00
Blancas (local).....	1,60
Blancas (no local).....	1,20
Moradas (no local).....	1,40

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 42, del 18 al 24 de octubre 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 Owari	0,19-0,25	Valencia
Owari	0,19-0,23	L. Valencia
Clementina Arrufatina	0,38	Castellón
Arrufatina	0,30-0,38	L. Valencia
Clemenules	0,33-0,42	Alicante
Clemenules	0,31-0,48	Castellón
Clemenules	0,28-0,38	Valencia
Clemenules	0,29-0,38	L. Valencia
Esbal	0,42	Castellón
Marisol	0,24-0,35	Castellón
Marisol	0,28-0,38	L. Valencia
Orogrande	0,37-0,45	Alicante
Orogrande	0,29-0,38	L. Valencia
Orunules	0,50-0,62	Alicante
Orunules	0,50-0,55	Castellón
Orunules	0,32-0,59	L. Valencia
Naranja Navelina	0,19-0,30	Alicante
Navelina	0,22	Castellón
Navelina	0,15-0,23	Valencia
Navelina	0,17-0,23	L. Valencia
Salustiana	0,19-0,24	Alicante
Salustiana	0,18-0,23	L. Valencia

Limón Fino	0,30-0,40	Alicante
Fino 1 Corte	0,50-0,60	Alicante
Pomelo Rojo	0,23-0,30	Alicante
FRUTAS Euros/Kg Zona		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Kaki Rojo Brillante	0,27-0,50	Valencia
Granada Valenciana	0,49-0,50	Alicante
Mollar	0,54-0,59	Alicante
Manzana Fuji	1,15	Alicante
Uva D. María	0,50-0,60	Alicante
Mesa Ideal	0,50-0,61	Alicante
Red Globe	0,43-0,50	Alicante
HORTALIZAS Euros/Kg Zona		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Alcachofa Consumo Fresco	3,40-3,80	Castellón
Consumo Fresco	2,42-3,96	Valencia
Apio Verde	0,24	Alicante
Berenjena		
Rallada	0,42-0,86	Alicante
Rallada	0,80-1,06	Castellón
Negra	0,80	Castellón
Negra	0,26-0,66	Valencia
Boniato Rojo	0,37-0,69	Alicante
Blanco	0,56-0,86	Castellón

Calabacín	1,00-1,27	Castellón
Calabaza Redonda	0,39-0,56	Alicante
Tipo Cacahuete	0,32-0,40	Alicante
Col Repollo Hola Lisa	0,44-0,53	Valencia
Repollo Hola Lisa	0,33	Castellón
Repollo Hola Rizada	0,45-0,56	Castellón
Coliflor Blanca	0,50-1,20	Castellón
Blanca	0,87-1,08	Valencia
Judía Blanca	2,55-5,00	Castellón
Roja	2,12-4,00	Castellón
Verde Perona	2,58-3,01	Alicante
Verde Perona	1,70-3,00	Castellón
Verde Boby	2,80-3,44	Alicante
Lechuga		
Maravilla	0,35-0,56	Castellón
Romana	0,20-0,42	Castellón
Romana	0,26-0,31	Valencia
Pepino		
Blanco	0,24-0,47	Alicante
Blanco	0,80-1,02	Castellón
Tomate		
Acostillado	1,15-2,37	Alicante
Redonda Lisa	1,02-1,60	Castellón
Pera	1,49-1,80	Castellón

Raff	1,70	Castellón
Valenciano	2,50-2,76	Castellón
FRUTOS SECOS Euros/Kg Zona		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	3,66-3,76	Alicante
Comuna	3,50-3,65	Castellón
Comuna	3,60	Valencia
Largueta	5,16-5,26	Alicante
Marcona	6,96-7,06	Alicante
Marcona	6,90-7,20	Castellón
Marcona	7,50	Valencia
Planeta	3,66-3,76	Alicante
Industriales Euros/Kg Zona		
ACEITE		
Oliva Lampante	4,00-4,25	Castellón
Oliva Virgen	4,25-4,50	Castellón
Oliva Virgen Extra	4,50-4,75	Castellón
Garrofa		
Entera	1,25-1,51	Castellón
MIEL		
De Azahar	4,20-4,30	Castellón
De Milflores	3,40-3,60	Castellón

Coles Repollo (local)	1,20
Lombarda (local)	1,20
Coliflor (local)	2,00
Champiñón (no local)	1,95
Endivia (no local)	1,15
Espárragos Trigueros (no local)	4,00
Espinacas (local)	3,50
Habas Verdes (local)	2,30
Habichuelas Redondas Boby (local)	2,20
Redondas Boby (no local)	2,00
Coco Planas (local)	2,00
Lechugas Batavia (local)	1,20
Romanas Alargadas (local)	1,80
Iceberg (local)	1,60
Cogollos de Tudela (local)	6,00
Hoja de Roble (local)	1,80
Lollo Rosso (local)	1,65
Nabos (local)	2,00
Colinabos (local)	1,60
Pepinos (local)	0,90
(no local)	0,80
Perejil (local)	2,60
Pimientos	
Verdes (local)	1,10
Verdes (no local)	0,90
Rojo (local)	1,10
Rojo (no local)	1,40
Padrón (local)	2,50
Padrón (no local)	2,20
Amarillo (local)	1,50
Puerros (local)	1,30
(no local)	1,30
Rabanillas (local)	1,00
Rábanos (local)	1,12
Romero (local)	15,00
Rúcula (local)	4,80
Setas (no local)	4,50
Tomates Pera (local)	1,40
Pera (no local)	1,30
Salsa (local)	0,85
Salsa (no local)	0,90
Ensalada (local)	1,30
Ensalada (no local)	1,40
Cherry (local)	3,00
Cherry (no local)	2,80
Tamarillo (local)	2,20
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (local)	1,20
Segunda (no local)	0,60
Primera (local)	2,20
Batatas Otras (local)	1,50
Yema Huevo (local)	1,80
Lanzarote (no local)	1,40
Blancas (local)	1,20
Pimientos Otras (local)	3,40
Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	6,00
Berros (local)	1,80
Beterrada (local)	1,50
(no local)	1,80
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	3,20
Maíz Cocido (no local)	2,20
Piña Millo Dulce (local)	2,25
(no local)	2,10
Names (local)	5,50
Yuca (no local)	2,00
Piña de Millo (local)	2,70
Brecol (local)	3,25
Hierba Huerto (local)	4,50
PATATAS Euros/kg	
Patatas	
Otras Blancas (local)	0,90
Otras Blancas (no local)	1,10

Up To Date (local)	1,30
King Edward (no local)	0,58
Cara (local)	0,65
Bonita (local)	4,50
Negra (local)	7,50
Negra Oro (local)	9,00
Slaney (local)	1,20
Red-Cara / Druid (local)	0,70
Colorada Baga (local)	3,80
Mercavalencia	
Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 21 al 25 de octubre de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.	
FRUTAS Euros/kg	
Limones	1,00
Mandarinas	2,10
Manzana Golden	1,20
Roja	1,20
Melocotones Amarillos	4,50
Melón Piel de Sapo	2,00
Naranja	1,40
Pera Blanquilla	1,20
Plátanos	1,80
Uva Moscatel	1,50
HORTALIZAS Euros/kg	
Lechuga	0,50
Cebolla	0,50
Coliflor	1,35
Judía Verde	2,50
Patatas Calidad	0,60
Comunes	0,50
Pimientos Verdes	1,20
Tomate Maduro	1,60
Verde	2,00
Zanahorias	0,90

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 20 de octubre de 2022. Información de EFEAGRO. (Últimos precios recibidos).

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª	250,00
Rama campo 2ª	220,00
AVENA	
Avena	
Blanca	324,00
Rubia	329,00
Forraje Avena	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl	318,00
Pienso +62 kg/hl	323,00
CENTENO	
Centeno	323,00
GIRASOL	
Pipa Alto Oléico	710,00
Pipa de Girasol	610,00
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	336,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	460,00
Duro Proté=12%	450,00
Extensible Chamorro	405,00
Forrajero	349,00
Gran Fuerza w 300	434,00
Media Fuerza w -300	424,00
Panificable	359,00
Triticales	347,00
LEGUMINOSAS	

Veza Grano	440,00
Yero Grano	410,00

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 28 de octubre de 2022, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.)	2,35
Piña	0,80
Melocotón	1,45
Nectarina	1,60
Ciruella	0,70
Melón	0,90
Manzana Golden	0,70
VERDURAS Y HORTALIZAS Euros/kg	
Judía Heda	2,15
Guindilla	1,70
Pimiento Verde Italiano	1,65
Padrón	0,85
Tomate Pera	1,40
Boniato Rojo	0,90
OTROS Euros/kg	
Almendra	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California	1,40

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 25 de octubre 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	248,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	355,00
CENTENO	
Centeno	S/C
COLZA	
Importación 34/36%	417,00
GARROFA	
Harina	260,00
Troceada	270,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	378,00
GIRASOL	
Importación 34%	385,00
Semillas de Girasol	620,00
Torta de Girasol	S/C
Importación 28/3	310,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación	405,00
Importación	338,00
Importación CE	350,00
MIJO	
Importación	520,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%	582,00
Harina Soja Nacional 47%	584,00
Aceite Crudo de Soja	1.585,00
Salvados de Soja	338,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	310,00
Forrajero	376,00
Panificable, mín. 11	388,00
Triticales	S/C
FRUTOS SECOS Euros/Tm	
ALMENDRAS	
Común 14 mm	5.900,00

Largueta 12/13 mm	6.450,00
Largueta 13/14 mm	7.000,00
Marcona 14/16 mm	10.500,00
Marcona 16 mm	11.000,00
AVELLANA	
Negreta en grano	S/C
PIÑÓN	
Castilla	52.000,00
Cataluña	51.500,00
LEGUMBRES Euros/Tm	
GUISANTE	
Forrajero	S/C
Forrajero	
Importación	S/C
ACEITE	
Palmiste	
Importación	275,00
Crudo de Palma	S/C

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 25 de octubre de 2022. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	488,00
Grupo 2	482,00
Grupo 3	476,00
Grupo 4	S/O
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	368,00
Grupo 4	358,00
Grupo 5	358,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale	353,00
Cebada	333,00
Avena	S/O
Maíz	330,00
Sorgo	S/C
Habas	S/O
Guisantes	S/O
Nota: Escasas operaciones.	
Próxima sesión 8 de noviembre de 2022.	
ALMENDRA (11/10) Euros/Tm	
Soleta	4,08
Floración Tadia Monovarietal	4,08
Belona	5,70
Guara	4,13
Antoñeta	S/O
Constantí	S/O
Comuna Tradicional	3,80
Ecológica	S/O

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 26 de octubre de 2022, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	357,00
Cebada	338,00
Triticale	341,00
Centeno	325,00
Avena	334,00
Maíz	347,00
FORRAJES (19/10) Euros/Kg	
Alfalfa Paquete Rama	276,00
Paquete Deshidratado	336,00
Paja 1ª (Cebada)	50,00
Veza Forraje de 1ª	210,00
Forraje	160,00

PATATAS	Euros/Kg
Agria	350,00
Jaerla	310,00
Kennebec	450,00
Red Pontiac	440,00
Red Scarlett	330,00
Hermes	320,00
Yona	330,00
ALUBIAS Euros/Kg	
Canela	1,60
Negra	3,25
Palmeña Redonda	2,20
Planchada	1,80
Pinta	1,40
Riñón de León	1,70

MERCADOS NACIONALES

Garbanzo	
Pedrosillano.....	1.100,00
Lenteja Armuña (IGP).....	1.600,00
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44).....	640,00
Girasol Alto Oléico.....	740,00
Colza.....	S/C
FORRAJES	Euros/Tm
Avena Forraje.....	S/C
Paja Paquete Grande.....	54,00
Alfafa Empacada.....	300,00
Veza.....	S/C

Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 27 de octubre de 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa	
Empacada.....	202,00
Avena.....	337,00
Cebada	
Nacional de 62 Kg/Hl.....	337,00
Centeno.....	326,00
Girasol.....	S/C
Girasol 9-2-44.....	625,00
Paja	
Empacada.....	50,00
Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl.....	353,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 25 de octubre 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.....	378,00
Grupo 4.....	S/O
Grupo 5,	
Pienso.....	S/O
Pienso Importación.....	368,00
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	495,00
Grupo 2.....	490,00
Grupo 3.....	485,00
Grupo 4.....	480,00
Triticale Nacional.....	365,00
Importación.....	360,00
Avena Importación.....	358,00
Nacional.....	S/O
Cebada,	
Igual y más de 64.....	S/O
Menos de 64.....	S/O
Importación Origen Puerto.....	348,00
Maíz Importación origen Puerto..	338,00
Nacional.....	S/O
Habas Nacional.....	S/O
Importación.....	468,00
Guisantes Nacional.....	S/O
Importación.....	433,00
Girasol Alto oleico +80%.....	750,00
Convencional.....	635,00
Colza.....	S/O
Próxima sesión el 8 de noviembre de 2022.	

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 27 de octubre de 2022. Precios orientativos de origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2021-2022).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero.....	346,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	340,00
Pienso -62 kg/Hl.....	334,00
AVENA	
Rubia.....	352,00
Pienso.....	345,00
TRIGO	
Duro Pr>12.....	S/C
Pienso +72 Kg/Hl.....	369,00
Fuerza +300w +14 pr.....	S/C
Fuerza -300 +12,5 pr.....	S/C
Panificable	
Pr>11, W<200.....	379,00
Chamorro.....	S/C
Triticale.....	352,00
Centeno.....	330,00
Yeros.....	990,00
Garbanzo	
sin limpiar.....	S/C

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 17 al 23 de octubre de 2022.

CEREALES

■ **De invierno:** En las provincias de **Huelva, Sevilla y Córdoba**, donde se han producido esta semana precipitaciones, se van a poder realizar en mejores condiciones las labores de preparación de la siembra de los **cereales**, una vez que el terreno alcance el tempero adecuado. No obstante, a pesar de que las lluvias registradas vienen bien, resultan insuficientes en la mayoría de los casos para asegurar un buen arranque del cultivo. Debido a la escasez de agua disponible, en muchas parcelas de regadío se preparan las tierras este año para sembrar **trigo**. ■ **De primavera:** La recolección del cultivo del **arroz** en la zona arrocería de **Sevilla**, se encuentra ya muy avanzada a pesar del parón por las lluvias. En la margen derecha se ha segado en torno al 90% de la superficie y en la margen izquierda un 70% aproximadamente. Como consecuencia de emplear aguas con elevados niveles de salinidad para el riego, sobre todo en la margen derecha, los rendimientos en grano del cultivo se han visto afectados de forma importante. Se están cosechando parcelas con 4.000 kg/ha e incluso con menos, lo cual es menos de la mitad del rendimiento medio de un año normal. Se fanguen las parcelas tras la siega y se dejan inundadas. En la comarca de **La Vega** granadina se están recolectando maíces con producciones bajas de 3.000-4.000 kg/ha. La ola de calor del verano afectó mucho y no cuajaron las mazorcas convenientemente. Por la sequía, falta de lluvias y problemas con los riegos se sembraron menos hectáreas de lo habitual.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

Cádiz: Las plantaciones de **boniatos** presentan como estado fenológico más tardío el BBCH 31-39 (Crecimiento longitudinal de los brotes principales), el predominante es el BBCH 41-49 (Desarrollo de las partes vegetales cosechables), como más avanzado es (Recolección). Se recogen **boniatos** de la variedad **Beauregard** en la zona de la **Algaida, Sanlúcar de Barrameda**. Los rendimientos están siendo óptimos, así como las cotizaciones que estos días se mantienen o suben. **Málaga:** En la comarca de **Vélez-Málaga**, zona de **Vélez** se están recolectando boniatos de la variedad **Beauregard**. La campaña está en el ecuador de la misma, finalizando en el mes de diciembre. Los rendimientos están siendo similares al año pasado y oscilan entre 45-50 tn/ha. **Sevilla:** La **patata** tardía presenta buen desarrollo y viene cerrando los lomos en la mayoría de las parcelas.

CULTIVOS FORRAJEROS

Cádiz: En la zona cerealista de **Los Pedroches** y **La Sierra** han comenzado las labores para las siembras de **cereales** forrajeros y sus mezclas, sin aplicar abonos de momento, ante la ausencia de precipitaciones.

LEGUMINOSAS

Al igual que los **cereales**, existe incertidumbre en este inicio de preparación de siembras de **leguminosas** de invierno, ante el aumento de costes y la meteorología actual.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos: Almería:** En los invernaderos del **Poniente**, los **pimientos** siguen en recolección, tanto los de tipo **california** como los tipos **Lamuyo** e **italiano**. En las plantaciones más tardías, los **pimientos** están floreciendo cuajando y engordando y se realizan labores de poda, destallado y entutorado. En los **tomates**, la mayoría de las plantaciones se están entutorando, continúan las labores de destallado y comienza a recogerse el tomate ramo. Los **tomates tipo pera** y **Daniela** están en plena recolección. La polinización se realiza con abejorros. En los invernaderos de **berenjenas**, las plantaciones tempranas han iniciado la recolección y se pueden encontrar también cultivos que están en las primeras fases de crecimiento, realizándose labores de entutorado y poda. En los invernaderos de **pepinos**, las plantas se encuentran a pleno rendimiento, ya que rápidamente entran en producción. Los estados van de recién plantados, a entutorado, destallado, floración, engorde y recolección. Los más tempranos están en plena producción y comienzan los de media temporada. En los invernaderos de **calabacín**, se encuentran plantaciones en todos los estados, desde invernaderos donde prosiguen los trasplantes, a las plantaciones más tempranas que comienzan a recolectar. Se realizan labores de entutorado y aportación de productos estimulantes del cuajado de frutos por vía foliar. En la comarca de **Níjar**, ya se puede dar por generalizada la recolección de todos los tipos de **tomate**, iniciándose esta semana también la recolección de **tomates tipo coctel**. Sigue produciéndose con buena calidad, y con poca presencia de problemas fitosanitarios. La producción de **pimiento amarillo** y verde es normal, aunque empezó más tardía. Los **pimientos del tipo Palermo** continúan su recolección sin incidencias y se ha iniciado la recolección de **pimientos tipo California rojo** y **amarillo**. Las plantas se han desarrollado mucho vegetativamente. Continúa la recolección en los invernaderos de berenjenas, las nuevas plantaciones están entrando en producción con retraso respecto a otros años. En algunas plantaciones de **pepinos**, se observan plantas y frutos de color poco intenso, quizás debido a falta de luz, consecuencia de los blanqueos. En los invernaderos de **pepinos** se detecta, como en **calabacín**, presencia de pulgón. En los invernaderos de **calabacines**, el estado fenológico es el de floración y recolección. Se siguen arrancando algunas plantaciones por virus. **Cádiz:** En los invernaderos de la comarca **Costa Noroeste**, se están recogiendo tapines blancos. Se le aplican abonados ricos en calcio y potasa, con dosis de un kilo semanales por cada 1.000 m². Se riegan de 30-45 minutos diarios con normalidad. **Granada:** En la zona de **Motril** están empezando a recogerse **judías verdes del tipo Perona**, por debajo de los dos euros la 1ª y algo mejor de precio está la Helda. Se cosechan **pimientos picantes** rojos y verdes con producciones medias en estas fechas. El **tomate Cherry** sigue su campaña y se sacan **Cherrys, Cherrys peras** y **Cherrys ramas** en la zona de **Motril-Salobreña**. **Huelva:** Prosigue el trasplante de las distintas variedades de **fresa**. **Málaga:** En la comarca de **Vélez-Málaga**, se observan **tomates** rama recién plantados que se encuentran en desarrollo de hojas. Este año se ha plantado un 25% menos debido a la falta de agua para el riego. Se plantan en suelo y en hidropónico con 2 plantas/m² de densidad. Los **calabacines** negros se encuentran en crecimiento de planta, comenzaron en el mes de septiembre y se realiza escalonadamente. La densidad es de 2 plantas/m². Se emplea la variedad **Black Beauty** que da frutos finos, alargados y es muy productiva. A partir de septiembre aumentó la plantación de **pimientos Italianos**, con dosis de 2 plantas/m², en suelo o hidropónico y con aportes de materia orgánica. ■ **Al aire libre: Almería:** Se están plantando **lechugas** en la comarca del **Bajo Almanzora**, las más adelantadas se encuentran en fase de desarrollo de hojas. Se observa un gran desarrollo vegetativo, favorecido por las buenas condiciones climatológicas. La densidad de plantas es de unas 70.000 por hectárea. Se llevan a cabo aportaciones de estiércol, nivelaciones del terreno y, en algunas parcelas, se procede al acolchado del suelo con plástico negro. Las nuevas plantaciones se realizan de forma muy escalonada. En la comarca del **Bajo Almanzora**, los **apios** se encuentran en fase de desarrollo del tallo. Se han plantado con una densidad de 100.000 plantas/ha y comienza campaña en treinta días. Se le aplican abonados del tipo nitrato amónico, nitrato potásico y nitrato cálcico, entre otros. Se ha visto algo de minador. Este año hay menos parcelas de **brócolis** debido a la incertidumbre por la falta de lluvias. Se están fertilizando con aportaciones de aminoácidos, boro y correctores de carencias. La pella está pesando unos 350 gramos y la densidad es de unas 42.000 plantas por ha. **Cádiz:** En la zona de la **Algaida, Sanlúcar de Barrameda**, las plantaciones de **pueros** se encuentran en fase de crecimiento y desarrollo del tallo. Se plantaron los más tempranos en septiembre y en octubre los más tardíos. No se están produciendo ataques de plagas, ni enfermedades en estos momentos. En la comarca de **La Janda**, las parcelas de **brócolis** plantadas a lo largo del mes de septiembre se encuentran en fase de crecimiento. **Parthenon** es una de las variedades más empleadas, con una densidad de 25.000 plantas/ha. **Granada:** En la comarca de **Alhama, zona de Zafarraya**, la campaña está finalizando al aire libre con la bajada de temperaturas, en invernaderos aguanta un poco más. Los **tomates tipo Pera** y **Liso** han estado dando producciones altas, rondando los 20.000-22.000 kg/ha con bajada de precios esta semana. Las **coles** lo han tenido difícil con las temperaturas tan altas, se siembran alrededor de 50.000 por hectárea. Las **alcachofas** están alcanzando buenas cotizaciones, hay poco producto en estos momentos debido al calor. Las **lechugas**, tanto **Romanas** como **Iceberg**, están en plena recolección, con parcelas en plantación, desarrollo de hojas y recolección. Las **judías verdes**, tanto planas como redondas han estado dando 3,5-4,5 kg/m² este año. Las

tempranas dieron menos, sólo 2, pero este año se han apurado las fincas debido a las buenas cotizaciones. **Sevilla:** Se observa una reducción significativa en la superficie de siembra de todas las hortalizas que inician su ciclo en otoño, la actual escasez de dotaciones para el riego y la falta de perspectivas de cambio en este sentido limita la extensión de su cultivo. Formación de la **mazorca** en las parcelas más adelantadas del maíz dulce de ciclo otoño. Se produce la brotación de las **alcachofas**. Plantación escalonada de **coliflores**. En las parcelas de **cebolla** temprana se observa la germinación y nascencia.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos Secos: Almería:** Finalizada la campaña de recolección de la **almendra**, hay que destacar la gran preocupación por la falta de precipitaciones, el gran estrés hídrico hace peligrar la supervivencia de las plantaciones de secano. Se observan **almendros** ya secos y otros que están muy afectados por la sequía, siendo muy necesarias las lluvias otoñales, que no llegan, para poder paliar los efectos de la falta de precipitaciones que padecemos desde hace meses. **Córdoba:** Se inicia la senescencia de las hojas en muchas parcelas de **almendro**. Se realizan labores de poda y tratamientos foliares con microelementos de zinc y boro para ayudar a la recuperación del cultivo de cara a la próxima campaña. **Granada:** Los **almendros** han tenido una disminución de cosecha en la zona de **Baza, Guadix, Huéscar** cercana al 30-40% de un año normal. Los rendimientos en la zona para el secano son de 300-500 kg/ha y de 500-600 kg/ha para el riego, pero se han quedado en un 30-40 % menos. La relación cáscara/pepita ha salido algo mejor este año. La cáscara ha sido más fina y ha engordado más el grano. **Huelva:** La campaña del **pistacho** ser realizó recogiendo el fruto con vibradora. La mayoría de las plantaciones están formadas por árboles nuevos, por lo que las producciones son aún cortas y más este año con las inclemencias climáticas que hemos sufrido. Una de las variedades que observamos es la **Larnaka**. Se suelen plantar variedades de maduración temprana que no necesitan muchas horas de frío y no hay problema con las heladas en la época de floración. **Sevilla:** En las parcelas de **almendro** se produce lasenescencia de la hoja. ■ **Frutos Subtropicales: Cádiz:** Las plantaciones de **aguacate** se encuentran en el estado fenológico predominante H (Frutos engordando). En las comarcas de **la Janda** y **Campo de Gibraltar** la mayoría se encuentran en fase de engorde. La variedad **Bacon** está comenzando campaña, la **Hass** y la **Carmen** se encuentran en fase de engorde. No está habiendo enfermedades ni plagas reseñables. Sólo se han dado algunos tratamientos para combatir el hongo aéreo en los plantones nuevos. **Málaga:** Ha comenzado la campaña del **aguacate Bacon** con pesos por encima de 155 gramos/pieza. Predominan los calibres pequeños de 18 a 24. Se estiman unas pérdidas del 60% de cosecha respecto a la campaña anterior. Quedan algunas parcelas de **mango Osteen** con pesos muy desiguales, oscilando entre 350-800 gramos por pieza, predominan los calibres 7-8-9. Los **mangos Keep** presentan pesos similares y calibres entre 6 y 9. A pesar de la sequía, la producción ha aumentado un 5% debido a la entrada en producción de nuevas plantaciones. **Granada:** La variedad de **aguacate Bacon** se está cogiendo en la zona de **Salobreña**. Los frutos están dando un peso de unos 150-200 gramos. La variedad **Hass** sigue en fase de engorde. En **Motril** y **Salobreña** se están cogiendo **mangos** de las variedades **Keep** y **Osteen**, ya casi finalizada. Los pesos han oscilado entre los 300 gramos hasta 800 en algunos. En los últimos días, a pesar de ir acabándose el producto, han bajado las cotizaciones. En **Motril, Salobreña** y **Almuñécar**, está recogiendo mucha **chirimoya** pequeña y poca **Extra**. Las cotizaciones están siendo medias, oscilando entre los 2 euros máximo de la **Extra** hasta el euro de la segunda. ■ **Frutos de hueso y pepita: Almería:** En los **membrillos**, se obtiene una cosecha similar a la de la campaña anterior en el **alto Almanzora**. En el **Bajo Almanzora**, los **membrillos** presentan como estado predominante el 79 (frutos alcanzan alrededor del 90% del tamaño varietal). Los **granados** se encuentran en el **Bajo Almanzora** principalmente en recolección. Este año ha habido problemas de rajado de fruta debido a las diferencias de temperaturas y las olas de calor extremo durante el verano. **Huelva:** En las explotaciones de **frutales de hueso de La Costa**, está comenzando a caerse la hoja. Se ha estado regando hasta estos últimos días del orden de unos 70 m³/ha a la semana. Se aplica abono nitrogenado para acumular reserva en la fase invernal. Se espera que comience la poda en el mes de noviembre. **Sevilla:** Se produce la senescencia de la hoja en las parcelas de frutales de hueso. Envero y recolección de los **kakis**.

CÍTRICOS

Almería: El estado fenológico de **naranjas** y **mandarinas** es el de frutos en fase de engorde. Las explotaciones de **Navelinas** observadas con marcos de 6x4 m presentan unas mermas del 20-30% de rendimientos y calibres inferiores a otras campañas. Se espera comenzar sobre finales de octubre o primeros de noviembre. Los **limones finos** continúan su fase de engorde con aplicaciones de abono foliar. **Cádiz:** La campaña del **pomelo** en la provincia se desarrolla con normalidad. Los frutos continúan su fase de engorde y envero para las fincas más tempranas, donde comenzará en unos días la recolección. La variedad **Star Rubi** se encuentra entre las comunes de fincas de **La Janda** y **Campo de Gibraltar**. Se espera una disminución del 15% de cosecha respecto a otras campañas, la vecería también influye. **Córdoba:** El estado fenológico dominante de la **naranja** es el de fruto en engorde, observándose un predominio de los calibres pequeños y más fruta rajada que en otras campañas debido a las altas temperaturas del verano. Se realizan trabajos de eliminación de chupones y donde se dispone de agua se aplican abonados mediante fertirrigación. **Huelva:** La **naranja Navelina** está engordando su fruto y en envero. El calibre está siendo medio y la producción baja en general; en algunas parcelas unos 10.000 kg/ha aprovechables. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de la **naranja** es el de fruto en engorde en las variedades tardías y de media estación. Envero y recolección de **mandarinas Clemenuby, Oronules** y **Arrufatinas** y **naranjas Navelinas**. Parece que andarán con demanda este año la campaña, aunque hay poca fruta y escaso calibre en general.

OLIVAR

Almería: En el **Alto** y **Bajo Almanzora**, los **olivos** se encuentran faltos de agua, las parcelas de secano están sufriendo estrés hídrico. La producción se espera algo más baja en los secanos, en regadío es similar a años anteriores. La **Arbequina** es la variedad más adelantada. Esta campaña se iniciará antes de lo que viene siendo habitual. En el **Bajo Andarax-Campo de Tabernas**, hay un buen cuaje, tanto en los **olivares** de secano como los de regadío. Como la **aceituna** sigue arrugándose aún se están dando riegos deficitarios. Se ha iniciado la recolección en algunas parcelas de variedades como **Arbequina** y **Hojiblanca**. **Cádiz:** La recolección en las comarcas de **La Campiña** y **la Sierra** ha comenzado esta semana en variedades como **Hojiblanca** y **Malteña**, la **Verdial** tardará unos días. Los rendimientos hasta el momento están siendo medios en la zona de **Algodonales**, con 3.000 kg/ha. La **aceituna** está negra y arrugada en algunas zonas. **Córdoba:** El estado fenológico oscila entre I2(Envero-manchas rojas) y J1 (Fruto maduro-pulpa blanca), con mucha **aceituna** cambiando de color en fase de maduración. Continúa el interés por verdear en la variedad **Hojiblanca** debido al incremento de las cotizaciones. En el **olivar** de almazara se terminan las labores de desvareto y preparación de suelos y en las zonas más tempranas se han recogido algunas parcelas puntuales buscando obtener aceites de calidad especial para optar a premios. **Huelva:** En las **comarcas Condado Campiña** y **Condado Litoral** el verdeo está finalizado, con producciones de 5.800-6.200 kg/ha en el riego. El calibre medio del escandallo es 270-280 para la **manzanilla**. La verdial de molino empezará en el mes de noviembre en la zona y la aceituna de molino ha cambiado de color. Se tritura la leña del desvareto. **Jaén:** El **olivar** en las comarcas de **Canena (municipios de Baeza, Úbeda, Begijar e Ibros)**, **comarca Campiña Norte (Linares)** y **El Condado (Vilches y Arquillos)** se encuentra en fase de envero, adquiriendo color morado-negro. Mucha de ella ha tomado el color sin madurar. En municipios como **Baeza, Úbeda, Begijar e Ibros**, la campaña puede comenzar a mediados de noviembre. Ha finalizado la campaña del aceite en verde, aunque ha durado poco. En la zona no ha habido incidencias de mosca. En la zona **Norte de la provincia, La Carolina, Santa Elena, Vilches, Arquillos, las Navas de San Juan**, la campaña de molino comenzará en diciembre, el cultivo lleva un retraso de unos 15 días. La **aceituna** está arrugada, seca, ennegrecida. La climatología no favorece, escasez de lluvias, noches largas. Malas perspectivas esta campaña. Los pantanos, como el **Guadalén**, están al 12%, con riegos cortados hace tres semanas, se riegan como se puede con pozos 3-4 horas al día.

MERCADOS NACIONALES

Veza 990,00
 NOTA: Repetición de todas las cotizaciones. Preocupan fletes y el alto precio de los transportes.
 Próxima reunión el 10 de noviembre de 2022.

Lonja de Zamora

Información de los precios de los cereales, del 25 de octubre de 2022. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión.

CEREALES	Euros/Kg
Trigo Blando.....	358,00
Cebada.....	340,00
Avena.....	340,00
Maíz.....	350,00
Alfafa Empacada.....	S/C
Paja Empacada.....	S/C
Girasol tipo.....	630,00
Girasol Alto Oleico.....	710,00
Trigo Forrajero.....	S/C
Centeno.....	S/C

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 24 de octubre de 2022. Campaña 2022-2023.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	0,18-0,25
Navel.....	0,23-0,28
Navel Lane Late.....	0,28
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett.....	Sin operaciones
GRUPO SANGRE	
Sanguelini.....	Sin operaciones
GRUPO BLANCAS	
Salustiana.....	0,20-0,25
Barberina	
y Mid-night.....	Sin operaciones
Valencia Late.....	Sin operaciones
GRUPO MANDARINAS	
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki.....	Sin existencias
Okitsu.....	Sin existencias
Owari.....	0,21-0,25
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós	
y Basol.....	Sin existencias
Orunules.....	0,35-0,65
Marisol.....	0,30-0,42
Mioro.....	0,35-0,37
Arrufatina.....	0,32-0,42
Clemenules	
Orogrande.....	Sin operaciones
Hernandina.....	Sin operaciones
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla.....	0,28-0,37
Tango.....	Sin operaciones
Nardocott.....	Sin operaciones
Ortanique.....	Sin operaciones
Orrí.....	Sin operaciones
Nota: Recolección fuerte y buen ritmo de compras.	
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 27 de octubre de 2022.	
ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible Valencia.....	480,00
J. Sendra,	

disp. Valencia.....	480,00
Monsianell,	
disp. Valencia.....	480,00
Fonsa,	
disp. Valencia.....	480,00
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.....	1.300,00
Precios según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado,	
disponible Valencia.....	800,00-820,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disponible Valencia.....	820,00-830,00
Guadamar Extra,	
disponible Valencia.....	740,00-760,00
Largo Indica,	
disponible Valencia.....	780,00-800,00
Precios por tonelada a granel.	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia.....	270,00-280,00
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.....	346,00
Maíz Nacional,	
destino Valencia.....	346,00
Cebada	
Nacional, dest. Val.	Sin operaciones
Avena Rubia,	
dest. Valencia.....	363,00
Blanca, dest. Valencia.....	365,00
Guisantes Nacional,	
dest. Valencia.....	365,00
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.....	383,00
Trigo importación.....	S/C
Precios por tonelada a granel.	
TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona.....	561,00
disponible Cartagena.....	548,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona.....	571,00
disponible Cartagena.....	558,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona.....	342,00
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia.....	135,00
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida.....	288,00-289,00
14% prot., Aragón/Lérida.....	275,00-276,00
B. Balas s/calidad A./Lér.....	375,00-376,00
Harina de Girasol Integral (28%),	

disponible Tarragona... 290,00-282,00	
disponible Andalucía.....	412,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona... 350,00-352,00	
Palmiste,	
disp. Valencia.....	272,00-273,00
Harina de Colza, dest. Valencia... 390,00	
Gluten Feed,	
disp. Valencia.....	S/C
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia.....	S/C
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona.....	
.....	378,00-380,00
Import. disp. Andalucía 373,00-375,00	
Import. disp. Albal.....	S/C
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia.....	310,00
Hojas, destino Valencia.....	S/C
Terocerillas, destino Valencia.....	S/C
Precios por tonelada a granel.	
GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm	
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia.....	1.400,00-1.500,00
Zona Alicante.....	1.400,00-1.500,00
Zona Castellón.....	1.400,00-1.550,00
Zona Tarragona.....	1.400,00-1.550,00
Zona Murcia.....	1.000,00
Zona Ibiza.....	1.000,00-1.200,00
Zona Mallorca.....	1.600,00-2.000,00
Precios tonelada a granel s/rendimientos	
Troceada Integral,	
disp. orig.	197,00-238,00
Troceada sin Harina	
disponible origen.....	200,00-250,00
Troceado Fino,	
disp. origen.....	190,00-210,00
Garrofin,	
disp. origen.....	17.000,00-17.500,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
Disponible origen	
ALUBIAS	
Redonda Manteca.....	S/C
Pintas	
Granberry.....	1.850,00
Michigan.....	1.600,00
Canellini	
Argentina 170/100.....	1.550,00
Blackeyes.....	1.750,00
Negras.....	1.500,00
Garrofon.....	2.700,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46.....	1.750,00
Nuevos 34/36.....	2.300,00
Nuevos 50/52	
(tipo café americano).....	S/C
LENTEJAS	
USA Regulars.....	1.650,00
Laird Canadá.....	1.550,00
Stone.....	1.350,00
Pardina Americana.....	1.550,00
Precios por tonelada, mercancía envasada.	
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11,	
disponible origen.....	2.450,00
Chino 11/13,	
disponible origen.....	2.300,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Jumbo Americano 38/42	
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.....	3.900,00
Belona	
prop. Valencia.....	4.400,00
Comuna ecológica,	
Valencia.....	S/C
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm,	
disponible Valencia.....	7.400,00
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.....	440,00
Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.	
CEBOLLAS	Euros/Tm
Variedad 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 17 al 23 de octubre de 2022, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euros/Kg
Trigo Media Fuerza.....	35,90
Trigo Pienso.....	34,930
Cebada Malta.....	S/C
Cebada Pienso.....	32,10
Tricale.....	33,50
Los cereales de invierno siguen anotando subidas, a pesar de la escasa actividad comercial que se despliega en los mercados nacionales. Demanda y oferta siguen operando con mucha cautela. La demanda pendiente de la oferta de los puertos y del tránsito de barcos por el Mar Negro, y la oferta, de los mercados y de su situación financiera y fiscal. Nadie compra ni vende si no es por imperiosa necesidad. En campo, nuestros labradores siguen a la espera de las lluvias, bien para avanzar en la sementera de los cereales o para dar por salvadas, aunque sea temporalmente, las colzas recién sembradas. Esta escasez de precipitaciones favorece la cosecha de girasol que apura sus últimos días. El aumento de la superficie cultivada de esta oleaginosa ha coincidido con un año difícil, y por tanto sus rendimientos medios por hectárea sufrirán una	

drástica reducción en comparación con los de años pasados.	
FORRAJERAS	Euros/Kg
Heno de alfafa.....	20,00
Los últimos coletazos de la campaña en campo coinciden con una nueva subida de los precios percibidos por el agricultor por el heno de alfalfa, y el avance de las cotizaciones en granulados y balas deshidratadas.	
PATATAS	Euros/Kg
Consumo Fresco Libre.....	33,00
CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón, Granel (Pie Cortado) ...	2,30
Bandeja (Pie Cortado).....	2,60
Industria 1ª raíz.....	0,95
Industria 2ª	
pie cortado.....	0,92
Seta Ostra Granel.....	2,92
Ostra Bandeja.....	3,60
Seta Shii-Take Granel.....	5,00
HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga	
Amarilla.....	0,75
Verde.....	0,55
Borrajá.....	0,70
Lechuga	
Rizada.....	4,00
Cogollos.....	2,50
Apio.....	0,45
Repollo	
Hoja Rizada.....	0,40
Coliflor.....	10,00
Brócoli.....	0,60
Alubia	
Verde Fresco.....	3,50
Verde Industria.....	2,50
Pocha.....	3,00
Tomate	
Tomate 1ª.....	S/C
Tomate 2ª.....	S/C
Tomata.....	S/C
Pepino	
Corto.....	0,75
Pimiento	
Verde de Cristal.....	S/C
Verde Italiano.....	S/C
Rojo Cristal.....	S/C
Najerano.....	0,70
FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO PERA	
Ercolini 50+.....	0,55
Moretini 60+.....	0,45
Limonera 60+.....	0,55
DOP Palot.....	0,60-0,70
Conferencia Palot.....	0,55-0,65
Industria.....	0,50
GRUPO MELOCOTÓN	
Melocotón Rojo 70+.....	S/C
Amarillo 70+.....	S/C
Industria.....	S/C
Nectarina Amarilla 65+.....	1,00
GRUPO MANZANA	
Royal Gala 60+.....	0,55
Golden 70+.....	0,50
(*) Los precios percibidos por el agricultor en palot son precios de cosecha.	
FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRA	
Común.....	0,67
Largueta.....	1,17
Marcona.....	1,52
Floración	
Tardía.....	1,28
Ecológica.....	1,58

LEGISLACIÓN

Agricultura licita el contrato que fomenta los productos de calidad en los centros escolares

La Conselleria de Agricultura ha licitado el contrato para potenciar el consumo de frutas, hortalizas, leche y otros productos lácteos de calidad en los centros escolares. Un programa que llegará a 150.000 alumnos de 780 aulas de la Comunitat Valenciana.

El departamento, a través de la Dirección general de Desarrollo Rural y con cargo

al presupuesto comunitario, consigna 1,8 millones de euros para favorecer el desarrollo de una cadena alimentaria que proporcione alimentos frescos, sanos, de temporada y de calidad a niños y niñas. El pliego de condiciones, publicado en la plataforma de contratación, incluye el criterio de calidad y sostenibilidad, de manera que valora en el baremo de puntua-

ción el suministro de productos ecológicos y de alimentos amparados por figuras de calidad (Denominación de Origen Protegida, así como Indicación Geográfica Protegida).

Desde la Conselleria han señalado que los centros escolares son una oportunidad para "garantizar desde el origen la alimentación de calidad y asentar unos hábitos de consu-

mo saludables, basados además en condiciones sostenibles y de proximidad".

Concretamente, en el caso de las frutas y hortalizas, al menos el 25% de los alimentos debe ser ecológico certificado y el 90% deben asegurar su carácter de producto local, fresco y de temporada.

El porcentaje en el caso de leche y lácteos ecológicos el por-

centaje debe ser como mínimos del 10%. El director general de Desarrollo Rural, David Torres, ha destacado el "salto de calidad en compra pública verde" además de explicar que la distribución va acompañada de actividades complementarias sobre los beneficios y el valor añadido social, territorial, ambiental y para la salud del consumo de productos frescos.



Imagen de la presentación de la iniciativa AgroBank Tech Digital INNOvation, que tuvo lugar en La Marina de Valencia. / RAQUEL FUERTES

CaixaBank lanza 'AgroBank Tech Digital INNOvation'

Se trata del primer programa de aceleración de startups agro lanzado por AgroBank, la línea de negocio de CaixaBank para el sector agrícola

► LUCÍA PALENCIA. REDACCIÓN.

'AgroBank Tech Digital INNOvation' es una iniciativa que se enmarca dentro del 'Ecosistema de Innovación AgroBank Tech'. El programa se presentó el miércoles 26 de octubre en La Marina de Valencia y su primera convocatoria global se extenderá hasta el 15 de enero de 2023.

Tras esta fecha, se evaluarán los proyectos y se seleccionarán las mejores startups.

El proceso de aceleración dentro de 'AgroBank Tech Digital INNOvation Lab' consistirá en asesorar y mentorizar a las startups y pymes tecnológicas. Por último, en julio de 2023 se presentarán las soluciones más innovadoras del proceso de aceleración a las principales empresas y corporaciones del sector agroalimentario.

Con esta iniciativa, AgroBank pretende crear el mayor programa de innovación y digitaliza-

ción agro en España a través del impulso a la aceleración de startups y la transformación competitiva de la industria agroalimentaria, además de ofrecer un punto de encuentro para la sociedad agro y fomentar una mejor colaboración público-privada para la digitalización del sector.

Para ello, AgroBank ha desarrollado el programa conjuntamente con Innsomnia, una de las mayores aceleradoras de España, que además de contar con más de

3.000 startups internacionales, posee una vertical especializada en agrotech.

'AgroBank Tech Digital INNOvation' cuenta con el 'Observatorio AgroTech', un proyecto para ofrecer información más detallada de las tendencias, tecnologías y soluciones para la innovación y digitalización del sector mediante la herramienta INNdux Agro.

Otro principal eje de actuación del programa es el 'Digital INNOvation Lab', con el que se

AgroBank pretende crear el mayor programa de innovación y digitalización agro en España

busca crear una incubadora de startups y generar un ecosistema agro innovador a nivel internacional que aglutine a todos actores del sector. Desde 'AgroBank Tech Digital INNOvation' se pretende también la creación de una red de alianzas con las principales aceleradoras agrotech del mundo para captar talento internacional.

La presentación del programa sirvió como punto de encuentro para numerosas personalidades del sector, organizaciones agroalimentarias, empresas tecnológicas, startups y cargos públicos. Juan Alcaraz, director general de Negocio de CaixaBank, manifestó su compromiso financiero y social "con nuestros clientes y con el sector" para facilitar la transición hacia una agricultura "más innovadora, digital y sostenible".

Asimismo, Sergio Gutiérrez, director de AgroBank, recalcó que el 'Ecosistema de Innovación AgroBank Tech' permitirá la creación de "un entorno con soluciones digitales necesarias para el sector agroalimentario del futuro". También Rafael Navarro, socio cofundador de Innsomnia, realizó la importancia de "impulsar el encuentro entre industria agroalimentaria y tecnología" para el futuro del sector.

El evento contó con la presencia del director territorial de CaixaBank en la Comunidad Valenciana, Xicu Costa, como anfitrión y con el discurso de Isabel Bombal, directora general de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, como cierre del acto.

Valencia Fruits donde y como quieras

SÍGUENOS:
f t

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: 187,50 Euros (IVA incluido)

Europa: 320,00 Euros

Resto países: 395,00 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

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

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 _____

BIOCARE

by CITROSOL

La primera gama completa de productos para el tratamiento postcosecha de cítricos con certificación como insumos para agricultura ecológica.



1

CITROCIDE PC y PLUS:
Coadyuvantes tecnológicos para el lavado higiénico de frutos cítricos.

2

FUNG-CID BIO BNa:
Fungistático para el control del podrido de frutos cítricos.



3

PlantSeal® y PlantSeal®
Shine-Free

Recubrimientos vegetales con excelente control de la pérdida de peso; mitigan mucho la aparición de los síntomas de envejecimiento como por ejemplo el teñido del mamelón de los limones.

* Aptos para consumo vegano.



@Citrosol_com



CITROSOL

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com
info@citrosol.com



poma de girona
indicació geogràfica protegida



Páginas Especiales

valencia fruits
dossier
Manzana

Soy Candine,
un mordisco
a tus recuerdos



Candine®

¿Te acuerdas?

Sígueme
@candine_apple





En la primera actualización de la WAPA, realizada a finales de septiembre, se corrobora la reducción anunciada ya en agosto y que alcanza las 90.000 t, situando así la cosecha europea en 12.076.000 t. / ARCHIVO

La manzana en Europa: falta color y tamaño en un mercado aletargado

El sector ya orienta sus esperanzas hacia la segunda parte de la temporada, a partir de marzo de 2023

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

En Prognosfruit 2022, la WAPA —Asociación Mundial de la Manzana y la Pera— anunció una previsión de cosecha para la temporada 2022/2023 en la UE27 y el Reino Unido de 12.167.887 toneladas, un 1% más respecto a la producción final del año pasado, y un 9% superior a la media de 2019-2020-2021.

Por países, Polonia —el mayor productor europeo— confirmó un aumento superior al 27%, recuperando así su potencial productivo después de varios años con afectaciones climáticas. Francia anunció una producción similar +1%; Italia un aumento del +3%; y Alemania también un +6%. Por el contrario, España informó de la bajada de producción prevista debido a afectaciones de las heladas del mes de abril y que se cifró en un -16%.

Por variedades, la Golden Delicious vuelve a caer (-5%) con una producción prevista de 2.064.000 toneladas, lo que confirma la tendencia a la baja en Europa. Sigue creciendo la Gala, para la que se espera un nuevo récord con 1.614.000 toneladas (+2%), así como la Cripps Pink, que alcanza un volumen de 311.000 toneladas, un 21% más que el año pasado. Se mantienen estables la Red Delicious y la Fuji, y las variedades club continúan con su tendencia alcista, superando las 436.000 toneladas y creciendo un 19% en comparación con el año pasado.

A principios de agosto, coincidiendo con el inicio de la nueva temporada de manzana en Europa, el presidente de la WAPA, Dominik Wozniak apuntaba que las perspectivas para la nueva temporada eran “positivas”, aunque también destacó que “el sector tendrá que estar preparado para enfrentarse a una serie de retos, entre los que se encuentran el importante aumento de los costes que afecta a la competitividad del sector, las intensas condiciones meteorológicas, los problemas logísticos, la inflación y la dificultad para conseguir trabajadores de temporada, con el objetivo final de aumentar el consumo gracias a la calidad de los productos de la temporada e invertir la reciente tendencia negativa”.

UE 27 Y REINO UNIDO - PRODUCCIÓN MANZANA POR PAÍSES (x 1000 tons)												
PAÍSES	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	F2022 (1)	(2)	
Austria.....	155	188	177	40	67	184	146	126	120	148	23	13
Bélgica.....	220	318	285	234	88	231	242	168	250	219	-12	0
Croacia.....	96	62	101	35	66	86	60	55	65	57	-12	-5
República Checa.....	121	131	156	139	102	145	103	118	110	128	16	16
Dinamarca.....	23	26	24	24	19	24	15	24	18	24	33	26
Francia.....	1.576	1.444	1.674	1.514	1.424	1.477	1.651	1.337	1.383	1.468	6	1
Alemania.....	804	1.116	973	1.033	597	1.093	991	1.023	1.005	1.067	6	6
Grecia.....	236	245	242	259	231	301	276	280	246	294	20	10
Hungría.....	585	920	522	498	530	782	452	350	520	350	-33	-21
Italia.....	2.122	2.456	2.280	2.272	1.704	2.264	2.096	2.124	2.053	2.150	5	3
Letonia.....	15	10	8	10	8	14	10	14	8	8	0	-25
Lituania.....	40	27	46	50	48	62	26	60	32	25	-22	-36
Países Bajos.....	314	353	336	317	228	267	272	220	243	245	1	0
Polonia.....	3.170	3.750	3.979	4.035	2.870	4.810	2.910	3.410	4.300	4.495	5	27
Portugal.....	284	272	329	263	314	267	354	278	368	284	-20	-12
Rumania.....	387	382	336	327	230	425	327	389	444	410	-8	6
Eslovaquia.....	42	46	40	17	15	44	35	30	31	34	10	6
Eslovenia.....	56	68	71	12	6	72	36	46	44	47	7	12
España.....	464	505	482	495	480	476	555	425	563	431	-23	-16
Suecia.....	17	16	21	20	18	32	20	32	27	30	11	14
Reino Unido.....	204	206	243	239	207	219	205	196	186	245	32	25
TOTAL.....	10.929	12.541	12.326	11.833	9.251	13.275	10.783	10.705	12.016	12.168	1	9

(1) Diferencia porcentual entre F2022 y 2021 - (2) Diferencia porcentual entre F2022 y la media de 2021-2020-2019

REVISIÓN A LA BAJA

Ya en agosto todos los participantes en Prognosfruit reconocieron que las cifras presentadas estaban sujetas a revisión, ya que las olas de calor habían adelantado los procesos de maduración afectando a los calibres —más pequeños— y a la coloración en algunas variedades. Precisamente por este motivo, los representantes del sector confirmaron que un 25-30% de la producción total europea se derivaría a mercados industriales, y habría que ver la disponibilidad real de la manzana de mesa.

Dos meses después de la celebración de Prognosfruit, la WAPA publicó su primera actualización de la previsión, en la que se corroboraba una reducción y una nueva cifra de 12.076.000 toneladas. Esto es, 90.000 toneladas menos que la previsión de agosto (12.168.000 t), con la mayoría de los países, excepto Polonia y la República Checa, revisando a la baja sus estimaciones originales, en particular Francia, Italia y España.

Con motivo de la revisión, la WAPA también actualizó la situación del sector teniendo en cuenta los problemas y retos que plantea esta cosecha y las implicaciones para los productores europeos. En este sentido, la es-



El calor y la sequía han condicionado el tamaño y el color de la manzana. / ARCHIVO

case de temporeros es uno de los problemas que persiste desde el comienzo de la pandemia del coronavirus. De hecho, se ha vuelto aún más relevante para los países que trabajan con temporeros ucranianos, como Polonia. Otro problema es la subida vertiginosa del precio de la electricidad, que está elevando el coste de las instalaciones de almacenamiento a niveles insostenibles para los productores. Precisamente, la WAPA señaló que algunos agricultores “podrían verse obligados a parar la recolección de parte de su cosecha para evitar los inconvenientes económicos derivados de los costes de almacenamiento y no poder cubrir los costes globales de producción”.

Este escenario descrito por los propios representantes de los países productores, en opinión de la WAPA “representa una gran preocupación para la cosecha final europea, ya que podría comprometer la competitividad de los productores, y podría verse amenazada incluso la continuidad empresarial del sector.”

FALTA TAMAÑO Y COLOR

Los temores anunciados en agosto relacionados con los problemas de falta de calibre y de color se confirmaron en la actualización de la situación de la producción europea. Las intensas condiciones meteorológicas del mes de agosto (olas de calor y sequías en algunas regiones) han afectado negativamente al calibre y a la coloración de una parte de la cosecha, lo que implica que habrá más volumen destinado a industria y menos oferta en manzana en fresco.

Lograr repercutir el aumento de los costes de producción en los precios finales en una situación económica marcada por la inflación que se traduce en un aumento del precio de los alimentos o cómo lograr revertir la tendencia a la baja del consumo de frutas y hortalizas frescas son otros dos factores que están marcando la temporada 2022/2023 de manzana generando una sensación de letargo en el mercado.

Cuando solo han pasado tres meses desde el inicio de la nueva temporada el sector ya orienta sus esperanzas hacia la segunda parte de la temporada, a partir de marzo de 2023.

AgroFresh

We Grow Confidence™

Mayor vida útil en fruta de pepita

SmartFresh™

SmartFresh™: mantenga la firmeza durante el almacenamiento y evite el escaldado superficial en manzanas y peras.

Scholar®

Scholar® 230 SC: controle las enfermedades postcosecha y aumente la vida comercial de su fruta.

FreshStart™

FreshStart™: desinfecte el agua de tratamiento en contacto con sus manzanas.

FRESHCLOUD™
Powered by AgroFresh

FreshCloud™: plataforma digital integrada que monitorea y analiza datos en tiempo real, ayudándole a simplificar las comunicaciones dentro de su operación y en toda la cadena de valor.

[AgroFresh.com](https://www.agrofresh.com)

RESPONSABLE COMERCIAL - NORTE DE ESPAÑA:

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

RESPONSABLE COMERCIAL - SUR DE ESPAÑA:

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

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

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

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

©2022 AgroFresh. Reservados todos los derechos. SmartFresh™ es una marca registrada de AgroFresh. Scholar® es una marca registrada por Syngenta.

MANEL SIMON / Director general de Afrucat

“Cataluña crecerá en el cultivo de manzana, invirtiendo en nuevas zonas y variedades”

Manel Simon, director general de la Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña (Afrucat), desgrana diversos puntos que intervienen en el desarrollo de la campaña de manzana catalana actual e influyen, de alguna manera u otra, en la toma de decisiones futuras de las empresas frutícolas.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. ¿Cómo está funcionando la campaña de manzana en Cataluña?

Manel Simon. En Cataluña aún estamos con la recolección de las manzanas más tardías. Esta campaña se ha caracterizado, sobre todo, por las afectaciones climáticas. Las heladas de la tormenta Ciril del mes de abril han mermado nuestro potencial alrededor de un 20%. Por otro lado, las altas temperaturas de verano, aquí y en toda Europa, han estresado los árboles y como consecuencia se ha producido una aceleración fenológica en la parte final del cultivo, es decir, un adelanto en los procesos de maduración y, por tanto, una cierta reducción en los calibres en determinadas variedades, más notorio en peras.

Como consecuencia muy probablemente vamos a ver dos sub-campañas diferentes. Una, hasta Navidad, donde las variedades o partidas que por su punto de madurez o de color se les deba dar salida rápida y no permitan la larga conservación y, otra, después de enero, creemos que con una fuerte reducción de disponibilidad de manzanas respecto a las previsiones iniciales, aquí y en toda Europa.



Manel Simon, director de Afrucat, frente a la sede de la asociación empresarial. / ARCHIVO

Por lo tanto, debemos ser cautos y no ponernos nerviosos. Como se suele decir, sin prisa pero sin pausa. Las expectativas de nivel productivo en las primeras estimaciones de Prognosfruit para manzana en Europa no se van a cumplir pero también deberemos ir viendo como se comportan los mercados. De momento existe fluidez.

“Las heladas de la tormenta Ciril del mes de abril han mermado nuestro potencial alrededor de un 20%”

VF. En cuanto a la manzana, ¿cuál es la situación y la tendencia en Cataluña?

MS. Cataluña, y más concretamente Lleida, acometió hace años una fuerte reestructura-

ción de su mix de producción especialmente en el Bajo Segre potenciando lo que allí se adaptaba mejor que son los melocotones y nectarinas. Esto conllevó unas arrancadas importantes

de zonas de producción no tan óptimas para la manzana.

En los últimos años las zonas se están especializando y los agricultores y empresarios agrarios también. No podíamos estar de espaldas al mercado. Si las manzanas rojas debían ser rojas, o las verdes y las sabes hacer o arrancas. Si el mercado pide crocancia en una variedad y tu producto no la tiene, sin duda estabas en segunda división.

Por suerte, o mejor dicho por buenas decisiones empresariales, Cataluña ha estado y está cambiando mucho. Creo que somos tremendamente realistas con las tendencias de mercado y miramos pragmáticamente de plantar aquello que puede ser, allí donde mejor se adapta.

Hoy día destacaría en manzana la especialización de Girona con una zona edafoclimática muy similar y con una estrategia de defensa vegetal aunada a través de Mas Badia-IRTA (iniciales en catalán de Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentaria). También destacaría el Pla d’Urgell, en Lleida, y sus zonas colindantes con unas fuertes inversiones en renovación varietal orientándose a clones más adaptados y con mejores resultados. Por otro lado, es especialmente interesante el desarrollo de nuestras empresas en zonas de más altura como el prepirineo leridano, Huesca y Soria, buscando con esas altitudes nuevas características que nos permitan competir a primer nivel en ciertos parámetros pero, a la vez, ser más competitivos que nuestra competencia directa. Tenemos mucho trabajo a realizar aún, aunque se está haciendo y en la buena dirección.

Sin lugar a dudas, Cataluña crecerá en el cultivo de manzana, invirtiendo en nuevas zonas y en nuevas variedades más adaptadas a nuestra zona.

Nufri arranca su campaña de manzana reivindicando el origen y la calidad

Desde el departamento comercial de la firma, el director de fruta fresca, Iván Elías, ofrece las claves de la nueva temporada y sus variedades, y realiza un análisis de los puntos fuertes y retos a los que se enfrentan

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Iván Elías, director comercial de fruta fresca de Grupo Nufri, describe la campaña de manzana que va a comenzar como una oportunidad para “continuar la dinámica de los últimos años de acercar nuestras manzanas a todos los públicos”. Afirma que tienen “muchas ganas de reivindicar el origen” a través de todos los canales de comunicación on y off-line, y su plataforma de RSC EllasSonDeAquí. Añade que también se enfocarán en “motivar a nuestros mejores prescriptores, los fruteros, a que ofrezcan las mejores manzanas de origen nacional”.

De sus palabras se extrae que desde esta compañía, con sede central en Mollerussa (Lleida),

inciden en dar mayor valor a la producción local. Iván Elías afirma que es necesaria la inversión de dinero y esfuerzos en comunicar a los consumidores “de dónde vienen y cómo se hacen las frutas y verduras para que busquen y reconozcan los productos locales”.

En cuanto a las variedades club, Elías cuenta que son un fenómeno ya instaurado en la familia de las manzanas. Cada una de ellas ofrece al consumidor unas determinadas características organolépticas que para el director comercial de fruta fresca de Grupo Nufri, “actualmente son más apreciadas por los consumidores”.

En esta línea, la nueva campaña de manzanas ecológicas pre-

mium Livinda, de origen nacional, nace con la idea de satisfacer a todos los públicos “en un mercado donde se demanda variedad y calidad”, comenta Iván Elías. La nueva campaña empieza con las variedades club Royal Gala, Golden Delicious y Opal.

■ VERSATILIDAD GEOGRÁFICA

Nufri cuenta con plantaciones y almacenes de recogida y empaquetado en Mollerussa (Lleida) Huelva, Huesca, Málaga, Sevilla y Soria—La Rasa—. Esto supone una versatilidad geográfica de la que sacan provecho. Iván Elías cuenta que teniendo en cuenta los cambios climáticos, como la disminución de precipitaciones, las altas temperaturas nocturnas o las olas de calor en los días de



Iván Elías, director comercial de fruta fresca de Grupo Nufri. / ARCHIVO

plantación, cultivan “donde mejor se adapta cada variedad según las condiciones climáticas del lugar”.

■ COSTES

En cuanto a las dificultades, Iván Elías cuenta que el incremento de los costes de producción “se ha acentuado en las últimas campañas”. Para el director comercial de Nufri la situación es “muy difícil y complicada”. Afirma que se ha encarecido toda la cadena de valor y que los costes “están repercutiendo en el agricultor y no es justo”. “No debemos permitir que los primeros eslabones de la cadena sean los últimos, porque distribuiremos al sector primario y nuestros ciclos son muy largos y todo lo

que se destruye cuesta mucho rehacerlo”, declara el director comercial de Nufri.

■ SOSTENIBILIDAD

Según Elías para Nufri “la sostenibilidad no es una filosofía, es una convicción, por ello somos una empresa en economía circular”. Entre estos proyectos y medidas destacan la optimización de energía a través de fuentes renovables y cogeneraciones, la utilización y gestión de recursos naturales como, por ejemplo, el agua, a través de depuradoras en la industria conviertan los residuos en biogás o la optimización del riego a través de sondas y sensores que den a los cultivos el agua justa y necesaria en todo el ciclo productivo.

Interpoma Congress 2022, la mayor feria del sector

► LUCÍA PALENCIA. REDACCIÓN.

La duodécima edición de Interpoma, la feria por excelencia del sector de la producción de manzana, vuelve a celebrarse presencialmente en noviembre, los días 17 y 18 en la Feria de Bolzano (Tirol del Sur) y pone el punto de mira en tres temas de actualidad como son el sector de la manzana en EEUU, los métodos de cosecha automatizada o el ahorro de recursos en la producción de manzanas.

El congreso contará con la presencia de expertos de todo el mundo para analizar las últimas tendencias del sector. La primera jornada de la feria, el 17 de noviembre, se centrará en las novedades provenientes de Estados Unidos. Tras una introducción a cargo de Gerhard Dichgans, director del Consorcio VOG durante casi 30 años, cuatro ponentes presentarán un análisis detallado de los cambios en el sector estadounidense desde la visión de un agricultor, un productor, un comercializador y un investigador/consultor.

El segundo día se dedicará a la recolección automatizada y para ello se contará con la participación de fabricantes internacionales de robots de cosecha. Ponentes procedentes de distintas partes del mundo como Italia, EEUU, Australia, Países Bajos o Israel exhibirán en el escenario del Interpoma Congress la innovadora maquinaria en recolección de manzanas, donde posteriormente tendrá lugar una mesa redonda.

En referencia al programa, el director de la Feria de Bolzano, Thomas Mur, ha explicado que Interpoma va siempre “un paso por delante como feria líder del sector de producción de manzanas”. Mur ha referido que a la hora de seleccionar los temas de este año se han centrado también en “algunas de las tendencias actuales más interesantes” para documentar de forma “impactante” la rapidez y la fuerza con la que está cambiando el sector.

■ INICIATIVAS

La Feria de Bolzano, junto a la Facultad de Ciencias Naturales y Tecnología de la Universidad Libre de Bolzano y la Sociedad Hortoflorofrutícola Italiana (SOI), entregan este año también el Premio Interpoma 2022. Un jurado de expertos internacionales seleccionará dos ganadores —ya sean empresa, persona o startup—, según su innovación en tecnologías de optimización del agua para el cultivo. El fallo se dará a conocer la víspera del comienzo de la feria, en el Interpoma Opening.

La importancia de este evento se pone de manifiesto también con el Interpoma Business Match, una iniciativa gratuita para todos los participantes, que ofrece la oportunidad de crear una red internacional para la venta de productos y bienes especializados, así como para el descubrimiento de soluciones innovadoras en la cadena de suministro de la manzana. La serie de sesiones online titulada “Connect with the global apple economy”, ha sido diseñada por la Feria de Bolzano, en colaboración con la Cámara de Comercio

de Bolzano y EEN Enterprise Network para fomentar los contactos en línea entre los agentes del sector de la manzana y ofrecerles la oportunidad de entablar relación con nuevos proveedores de interés y socios comerciales.

Además, durante la edición de este año, se repartirá de manera exclusiva el segundo número de la revista Ipoma. Impresa 100% en papel de manzana, esta

publicación oficial se editó por primera vez en el marco de la Interpoma Connects 2020 y recibió el galardón de plata en el “Best of Connect Marketing Award 2021” como revista corporativa destacada. Las particularidades del cultivo de manzana en Japón o un repaso a la historia de la manzana Red Delicious, son algunos de los temas de esta segunda edición de Ipoma.



La 12ª edición se celebrará los días 17 y 18 de noviembre en Bolzano. / INTERPOMA

¡ DESDE HACE 50 AÑOS, CULTIVAMOS LO BUENO !

Elegir las manzanas Blue Whale, es elegir unas frutas cultivadas exclusivamente por productores respetuosos con la naturaleza y los hombres. Es fidelizar sus compradores proponiéndoles frutas sanas, sabrosas, y productos con técnicas modernas de respeto del medio ambiente.

BLUE-WHALE.COM

KLAUS HÖLZL / Director Ventas de VOG

“Esperamos mejores resultados en la segunda parte de campaña”

El director de Ventas de VOG, Klaus Hölzl no esconde su preocupación ante el desarrollo de la primera parte de la campaña 2022-2023. Afirma que la situación del mercado es complicada en gran parte debido a la caída del consumo y por la alta tasa de inflación que soporta toda Europa. A pesar de ello, se muestra esperanzado de cara a la segunda parte de campaña ya que la presión de la oferta se prevé menor y espera que las familias europeas sigan apostando por una alimentación sana y saludable, en la que las manzanas son uno de los productos estrella.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. **Valencia Fruits.** En estos tiempos tan convulsos, VOG ha querido dar un paso más en la relación de confianza que ha forjado con distribuidores y consumidores presentando su nuevo concepto: “Home of apples”. ¿Con qué objetivo?

Klaus Hölzl. Esta nueva imagen representa el presente y el futuro de nuestro consorcio. Queremos ser la ‘Casa de las manzanas’ en la que se alojan los máximos expertos del sector que atesoran una larga experiencia en el cultivo; cuenta con una amplia gama de variedades y mimas el producto como si fuera su propio hijo, de tal forma que esta casa garantiza la mejor gestión del producto hasta el punto de venta los doce meses del año.

VF. Desde el punto de vista de VOG, ¿cómo se presenta este año el mercado para la manzana?

KH. Después de tres meses del inicio de la campaña 2022-2023, podemos confirmar que la situación es un poco complicada. Partiendo de las previsiones presentadas en Prognosfruit 2022, la cosecha en Europa era ligeramente superior en relación al año anterior. Sin embargo, después de dos revisiones, con cifras nuevas a la baja, lo cierto es que falta producto en prácticamente en todas las zonas productoras, debido a las olas de calor sufridas este verano en Europa.

Otro factor que está comprometiendo esta primera parte de la temporada es la presencia de producto procedente aún del hemisferio sur; producto importado de otros países, incluso manzanas todavía de la cosecha anterior. Todo esto con un consumo en caída libre.

VF. ¿Preocupa esta situación en la ‘Casa de las manzanas’?

KH. Digamos que es una preocupación general en el mundo de la manzana. El mercado no va bien y esto es una realidad. Falta consumo y hay una oferta elevada. Ante esta situación, hay quien está intentando vender lo más rápido posible para evitar el estocaje y tener manzanas almacenadas para toda la temporada.

En nuestro caso, tenemos claro que el estocaje es necesario incluso de cara a la segunda parte de la campaña, sobre todo con las nuevas variedades que hemos plantado y que están obteniendo resultados satisfactorios en campo.

Volviendo a la situación del mercado, mi impresión personal, viendo cómo se está desarrollan-



Klaus Hölzl opina que habrá más luz en el panorama internacional en 2023 / VOG

VOG en cifras

Con una producción anual de 550.000 toneladas, el consorcio surtiroles, VOG representa el 32% de la producción de manzanas de Italia y el 6% respecto al total de Europa. Presente en más de 75 países, VOG cuenta con una amplia oferta de variedades, más de 30. Cada una de ellas “con su propia personalidad y sabor” para que el consumidor pueda tener la manzana que más le gusta en los diferentes momentos del año. ■

do la temporada comercial en general, es que a 1 de enero de 2023 habrá menos volumen estocado en comparación al año pasado. Y esto tiene que permitir a VOG llevar a cabo una buena segunda parte de campaña.

VF. La previsión es de menos presión de volumen de oferta, pero ¿qué pasa con los factores coyunturales como el descenso del consumo, la inflación, el aumento de los costes...?

KH. Efectivamente, estos factores que menciona escapan a nuestro control y desconocemos qué dirección tomarán a partir del año que viene.

En Europa tenemos una inflación situada entre el 8 y 12%. Esto se traduce en un menor poder adquisitivo por parte de las familias y un mayor control a la hora de llenar la cesta de la compra. La gran pregunta es

¿hasta cuándo tendremos esta situación?

Puede ser que con menos dinero, las familias ya no salgan tan a menudo, no vayan de vacaciones, no se coma tanto fuera de casa, etc. e inviertan más en su compra diaria y en productos sanos y saludables, como las manzanas. En este supuesto, nosotros no sufriremos tanto. No obstante, saber lo que pasará es una gran incógnita. De todas formas, si nos atenemos a lo visto este verano que, a pesar de haber menos dinero, las familias no han escatimado en sus vacaciones, es posible que el escenario se repita.

Otro de los factores que están condicionando el desarrollo normal de la campaña es el gran incremento de los costes. Haciendo cálculos, los costes de producción de nuestros productores han aumentado de 3 a 5 céntimos/kilos y en los almacenes la subida supera los 10 céntimos/kilo. Esto significa que en los precios de mercado debemos repercutir estos 15 céntimos/kilo para poder cubrir esta escalada de costes. Algo, que hoy por hoy, sinceramente es muy difícil.

Así pues, en los próximos meses habrá que ver cómo evoluciona el mercado y cómo responden los clientes ante el planteamiento de VOG, que, por otra parte, es un planteamiento generalizado por parte de todos los productores de frutas y hortalizas europeos.

Dicho esto, nos encontramos en una nueva etapa de crisis generalizada, en la que no se entiende muy bien qué está pasando y reina la incertidumbre.

Debemos encontrar el modo de salir de este escenario de incertidumbre. Estoy convencido de que, a partir de enero, veremos algo más de luz.



La producción de manzanas este año ha sido especialmente costosa. / ARCHIVO

Italia marca un nuevo récord en manzanas bio y club

Con una previsión de cosecha revisada de 2.079.344 toneladas, los agricultores italianos denuncian que producir cuesta más que vender

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Como es tradicional al inicio de cada nueva campaña, Assomela —Associazione Italiana di Produttori di Mele— fue la encargada de presentar las previsiones de cosecha para Italia. A principios de agosto, que es cuando se da el pistoletazo de salida a la temporada de manzanas en Europa, desde la asociación italiana comunicaron una previsión de cosecha de 2.150.221 toneladas, un 5% más respecto al año pasado. Por regiones, Alto Adige (-3%) y Trentino (-1%) registran un ligero descenso este año, mientras que el resto de regiones crecen volviendo a niveles comparables a los de ejercicios anteriores, y Piemonte ha establecido un nuevo récord, y continúa ampliando la superficie de cultivo. Desde Assomela también confirman una buena evolución de la producción ecológica, que en esta campaña 2022-2023 marca un nuevo récord, acercándose a las

■ REVISIÓN EN SEPTIEMBRE

A finales de septiembre, tras la primera actualización de la WAPA, las estimaciones para Italia indican un descenso del 3% en la cosecha inicialmente prevista, lo que se traduce en una disminución de la producción de unas 70.000 toneladas. De ellas, unas 23.000 toneladas son de Gala. Por lo tanto, se espera que la cosecha total se sitúe en 2.079.344 toneladas, con una pérdida, solo en el caso de la Gala, de al menos un 6% con respecto a lo previsto inicialmente.

■ INESTABILIDAD GEOPOLÍTICA

La inestabilidad geopolítica que ha favorecido un aumento generalizado e incontrolado de los costes —desde los insumos para la producción hasta la electricidad o los envases—, combinada con un escenario internacional cambiante, que repercute en las políticas monetarias de los países importadores, la dificultad

para encontrar mano de obra, la caída generalizada del consumo y un mundo cada vez más pequeño que dificulta las exportaciones, dibujan un escenario preocupante.

Y en este escenario, Italia tiene que competir con Polonia —país clave para determinar el equilibrio del mercado europeo— que prevé muy buena cosecha; con Alemania, principal país importador de Italia; y con Francia, que en los dos últimos años, con niveles de producción no excepcionales, había aliviado la presión sobre algunos mercados de exportación, pero que este año recupera su potencial. La noticia positiva es la menor producción en España, ya que es una oportunidad para seguir consolidando la posición de la manzana italiana en el mercado español.

Sin embargo, desde Assomela explican que, a largo plazo, también habrá que tener en cuenta la competencia de otros

La manzana ecológica marca un nuevo récord, acercándose a las 200.000 toneladas

En cuanto al análisis por variedades, Golden Delicious desciende un 5% con una cosecha inferior a las 700.000 toneladas, en línea con la tendencia a la baja registrada en los últimos años para la principal variedad italiana. Braeburn (-15%), Fuji (-3) y Jonagold (-18%) también bajan. Con signo positivo están todas las demás variedades principales, como Red Delicious (+7%); Gala, que con un +2% y una producción estimada de 392.520 toneladas, debería establecer un nuevo récord de producción; y Granny Smith, con 157.000 toneladas (+18%). Morgenduft y Reineta vuelven a los niveles de años anteriores, mientras que Cripps Pink tendrá una producción récord de 107.171 toneladas. El resto de nuevas variedades, principalmente club (+38% hasta 195.000 toneladas), registran un aumento significativo.

La menor producción en España es una oportunidad para que Italia siga consolidando su posición en el mercado español

países vecinos como Serbia o Turquía. “En el caso de Serbia, al igual que Turquía y otros, no solo ha aumentado su capacidad de producción en los últimos años, sino que además produce manzanas de calidad a costes ciertamente inferiores a los del viejo continente. La competencia de estos países ‘emergentes’, ya percibida, será sin duda más fuerte en un futuro próximo”.

■ PRODUCIR CUESTA MÁS QUE VENDER

En estos tres meses de campaña, las alertas sobre las consecuencias del aumento generalizado e incontrolado de los costes por parte de los productores no han cesado en Italia. Assomela ha estimado, de hecho, costes adicionales para los productores de unos diez céntimos por kilo, y que afectarán a toda la campaña 2022/2023 ante la ausencia de herramientas de mitigación. Y recientemente, la organización de productores Confagricoltura Piemonte denunciaba que los precios del mercado de la fruta ya no cubren los costes de producción y el sector corre el riesgo de colapsar.

Esta grave denuncia viene ilustrada con los datos de la Fundación Agrion, que revelan que el coste de producción de un kilo de manzanas, considerando una producción de 500 quintales por hectárea, es de 41 céntimos, a los que hay que sumar los aumentos en los gastos de la fase de transformación, envasado y almacenamiento, (esto es el transporte, la mano de obra, la energía, el envasado y el mantenimiento), que según ha calculado Assomela son de 56 céntimos por kilogramo (un +58% en comparación con el año anterior).

Enrico Allasia, presidente de Confagricoltura Piemonte y Cuneo explica que “sobre la base de estos parámetros, el coste total del kilo de manzanas a salida del almacén es de 97 céntimos. Este valor es inferior a la cotización media al por mayor de 80 céntimos, referida a una de las variedades más populares, la Golden delicious, registrada el 18 de octubre en la Caat de Grugliasco, el mercado mayorista de Turín”.

Esta situación alarma a los productores. “El precio de las manzanas en la fase de producción, en la mayoría de los casos, aún no se ha determinado y ahora, dada la tendencia del mercado mayorista, se teme que sean los productores, que son el eslabón más débil de la cadena, los que paguen el aumento de los costes”, explica Allasia.

En Italia, la producción de manzanas este año ha sido especialmente costosa. Como señala el presidente de Confagricoltura Piemonte, “la sequía y el aumento de los costes de la energía han repercutido fuertemente en las cuentas de los fruticultores, que siguen esperando las indemnizaciones por los daños causados por las heladas del año pasado”. En comparación con hace un año, el gasóleo agrícola ha pasado de 80 céntimos de euro a 1,23 euros, lo que supone un aumento del 53,7% y en el mismo periodo, el abono complejo con una valoración de 15-15-15 ha pasado de

670 a 900 euros por tonelada, un aumento del 34%. En el caso de la electricidad, el aumento es vertiginoso: en agosto de 2021 el precio en Italia era de 21 céntimos por kw/e, mientras que en octubre 2022 el precio que se cobra es de 65 céntimos, esto en cifras porcentuales supone un aumento del 310%.

Es por eso que desde Confagricoltura Piemonte, su



Assomela estima costes adicionales de unos diez céntimos por kilo en campo. /VF

presidente pide a las instituciones intervenciones estructurales. “Necesitamos ayudas para afrontar el aumento de los costes y una moratoria para las hipotecas y los préstamos, vinculando las intervenciones europeas, nacionales y regionales. Estamos ante una emergencia que alimenta una dinámica de mercado en la que los productores agrícolas no pueden influir”.

Es por eso que Enrico Allasia concluye diciendo que hay que actuar con rapidez para “no poner en peligro la supervivencia de un bien estratégico para nuestra economía”.



Soy Marlene®

HIJA DE LOS ALPES



Cultivada en un clima alpino-mediterráneo



Controlada con la máxima diligencia



Disponible en todas las estaciones del año



De granjas familiares



Diversidad irresistible para todos los gustos



Calidad especial gracias a las diferentes estaciones

marlene.it [f marlene](#) [@ marlenespain](#)

RAÚL ROCA / CEO de Estiriateam

“Crecemos en las variedades clásicas pero sin olvidar las club”

► NR. REDACCIÓN.

Raúl Roca, CEO de Estiriateam confirma que las sensaciones en esta temporada son buenas ya que su producción es mayor en volumen, calibres más comerciales y con una calidad superior en color y sabor. Eso sí, no niega que esta primera parte de campaña está siendo difícil y complicada.

Valencia Fruits. Con las cifras de cosecha revisadas y tres meses de trabajo comercial, ¿qué sensaciones transmite la campaña 2022-2023?

Raúl Roca. Las sensaciones para Kropfl/Estiriateam son muy buenas y positivas a nivel de producto pero de incertidumbre a nivel de situación económica y climática. A diferencia de la campaña anterior, este año vamos a tener más volumen y un calibre superior en todas las variedades, además de una calidad superior respecto al color y el gusto. No obstante, no hemos sido ajenos a un verano caluroso y seco, aunque gracias a la orografía y al clima especial de Austria, hemos sufrido mucho menos que cualquier otra manzana de zonas bajas y orígenes como España, Francia o Polonia. La manzana de estas zonas obliga a venderlas rápidamente y no estocarlas debido al exceso de madurez provocado por el calor y la sequía.

VF. ¿Cómo ha llegado Estiriateam y Kropfl a esta nueva tem-



Raúl Roca en la pasada edición de Fruit Attraction en Madrid. / RAQUEL FUERTES

porada en producción y oferta comercial?

RR. Vamos a mantener nuestro planning de años anteriores y alargar las campañas lo máximo posible manteniendo la misma calidad superior. El aumento de los costes debidos a la crisis energética y materias primas lo vamos a paliar con mayor volumen, mejor calibre y calidad, al alargando además las campañas en muchas variedades hasta 10-12 meses. También vamos a centrar nuestros esfuerzos en una mayor y mejor eficiencia logística para no encarecer los precios. Calidad, frescura, variedad de oferta, continuidad, cercanía al cliente, fide-

lidad, exclusividad, estabilidad en precios y eficiencia logística y de costes son la base de nuestra campaña.

Sabemos que la primera parte de la campaña de septiembre a febrero va ser dura y difícil ya que otros orígenes tienen la necesidad de vender el máximo de volúmenes en estos meses por la imposibilidad de guardar las manzanas y por el incremento energético.

Por lo tanto, tenemos las miras puestas en la segunda parte de campaña en la cual esperamos que los consumidores apuesten por la manzana de calidad de montaña.

VF. ¿Qué peso tienen las variedades club frente a las variedades tradicionales?

RR. Seguimos manteniendo nuestra idea de crecer en las variedades tradicionales sin olvidar que las variedades club son una apuesta de futuro. Evelina, Sweetango y Bonita son nuestras manzanas club y están teniendo éxito en muchos mercados y alcanzamos mejores cifras de venta cada campaña. De cara al futuro entendemos que no todas las variedades club van a tener cabida, las variedades tradicionales como Golden, Gala, Fuji o Granny tienen el espacio asegurado en el lineal por años.

VF. Hablando precisamente de Evelina, ¿cómo evoluciona su posicionamiento en los mercados?

RR. Evelina está funcionando muy bien en mercados de poder adquisitivo y con poca producción de manzanas, por ejemplo los países nórdicos, Alemania, Reino Unido o Austria. En países como España, Italia o Francia ese desarrollo está siendo más difícil y lento.

Los retailers no apuestan por más variedades club y a los mercados les cuesta pagar los precios.

VF. Italia y Francia tienen una oferta consolidada con constantes lanzamientos, programas de marketing potentes y cuentan con el reconocimiento del consumidor.

Ante este dominio franco-italiano, ¿cuáles son los activos de las manzanas de Estiriateam?

RR. Es cierto que Italia, sobre todo, y Francia están apostando en fuertes campañas de marketing en TV y otros medios de comunicación que les aportan más reconocimiento de marca por parte del consumidor. Pero esta estrategia es cara y al final se ve reflejada en los precios de venta. ¿Qué consumidor hoy quiere pagar más por una manzana porque se anuncie en los medios?

En Kropfl/Estiriateam apostamos por programas de marketing más austeros a través de ferias, redes sociales y animaciones en mercados que no repercutan en el precio final del producto y por tanto en el bolsillo del consumidor. Ofrecer nuestra manzana de montaña de Austria de igual calidad o mejor a un precio más atractivo es nuestro objetivo.

VF. ¿Hay novedades a la vista en Estiriateam?

RR. Vamos a estar más presentes en los mercados, con más clientes/colaboradores, no solo en España si no en el resto del mundo con nuevos acuerdos comerciales. Seguiremos así mismo con nuestra política de exclusividades por marca, potenciando las marcas Mozart, Monika y Qapp con degustaciones y animaciones, ampliando nuestro gran surtido de variedades, con nuestra estrella al frente la Golden Premium con chapa roja, Gala, Fuji, Granny, Evelina, Sweetango, ...y además repito otra vez, con fidelidad, empatía, exclusividad, continuidad y por supuesto con calidad, frescura y precio ajustado para una de las mejores manzanas de Europa, las manzanas de montaña de Estiria Austria.

Ambrosia™: inicio dinámico, calibres equilibrados y volúmenes en línea

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Gracias a una cosecha anticipada, desde el final del mes de septiembre 2022 la manzana Ambrosia™ ha vuelto a ser otra vez protagonista del mercado español y europeo, con la fruta piamontesa del Grupo Rivoira y la recolectada en Val Venosta algunos días más tarde.

“Esperábamos volúmenes crecientes, pero debido al considerable calor del verano y a algunos fenómenos de granizo en Val Venosta, al final tendremos una producción estable y similar al 2021, con un total de acerca de 29.000 toneladas disponibles” —afirma Marco Rivoira— “lo

que nos permitirá en todo caso gestionar la comercialización hasta el próximo mes de mayo. La calidad es buena, el producto ha adquirido más color en los últimos días antes de la cosecha, así que también el packout va a ser satisfactorio. Los calibres en Piemonte son un poco más pequeños del normal, así que nos orientaremos en aprovisionar el mercado con referencias medianas. Por el contrario, en Val Venosta hay algunos milímetros más del año pasado. Esto nos permitirá complementarnos y tener disponibilidad continua de los artículos necesarios para los clientes”.



Ambrosia gusta en España. / AMBROSIA

“La salida en el mercado de Ambrosia™ —continúa Fabio Zanesco, Product Manager Variedades Club de VIP— coincide tradicionalmente con la feria Fruit Attraction y siempre se confirma un gran interés de los clientes en España. En cuanto a los consumidores, conocen bien el sabor extraordinario de este producto y vemos que la demanda es dinámica y creciente en cada temporada. En lo que a nosotros respecta, hemos empezado a seleccionar Ambrosia™ desde hace pocas semanas, pero ya el 10% del producto está vendido o se está entregando para los distintos canales y clientes,

en España, Italia, Alemania, que se confirman los mercados principales. Una vez estocado algo más cargaremos también para los clientes en Oriente Medio y Asia, que necesitan programas importantes. Ambrosia™ BIO también está disponible, con una campaña que irá hasta enero de 2023”.

■ LA COMUNICACIÓN

Desde el punto de vista del marketing y la comunicación, este año Ambrosia™ empieza la temporada con grandes acciones que dotan de valor a la marca para estimular el consumo y la venta del producto. Bajo el claim “Ambrosia™ ¡Te va divina!”, la campaña estará presente a partir del 14 de noviembre en el mercado español gracias a un ambicioso plan de medios, que permitirá a la marca reforzar su presencia en los hogares españoles, afianzando así su posición en el mercado de las manzanas club.

Por tercer año consecutivo, la marca seguirá apostando por el medio televisivo con nuevas emisiones de su spot en prime time y el patrocinio de los programas más populares del momento. Paralelamente, la campaña contará con presencia en medios exteriores (metros y autobuses), medios digitales (RRSS, programática y display y video online) y en los puntos de venta. Asimismo, a lo largo de la campaña, la marca seguirá premiando la fidelidad de sus clientes con succulentas promociones, y apoyando a los canales mayoristas y minoristas mediante promociones en mercados.

Manzana de Austria

La verdadera manzana de montaña

TODA LA FRUTA A TU ALCANCE



www.obst-kropfl.at

Longitudinal 5, 82, Despacho 4, Logistic G
Mercabarna (Barcelona)

669 00 68 64

estiriateam

raul@estiriateam.com



www.estiriateam.com





DOSIER COMERCIAL



envyTM 



2022/23



PORQUE UNA MANZANA ENVY SIEMPRE APETECE.

Las rojas, jugosas y crujientes manzanas Envy son perfectas para disfrutarlas en cualquier momento y lugar. Un sonido que evoca calidad, personalidad y, sobre todo, exclusividad. Además, una sola Envy también te aporta numerosos nutrientes, ya que es una fruta rica en vitaminas y con un alto contenido en fibras.



ORIGEN

Las manzanas Envy se originan en la otra punta del mundo: en Nueva Zelanda. Se han convertido en unas de las manzanas más exclusivas y llenas de sabor del mercado. Su producción se lleva a cabo en pleno corazón de La Rasa, Soria; donde nuestros trabajadores cultivan y cuidan de los manzanos que nacen en este lugar tan único.

Tras tres años de trabajo para comunicar la sublimidad de nuestras manzanas Envy, queremos presentarte las propuestas para esta nueva campaña 2022/23.

TRAS TRES AÑOS DE TRABAJO Y DEDICACIÓN PARA COMUNICAR LA SUBLIMIDAD DE NUESTRAS MANZANAS ENVY, QUEREMOS ACERCARTE LAS PROPUESTAS PARA ESTE NUEVO AÑO 2022/23

LA RUTA DE LA MANZANA DE SORIA



Ya hace un año que colaboramos junto a Livinda en la iniciativa "La Ruta de la Manzana de Soria", la cual ha sido todo un éxito.

Además, cabe destacar que desde su lanzamiento, hemos trasladado la iniciativa de Livinda a las **Redes Sociales de Envy**, compartiendo información del lugar, curiosidades e incluso lanzando sorteos en los que invitamos a nuestra audiencia a vivir esta experiencia.



SPOT TV & RADIO



Las manzanas Envy volverán a entrar en los hogares de muchas familias a través de la pantalla y la radio, con el relanzamiento de su spot a partir de noviembre.

REDES SOCIALES



Las redes sociales de Envy siguen activas, concretamente en Instagram, Facebook, Twitter, YouTube y este año con TikTok. El objetivo es que las redes de Envy comuniquen los atributos principales de nuestras manzanas y, sobre todo, ser un perfil referente y de inspiración para nuestro público objetivo.

También, colaboraremos con **El Mundo Today**, el diario satírico online donde se nos patrocinará en **sus cabeceras y nuevas secciones de la plataforma**.

-  @manzanas.envy
-  @manzanas.envy
-  @Envymanzanas
-  Manzanas Envy
-  @manzanas.envy



LA GRAN NEVADA ENVY



El año pasado lanzamos la campaña navideña “La Gran Nevada Envy”, un challenge que consistía en compartir, a través de Instagram, un story con el filtro especial de la campaña y una manzana Envy.

Con ello, obtuvimos un total de 10.474 interacciones y más de **16 millones de impresiones en Instagram**. Este año volveremos a lanzarla, incorporando la plataforma TikTok. Además, **colaboraremos con influencers que permitirán viralizar la acción.**

El challenge consistirá en **colgar un Reel en Instagram o un vídeo en TikTok con el filtro Envy que simulará una nevada de rojas manzanas.**



PATROCINIO BAQUEIRA/BERET



Año tras año, nuestras manzanas Envy viajan hasta Baqueira/Beret para que todos los amantes del deporte de nieve puedan vivir experiencias memorables de lo más gélidas. Una cita con la nieve y la diversión donde poder disfrutar todavía más de la perfección de nuestras manzanas.

¡Nos vemos en pistas!

ACCIONES B2C POLAR SOUND



Envy colaborará con Polar Sound, el festival con la mejor música a pie de las pistas de esquí más top del país. Se trata de un festival único que reúne a los mejores artistas en la espectacular estación de esquí de Baqueira/Beret. El festival tendrá lugar los días 24 y 25 de marzo de 2023.

Allí estaremos nosotros, regalando las mejores manzanas a todo su público para que puedan disfrutar de las Envy entre concierto y concierto.

¿Listo para disfrutar de la mejor música?

ACCIONES B2C PRODUCT PLACEMENT



Envy promueve un estilo de vida que busca desconectar del estrés de la semana y tomarse un respiro. Por eso, queremos hacerte disfrutar de **experiencias exclusivas y de lo más originales para transmitir la personalidad que tienen nuestras manzanas.**

El año pasado, colaboramos con Acciona, y este año, **¿con qué te sorprenderemos?**

MARC PEYRES / Director comercial de Blue Whale

“Esperamos que Candine® alcance las 8.000 t la próxima campaña”

El sector de la manzana se enfrenta a un gran desafío: las nuevas generaciones no comen fruta. En el caso de la manzana, el 50% de los consumidores tienen más de 65 años. Por ello, tras más de una década de desarrollo, la multinacional gala ha visto la oportunidad perfecta para rejuvenecer el mercado con Candine®, una variedad que aún garantiza de calidad y el sabor único que presenta la manzana de siempre pero con sutiles toques exóticos.

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo es Candine® y cuáles son sus características?

Marc Peyres. Candine® es una mezcla de Fuji y de la manzana francesa Ariane. Por una parte, Fuji la hace ser una variedad especialmente dulce mientras que Ariane le proporciona firmeza y aguante. Lo diferente y más atractivo de Candine® es su sabor dulce y aroma a frutas exóticas.

A nivel productivo, en línea con la misión de Blue Whale, buscamos variedades que cumplan dos requisitos: una resistencia natural al moteado o sarna del manzano (*Venturia inaequalis*) —la enfermedad fúngica y más extendida en el cultivo de la manzana— y, en segundo lugar, que sea lo suficientemente dura y re-

sistente para poder exportarla y venderla a mercados exteriores.

VF. ¿Dónde está concentrada su producción y qué datos manejan para esta campaña?

MP. Lanzamos la variedad Candine® en 2018 y realizamos las pruebas iniciales en el sudeste de Francia, al norte de los Pirineos. Más tarde ampliamos a la zona del Valle de Loira al ver su buen funcionamiento y gran acogida en el mercado. Por eso, ahora estamos comprobando si el cultivo es viable en España y Portugal, valorando el coste y si las condiciones son las más idóneas.

Para la actual temporada vamos a tener cerca de 3.500 toneladas frente a las 370 de la pasada campaña. Y, en línea con su crecimiento, esperamos que la producción alcance las 8.000 toneladas la próxima campaña.

Tanto este año como el siguiente son cruciales para Candine®, ya que si funciona bien y tiene una buena acogida, en 2025 se revisará el plan con la intención de doblar su producción.

VF. ¿En qué mercados se centra la oferta de Candine®?

MP. Principalmente en los mercados que les gusta la fruta dulce como sur de Francia, España, Portugal, Medio Oriente y parte de Asia. Aún no tenemos mucho volumen de producción y en algunos países destinaremos cantidades mínimas a modo de prueba para saber si gusta a los consumidores y si la variedad funciona en el mercado.

VF. ¿Qué estrategia promocional van a seguir?

MP. Antes que nada, es importante destacar que la promoción va acorde a la producción. Si no



Marc Peyres en la presentación de Candine® en Fruit Attraction. / BLUE WHALE

disponemos de un gran volumen, las campañas de marketing deben ser muy prudentes, no podemos promocionar una producción que no tenemos. Por ello, este año nos hemos centrado en Francia y en Asia, concretamente, Vietnam y Singapur. También en España, aunque en menor medida, con el objetivo de dar a conocer esta nueva variedad.

VF. Blue Whale celebró la “puesta de largo” de Candine® en esta pasada edición de Fruit Attraction. ¿Cómo fue su acogida?

MP. Fruit Attraction es un evento muy importante para Blue Whale y que, además, coincide con el principio de la temporada de manzana.

Una de las principales ventajas de acudir a Madrid es que tenemos la oportunidad de visitar a muchos clientes que por su ubicación resulta difícil verlos a lo largo del año. También era el evento ideal para que el público pudiera degustar Candine®.

VF. Cada vez hay más variedades club en el mercado de la manzana. ¿Están desplazando a las variedades más tradicionales?

MP. En los últimos cuatro años ha habido una multiplicación de las variedades club muy fuerte en Europa, pero es importante reconocer que en todos los mercados hay espacio para la buena fruta. No hay variedades que sustituyan a otras, cuando una sube otra baja. El claro ejemplo son Fuji y Golden, que llevan más de 25 años en el mercado y siguen siendo las elegidas por muchos consumidores.

VF. ¿Cómo evoluciona la demanda? ¿Qué prefieren los consumidores?

MP. Hace 20 años se vendía manzana por el color y ahora lo que importa es el sabor. La nueva generación come menos fruta pero quizá sea porque no le gusta la calidad que presenta. Esto nos hace pensar que aunque el mercado está lleno de variedades club, no hay tantas manzanas que estén adaptadas a las preferencias de los consumidores. Si bien la mayoría prefiere una manzana crujiente, que tenga mucho jugo y que sea dulce, no podemos olvidar que hay otros segmentos que se decantan por otras características.



ARVIPO

| EQUIPOS DE PODA PROFESIONALES | www.arvipo.net |



AgroSmart Robotics
by ARVIPO

| SMART FARMING | www.arvipo-asr.com |



Plagas



Estrés hídrico



Agricultura de precisión



INCREMENTA
el rendimiento



DISMINUYE
el esfuerzo



CONSULTORÍA
agronómica

AHORRA
compartiendo batería

SENSORES Y DRONES
servicios y soluciones

PERITACIÓN
de explotaciones agrarias

FORMACIÓN
agricultura 4.0 drones

arvipo.net | arvipo-asr.com





► RAQUEL FUERTES. VERZUOLO.

Rivoira presentó en Madrid en octubre de 2021 el proyecto de manzana de origen brasileño Samboa. Después de más de seis años de trabajo, en otoño de 2022 Samboa ya es una realidad y esta temporada asistimos al lanzamiento de la primera campaña comercial de un concepto diferente dentro de las manzanas que buscan los consumidores con mayor nivel de exigencia.

Ya en la presentación Samboa se perfilaba como una marca que englobaba un concepto diferente dentro del segmento de manzanas premium: una manzana firme, extraordinariamente dulce, jugosa y crujiente que madura en el árbol y promete estar 12 meses en los lineales. De agosto a agosto con un producto certificado de características únicas muy adaptadas a los gustos de los mercados europeo, mediterráneo y asiático.

Porque Samboa no es una variedad sino que, como señala Marco Rivoira, director general del Grupo Rivoira, “estamos construyendo un nuevo segmento dentro de la categoría de las manzanas”. En realidad Samboa es una marca paraguas de manzana extra *sweet* que incluye tres manzanas hermanas de origen brasileño: Luiza, Venice e Isadora. Para madurar este proyecto que no duda en calificar como “revolucionario”, el empresario italiano Marco Rivoira cuenta en su equipo con un director global con prestigio internacional, Gerhard Dichgans.

■ DEL CAMPO AL CONSUMIDOR

Coincidiendo con la inauguración de la primera campaña comercial de la marca Samboa, Rivoira programó una jornada de puertas abiertas a mediados de octubre en la finca Monastero, una propiedad de 100 hectáreas que lleva generaciones en la familia Rivoria, ubicada a algo más de 600 metros de altitud en Verzuolo (Piamonte).

En la visita a la finca se pudo comprobar en el propio huerto y en la central de Rivoira las cualidades de Luiza y Venice. Manzanas de buen tamaño, que maduran en el propio árbol, con coloración roja, con brillo natural, firmes, crujientes y muy dulces (los niveles de azúcar están constantemente por encima de 14° brix, aseguran en Rivoira). Apuntaba Marco Rivoira que son manzanas “con una buena respuesta agronómica a las necesidades del productor” ya que son variedades muy resistentes que, además, requieren menos tratamientos. Ahora llega el momento de comprobar cómo reciben el mercado



Samboa es una marca paraguas que incluye tres manzanas de origen brasileño: Luiza, Venice e Isadora. / RAQUEL FUERTES

Samboa, una nueva filosofía de manzana



Gerhard Dichgans y Marco Rivoira en la jornada de puertas abiertas en la finca Monastero. / RAQUEL FUERTES

y los consumidores esta nueva manzana.

Como señalaba Marco Rivoira, “acabamos de inaugurar nuestra primera temporada comercial. Aunque en este momento solo tenemos algunos palés de la variedad Luiza (se espera disponer de 15 toneladas), las muestras se enviarán a los dis-

tribuidores de Roma, Bolonia y Madrid para comprobar la respuesta del consumidor. Ya hay más de 200 toneladas de Venice y 80 toneladas de Isadora listas para ser empaquetadas y enviadas en los próximos meses”.

Precisamente uno de los aspectos que más llaman la atención, tanto en los huertos como

en la central de confección de Rivoira, es el grado de tecnificación de todo el proceso. Desde drones dotados de sistemas de visión inteligente con amplias posibilidades de programación hasta un sistema de procesado de la fruta fresca marcado por la tecnología más puntera. Desde que la manzana llega a la central

hasta que se empaqueta y queda preparada en palets para ser cargada en el muelle pasa por procesos que garantizan la seguridad alimentaria y la calidad de cada manzana que pasa por las instalaciones. Y es que mantener la calidad es incuestionable para Rivoira.

■ CONTEXTO PARA UN PROYECTO PREMIUM

En la primavera de 2021, el Grupo Rivoira plantó los primeros 30.000 árboles en la región italiana del Piamonte. En la primavera de 2022, plantó otros 125.000 árboles de todas las variedades para alcanzar el objetivo de 200 hectáreas en 2024. Los nuevos socios en Europa y otros continentes han mostrado en todo momento un gran interés por el proyecto. El objetivo global es llegar a 4.000 hectáreas en todo el mundo.

En el contexto climático actual, en que son frecuentes los episodios de calor extremo en Europa, es en el que hay que ubicar la idoneidad del proyecto Samboa. Gerhard Dichgans: “En este contexto, nos reafirmamos del buen rendimiento agronómico de ‘las tres hermanas’. El enfoque del proyecto se basa en el concepto de calidad. El eslogan, ‘Every day of the year, a wonderful piece of fruit’, lo deja claro: cualquiera puede disfrutar de una fruta deliciosa a diario, solo debe saber dónde buscar”.

Y es que, como remarca, Marco Rivoira, precisamente. “Luiza, Venice e Isadora fueron elegidas por sus características agronómicas: resiliencia cuando hay plagas, la resistencia genética al hongo *Glomerella*, la tolerancia al frío y, por último, el rendimiento en condiciones de calor extremo”. Las tres variedades, muy resistentes frente a los desajustes que implica el cambio climático, se recolectan en diferentes momentos del verano europeo. La más temprana, Luiza, comparte el periodo de recolección junto con Gala. Por su parte, Venice se recolecta a finales de septiembre e Isadora, a finales de octubre.

El proyecto Samboa seguirá avanzando en las próximas temporadas. Tras plantar 125.000 árboles de las tres variedades durante la primavera de 2022, el objetivo del Grupo Rivoira es alcanzar la meta de 200 hectáreas en 2024. Los nuevos socios en Europa y otros continentes han mostrado un gran interés por los proyectos. De hecho, ya se han plantado los primeros árboles de prueba en Chile y Sudáfrica. Budwood está pasando por una inspección de cuarentena en Australia, Nueva Zelanda y Estados Unidos.

La manzana superdulce

Según Dichgans, las tres manzanas de la marca Samboa “son perfectas para crear un nuevo grupo en las categorías de manzanas. Se trata de la superdulce, que es la que buscan la mayoría de los consumidores en Europa, los mercados mediterráneos y Asia. Samboa será la opción favorita de los consumidores, ya que se venderá durante todo el año y mantendrá sus propiedades organolépticas. La nueva cosecha de 2022 contará por primera vez con la auditoría y certificación de Bureau Veritas. Además, se venderá con la certificación de producto ‘Ripe on Tree’, una parte adicional e integral de nuestro concepto de marca”.

Luiza

Época de recolección: en la época de Gala / finales de agosto.

Piel: brillante.

Color: 70% - 80%, fondo amarillo brillante. Fácil de colorear en un microclima más cálido.

Brix 13°-14°

Firmeza: 8 kg/cm²

Tamaño: Buen tamaño de los frutos para una variedad temprana.

Venice

Época de recolección: finales de septiembre.

Piel: brillante.

Color: 70% - 80%, fondo amarillo brillante. Fácil de colorear en un microclima más cálido.

Brix 14°-15°

Firmeza: > 8 kg/cm²

Tamaño: medio.

Isadora

Época de recogida: Fuji + 10 / finales de octubre.

Piel: rojo anaranjado, bicolor.

Color: 80%, fácil de colorear.

Brix 15° a 17°

Firmeza: 9 kg/cm²

Tamaño: medio. ■



Manzana francesa: producción en aumento pero precios a la baja

Desde la asociación ANPP informan de la preocupación de los productores por el aumento de los costes

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Según las cifras de Agreste —el departamento de estadísticas del Ministerio de Agricultura de Francia—, la producción de manzanas estimada para la campaña 2022-2023 es de 1.484.000 toneladas. Esta cifra significa para Francia volver a su potencial nacional al aumentar un 13% respecto a la cosecha de 2021-2022, muy afectada por las heladas de primavera, y un 4% superior a la media de las cosechas de 2017-2021. Este aumento se observa en la mayoría de las regiones. En cuanto a la superficie de cultivo, la cifra es de 39.300 hectáreas, que supone un ligero descenso del 2% respecto al año pasado. Otra de las particularidades es que este año las primeras cosechas galas se han adelantado al calendario.

Por regiones, tras la última revisión fechada a 1 de octubre: En Provenza-Alpes-Costa Azul, (PACA), está previsto que la cosecha alcance la media quin-

quenal tras varios años de baja producción. Sin embargo, la ola de calor y la sequía han limitado el tamaño de las manzanas. En septiembre, las tormentas provocaron también la caída de algunos frutos y daños en diferentes parcelas. Los frutos dañados se han destinado a industria en proporciones de hasta el 20%, según zonas.

En el Valle del Garona, las variedades tempranas presentan calibres pequeños y defectos de color. La ola de calor también ha provocado la caída de algunos frutos. No obstante, la producción en esta región ha aumentado a lo largo del año.

En la región del Languedoc, los frutos de las variedades tempranas, especialmente Gala, siguen siendo pequeños.

En Países del Loira, se espera que la producción disminuya a lo largo del año, sobre todo en las variedades Golden y Granny Smith.



La ANPP considera vital estimular y desarrollar el consumo de manzana / ARCHIVO

En Aquitania, las heladas y luego las olas de calor han provocado pérdidas. Sin embargo, el descenso de la temperatura está permitiendo que la fruta coja color. Se espera que la producción disminuya un 9% a lo largo del año.

En Lemosín, la producción es estable pero inferior a la media de cinco años. Los calibres son buenos debido al aclareo realizado tras las heladas de primavera.

En el Valle del Ródano, la recolección terminó 15 días antes de lo previsto. Con la ola de calor y la sequía, los calibres son más cortos en las plantaciones de secano, en particular en Gala. Las heladas de primavera han causado menos pérdidas que el año pasado. Por lo tanto, se espera que la producción vuelva a un nivel más estándar con un fuerte aumento respecto a la baja cosecha de 2021.

En el Centro-Valle del Loira, la producción continúa centrada con las variedades tardías. El riego ha sido beneficioso y se espera que la cosecha aumente a lo largo

del año y en comparación con la media de cinco años.

■ POR VARIEDADES

La Golden Delicious, que se prevé llegue a las 346.000 toneladas (un -4% respecto a 2021), sigue siendo la primera variedad de manzana producida en Francia, por delante de la Gala que, con 289.000 toneladas, se mantiene estable por tercera temporada consecutiva. Por su parte, Pink Lady sigue creciendo, al igual que la Granny Smith. Belchard Chantecler, Reineta gris del Canadá, Jazz, Joya y Honeycrunch son también variedades que continúan desarrollándose, según la Association Nationale Pommes Poires, ANPP.

■ PREOCUPACIÓN EN EL SECTOR

A pesar de la buena noticia que supone recuperar el potencial productivo después de lo sufrido el año anterior, Daniel Sauvitre, presidente de la ANPP confirma la preocupación de los productores franceses por el fuerte aumento de los costes de pro-

ducción (electricidad, gasóleo, fertilizantes, envases, etc.). “Para esta cosecha, hay que contar con +5 cts €/kg en campo y +15 cts €/kg en almacén, es decir, un precio de coste que se incrementa en unos 20 cts €/kg a salida del almacén”.

Desde la ANPP, su presidente señala que “se han puesto todos los medios para que la cosecha y la campaña de comercialización se desarrollen con normalidad, a pesar del difícil contexto económico y climático para todo el sector. La mano de obra necesaria sigue siendo escasa y los aumentos de costes muy elevados, por lo que estimular el consumo y desarrollarlo sin demora es la cuestión clave”.

■ UN MERCADO ALETARGADO

A finales de septiembre, el mercado de la manzana se confirmaba menos activo que hace un año. Las ventas se han caracterizado por su lentitud, especialmente en Gala, la variedad temprana que más ha sufrido la ola de calor y presenta los calibres más pequeños. El consumo tampoco ha estado en niveles habituales, ya que las temperaturas aún elevadas han frenado el consumo de esta fruta otoñal.

La industria transformadora también está saturada con frutos con defectos de color y quemaduras, a consecuencia de la ola de calor. Por otra parte, debido a la falta de salidas hacia el este de Europa por el conflicto de Ucrania, las manzanas polacas se están vendiendo en el mercado europeo.

El resultado de todo esto: caída generalizada de los precios.

Divina

Ambrosia™ es la manzana divina en tu día a día: coffee breaks, meriendas, sola o en deliciosas recetas. ¡Es divina para toda la familia!

Ambrosia™
...mmmbrosia!

divinambrosia.com



poma de
girona
indicació geogràfica protegida
Información elaborada por Óscar Ortega



JAUME ARMENGOL / Presidente del Consejo Regulador de la IGP Poma de Girona

“Desde Poma de Girona insistimos en defender nuestra producción antes de importar”

Con estas palabras Jaume Armengol, presidente del Consejo Regulador de la IGP Poma de Girona, defiende la producción de proximidad con su consecuente impacto en la economía local.

Valencia Fruits. ¿Los resultados de la pasada campaña fueron excepcionales?

Jaume Armengol. Con datos estadísticos en la mano, sí. En 2021 el conjunto de productores de Poma de Girona registramos una producción alrededor de 100.000 toneladas de manzana, cifra récord desde su creación. Esta cifra es significativa, el sector de la manzana está en constante innovación y demuestra la resiliencia de los productores en el contexto actual que estamos.

VF. ¿Causas de esa cifra récord?

JA. Disfrutamos de una climatología muy favorable, tuvimos un buen cuajado de la flor y pudimos aprovechar toda la producción. Además de la cantidad, tuvimos una manzana de alta calidad, de mayor tamaño, con más color y más dulce.

En clave climatología, las temperaturas suaves y períodos relativamente secos durante los meses de la cosecha junto a la ausencia de grandes granizadas, viento y otros accidentes meteorológicos como los que hubo hace dos años, son las razones que explican la buena temporada.

VF. ¿Previsión para esta campaña?



Jaume Armengol, presidente del Consejo Regulador de la IGP Poma de Girona. / 00.

JA. Para esta campaña esperamos alcanzar unas 88.500 toneladas de manzana de las prácticamente 2.000 hectáreas pertenecientes a las tres centrales que forman la IGP Poma de Girona: Girona Fruits (Bordils), Giropoma Costa Brava (Ullà) y Fructícola Empordà (Sant Pere Pescador). Esta cifra representa una disminución del 13% respecto a la mencionada cifra récord del año pasado, aunque es una de las tres más altas de los últimos

años. De hecho, esta menor producción es debido a la alternancia de cosechas.

En cuanto a la fruta, la climatología calurosa durante largo tiempo, desde mayo, favorece una manzana buena y de calidad en nivel de dulzura y de calibre medio aunque con algunas dificultades de coloración en las variedades bicolors. Y como siempre, Poma de Girona ofrece a los consumidores una producción comprometida con el entor-

no, de proximidad y de calidad, y muy confiable. Comprar Poma de Girona es comprar producto de proximidad y es apostar por la sostenibilidad. Comer Poma de Girona también es luchar contra el calentamiento global y reducir la huella de carbono de los alimentos que consumimos. Lo que ponemos en el plato puede tener un impacto muy grande en el cambio climático.

VF. Siguiendo con el consumidor, ¿en los lineales de los supermercados encuentra mucha manzana francesa e italiana?

JA. Desde Poma de Girona insistimos en defender nuestra producción antes de importar. Estas manzanas que usted comenta cuentan con gran apoyo publicitario.

La manzana es una fruta que puede ser producida en toda la Península Ibérica y debería ser consumida de forma local frente a otras manzanas de importación y, de esta manera, fomentar la economía del territorio. Y ahí juega un papel crucial el poder del consumidor. De hecho, para Poma de Girona la proximidad es un factor de sostenibilidad.

VF. Recientemente recibieron un premio por su labor en optimización del riego sin dañar la cosecha...

JA. El pasado julio tuvimos el honor de recibir el premio Catalunya Impacta por la iniciativa que ayuda a los productores a optimizar los recursos hídricos sin dañar la cosecha. El galardón,

impulsado por el Cercle Tecnològic, da visibilidad a las mejores iniciativas de transformación económica y social a través de la tecnología. La IGP Poma de Girona recibió el reconocimiento a la iniciativa del sector primario con el programa Giroreg.

Este el galardón representa el trabajo bien hecho, la innovación en el territorio y el compromiso de los productores con la tierra y con los consumidores. La tecnología nos ayuda en muchos aspectos, nos libera de trabajos pesados, nos permite ser más competitivos y, en un futuro, junto con la digitalización, debe posibilitar que seamos más sostenibles, haciendo un uso más racional de los recursos.

VF. ¿Describe Giroreg?

JA. Giroreg ayuda a los productores a optimizar los recursos hídricos sin estropear la cosecha y permite reducir costes y tener un producto más competitivo. El programa permite reducir hasta un 30% el consumo de agua y energía de los motores para regar y ha dado como resultado árboles más equilibrados y fruta de mayor calidad.

El programa controla un total de 150 puntos con unos 600 sensores en las casi 2.000 hectáreas de la denominación de origen Poma de Girona para conocer la humedad del suelo. Esta información se cruza con la previsión meteorológica a 7 días vista para presentar una propuesta de riego adecuada a las necesidades de agua y la expectativa de lluvia o calor de los próximos días. Las recomendaciones pueden consultarse con detalle en la plataforma, apta para móvil y ordenador.

Giroreg ha sido desarrollado por el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA, en sus iniciales en catalán), con la colaboración de las empresas de Poma de Girona, el apoyo del Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural (DACC) de la Generalitat de Catalunya y el PECT 'Girona región sensible al agua'.

especialistas en manzanas

Naturalmente, porque las cultivamos en plantaciones junto al Mediterráneo que gozan de unas **condiciones climáticas óptimas**, con un gran contraste de temperatura entre el día y la noche y una humedad ambiental elevada. El resultado: **manzanas con una dureza y una coloración excepcionales**.

Cuidamos la calidad, mimamos el servicio

Dr. Narcís de Ciurana, 12 - Sant Pere Pescador (Girona) Tels. 972 520 000 - 972 520 002 - Fax 972 550 170 - emporda@empordasl.com - www.fructicolaemporda.cat




MIQUEL ROIG / Director general de Fructícola Empordà

“Hay que poder repercutir la subida de costes para poder ser un sector rentable”

La preocupación por la subida de costes, la participación como partners de la variedad Tessa y las privilegiadas condiciones climáticas de la demarcación de Girona para el cultivo de la manzana son algunos temas que comenta Miquel Roig, director de Fructícola Empordà, en la entrevista.

Valencia Fruits. Desde la perspectiva de Fructícola Empordà, ¿una visión de cómo se está desarrollando la campaña?

Miquel Roig. La campaña acaba de empezar y tan solo estamos tomándole el pulso. Parece que hay menor volumen de producción de manzana en Europa y en España de forma muy clara. Esta coyuntura debería servirnos para conseguir trasladar el aumento de costes que sufrimos ya desde la campaña pasada y que no hemos sido capaces de repercutir hasta el momento.

VF. Son los partners para España de la variedad Tessa. ¿En qué se traduce ser “partners”? ¿En qué punto de producción de esta variedad se encuentran?

MR. Sí. Nos escogieron después de observar una finca experimental en fase comercial que nos autorizaron a plantar en nuestra zona. Es decir, un campo de la variedad suficientemente grande para obtener una

producción representativa y que permitiera realizar pruebas de manejo y conservación de la variedad en nuestras condiciones. La variedad se comporta muy bien en nuestro clima con un atractivo color rojo “Ferrari”, una calidad gustativa excelente y con los azúcares muy altos.

El hecho de pertenecer al club nos permite estar bajo el paraguas de un conjunto de empresas importantes en el sector que agrupan, en su conjunto, un volumen significativo de manzanas de la variedad y que también juntan sus esfuerzos en promoción, publicidad, nuevos mercados, experiencias de manejo...

Por otro lado, se fijan normativas de calidad muy exigentes para garantizar que el cliente que compra una manzana Tessa encuentre una uniformidad en el producto y siempre igual de buena. Hay controles muy estrictos que evitan la picaresca de ofertar manzana al mercado a un precio más bajo a costa de bajar la calidad como ocurre por parte de algunos operadores con las manzanas convencionales.

Este invierno finalizamos la primera fase de plantación de 30 hectáreas que teníamos prevista y evaluaremos los plazos y volúmenes para una segunda fase.

VF. Además de Tessa, ¿qué oferta presenta Fructícola Empordà?

MR. Ofrecemos las variedades convencionales —Golden, Gala, Granny, Fuji y Red Delicious—, dándoles el plus de calidad que nos permite, por un lado, las condiciones climáticas privilegiadas de Girona, y por el otro, los sistemas de conservación más modernos del sector, de los cuales disponemos. También disponemos de tres variedades de manzanas ecológicas: Golden, bicolor y roja. Y por último, vamos a iniciar la plantación de variedades creadas por nuestro grupo Fruit Futur, del que somos socios fundadores, nacidas y seleccionadas en nuestra tierra para estar plenamente adaptadas a las condiciones climáticas propias del territorio.

VF. ¿Qué objetivos se plantean?

MR. En este momento nuestro principal objetivo es poder repercutir la subida de costes de producción, conservación y envasado para poder ser un sector rentable y poder seguir creciendo e innovando.

VF. ¿Qué novedades puede anunciar?

MR. No es tanto una novedad, ya empezamos durante la última temporada, pero queremos afianzar la venta en bandeja 100% cartón, que usamos en la variedad club Tessa, en las manzanas ecológicas y en los productos premium de Empordà.

Creemos que sería posible también sustituir las bolsas por este formato, en agrupaciones de 8 frutos, que aportarían un plus en el lineal tanto por la protección que ofrece a las manzanas, evitando los golpes en la logística, como en la misma manipulación por los clientes; además de ser un producto con mejor imagen y más sostenible que una bolsa de plástico y todo por un incremento de precio prácticamente insignificante.

VF. Ha mencionado varias veces los costes de producción que en las últimas campañas se están elevando. ¿Qué medidas toma Fructícola ante esta coyuntura?

MR. Ya hace unos años instalamos placas fotovoltaicas en la cubierta de nuestra central de Sant Pere Pescador, intentando generar toda la energía que podamos autoconsumir. Con esta actuación hemos conseguido un 30% de ahorro energético pero es prácticamente imposi-



Miquel Roig, director general de Fructícola Empordà. / ÓSCAR ORTEGA

ble rentabilizar una subida en esta cifra.

VF. Si tuviera una varita mágica, ¿qué elementos serían necesarios para una campaña de éxito?

MR. A día de hoy, si pudiese cambiar algo con la varita, pondría las manzanas en los lineales por encima de los 2€/kg. Es absolutamente imprescindible dar ese paso para que la distribución tenga margen en la manzana para poder repercutir a nosotros una parte de ese diferencial y, así, equilibrar nuestro aumento de costes. En estos momentos, estoy seguro que todos los supermercados están de acuerdo que tienen la necesidad de ejecutar este movimiento, pero ninguno de ellos tiene la valentía de ser el primero. Si no se hace, corremos el riesgo que pase lo mismo que en otros productos, como la leche, que nadie se atrevía a subir el precio y no había margen para pagar a los productores por encima de su coste y éstos se vieron obligados a sacrificar vacas y ahora hay escasez de leche en España. Podría suceder lo mismo con las manzanas si no subimos los precios.

Hay que vender a un precio justo suficiente para que todos los eslabones de la cadena tengan margen; empezando por la gran distribución y terminando con el pequeño agricultor.



Indicación Geográfica Protegida

Poma de Girona
tu manzana

pomadegirona.cat

Con la colaboración de:

Generalitat de Catalunya
 Departament d'Agricultura,
 Ramaderia, Pesca i Alimentació

Fons Europeu Agrícola de Desenvolupament Rural:
 Europa inverteix en les zones rurals

ÀLEX CREIXELL / Director de Giropoma Costa Brava

“El calor no ha afectado a la calidad gustativa de la manzana”

Àlex Creixell, director de Giropoma Costa Brava —empresa ubicada en la demarcación de Girona (Cataluña)—, analiza durante la entrevista diversos temas relacionados con el cultivo y la comercialización de manzana.

Valencia Fruits. ¿Qué expectativas manejan para la presente campaña en la firma Giropoma Costa Brava?

Àlex Creixell. Esta campaña rozaremos un volumen de 30.000 toneladas de manzanas; entre ellas ya incorporamos la variedad Crips Red, que comercializamos bajo la marca Joya®, y la variedad Candine de ASF Edition. Entre nuestra oferta destacamos las manzanas Gala, Golden, Granny Smith, Pink lady, Red Delicious, Mandy, Fuji y Crimson Snow.

Esta cifra representa un ligero descenso en comparación al pasado ejercicio donde conseguimos unas 33.000 toneladas.

VF. ¿Alguna explicación para este descenso de producción?

AC. Principalmente es atribuible a las altas temperaturas durante el proceso de producción, en especial durante la época veraniega, que ha influido en el calibre óptimo de la fruta y, como consecuencia directa, menor calibre comporta menor volumen de producción. En cambio, el calor no ha afectado a la calidad gustativa de la manzana.

VF. Volviendo a la incorporación de variedades nuevas a su oferta: Joya®, Candine...

AC. El año pasado ya empezamos con la manzana Crips Red. Es una variedad muy cercana a la Pink Lady®. De hecho, se trata de un cruce entre Golden Delicious y Lady Williams y se cosecha más tarde que la Pink Lady, por lo que nos permite prolongar la campaña.

También hemos realizado una importante apuesta por la varie-

dad Candine de ASF Edition. Se trata de una manzana bicolor, que destaca por su aspecto y dulzor, y que por sus características gustativas es una manzana idónea para el mercado español. Empezamos a plantarla también el año pasado y ya contamos con una producción de aproximadamente 100.000 kilos.

Luego, en la línea seguida durante los últimos años, a través del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentaria (IRTA, en sus iniciales en catalán) continuamos trabajando en variedades adaptadas al cambio climático y muy enfocadas en veranos muy calurosos, como los que tenemos y seguiremos teniendo.

VF. ¿En qué novedades está trabajando Giropoma Costa Brava actualmente?

AC. Para el año 2023 tendremos a punto una línea robotizada al completo; en concreto con una máquina con varios brazos robóticos que pone las manzanas dentro de la caja, sustituyendo así la mano de obra.

De hecho, desde hace años estructuramos la entidad pensando en la optimización de todos los procesos y en la reducción de costes a través de la mecanización. Podemos decir que nuestra central está altamente mecanizada.

Bajo mi opinión el aumento de la productividad pasa por la mecanización y la robotización de los procesos frente a los problemas de escasez de mano de obra y el aumento de los costes de producción o, en otras palabras, la mecanización y la robotización son el camino a seguir



Alex Creixell, director de Giropoma Costa Brava. / O.O.

“El aumento de la productividad pasa por la mecanización y la robotización de los procesos”

“Un 85% de nuestra superficie de cultivo de manzana está cubierta bajo malla antipedrisco”

para continuar siendo rentables y competitivos.

Por otro lado, ya finalizamos la instalación de placas fotovoltaicas en el tejado de nuestra central ubicada en la localidad de

Ullà. Una medida más que muestra nuestro compromiso con la sostenibilidad y el medioambiente. También se encuentra a pleno rendimiento la segunda línea de confección de bandejas

de cartón. Y otras iniciativas que estamos barajando bajo la idea de que la sostenibilidad es un concepto transversal que alcanza todos los ámbitos de la empresa.

VF. Al hilo de los costes de producción, ¿están aumentado?

AC. Sí, así es. Estamos experimentando un aumento de costes —energéticos, envases, logísticos...—, más los efectos provocados por la guerra de Ucrania y una inflación disparada. Con todas estas coordenadas nuestra mayor preocupación radica en cómo repercutir esos costes porque los productores ya trabajan con márgenes muy justos.

VF. Cambiando de tema, ¿el principal destino de sus manzanas es el mercado interior?

AC. El mercado interior absorbe un gran porcentaje, casi el 80%, del conjunto de nuestra oferta de manzana. El resto de la producción se destina a distintos países de Europa, destacando Reino Unido, Francia y Bélgica. También realizamos incursiones en otros destinos tan dispares como Israel (centrada en manzana Pink lady), Dubái, Colombia, países del Golfo Pérsico y Centroamérica.

VF. ¿Qué planes de futuro tienen en la compañía?

AC. En Giropoma Costa Brava continuamos con la idea de llegar a 40 millones de kilos de manzana en los próximos 10 años. Para ello, también aumentamos la superficie de plantación destinadas a las nuevas variedades, como las mencionadas Joya® y Candine, y mantenemos y renovamos nuestras extensiones actuales de variedades tradicionales.

En la actualidad disponemos de unas 800 hectáreas de cultivo de manzana y de estas hectáreas un 85% están cubiertas bajo malla antipedrisco, que además ayuda a aislar la superficie del viento.



giropoma
la manzana de Girona

Nuestras plantaciones, situadas en las fértiles llanuras de la provincia de Girona y rodeadas por los parques naturales del Alto y Bajo Ampurdán, nos proporcionan una fruta singular, mimada por nuestros agricultores bajo la tutela de nuestro personal especializado, y con la calidad que garantiza la IGP Poma de Girona.



Camí Vell de Torroella, 3 - 17140, Ullà (Girona)
Tel. 972 755 025 - Fax 972 757 162 - www.giropoma.com

JOSEP MARIA CORNELL / Gerente de Girona Fruits

“Invertimos en diferentes 3mbitos de la compa1a para mantener nuestra competitividad”

Con estas palabras Josep Maria Cornell, gerente de Girona Fruits, ilustra la importancia de una 3ptima programaci3n de inversi3n para mantener y potenciar la competitividad de esta compa1a y hacer frente a cada campaa con garant3a de 3xito.

Valencia Fruits. De su presencia como firma expositora en Fruit Attraction, una valoraci3n...

Josep Maria Cornell. Parece que hemos regresado a una edici3n habitual despu3s del par3n presencial por la pandemia y de la pasada edici3n, ya presencial, aunque con un n3mero menor de expositores y visitantes. A partir de aqu3 consideramos que es imprescindible estar en Fruit Attraction, un evento espl3ndido donde reflejar y dar a conocer el trabajo realizado y las nuevas ofertas y tendencias de la producci3n de nuestra manzana. Para nosotros es una iniciativa positiva, eficaz y eficiente donde coincidimos con clientes, colaboradores y operadores del sector.

En definitiva, valoramos nuestra participaci3n como muy positiva una edici3n m3s.

VF. En los 3ltimos a1os est3n ejecutando inversiones...

JMC. S3, as3 es. Invertimos en diferentes 3mbitos de la compa1a para mantener e incrementar la competitividad de Girona Fruits y poder ofrecer mayor servicio y calidad a un precio competitivo. Para mantener el nivel de calidad y servicio a nuestros clientes tambi3n debemos mantener las mejoras e inversiones.

Ampliaci3n y mejora de nuestra central, c3maras de atm3sfera din3mica con una capacidad 3.000 toneladas para larga conservaci3n, envasadoras y embolsadoras que permiten una respuesta r3pida y eficiente para la preparaci3n de pedidos, adaptaci3n y ampliaci3n al transporte el3ctrico, red antiincendios, generaci3n de energ3a para el autoconsumo... son algunos ejemplos de nuestra inversi3n.

VF. Ustedes trabajan principalmente el mercado interior donde disputan mercado con manzana importada...

JMC. Alrededor del 70% de nuestra producci3n se destino a mercado interior donde tambi3n se puede encontrar manzanas de otros or3genes de Europa, fundamentalmente manzana francesa e italiana que son dos grandes pa3ses productores de esta fruta y cuentan con gran soporte de publicidad y promoci3n.

En este contexto hay que poner en valor el consumo responsable como sin3nimo de consumo de producto nacional y de proximidad, enmarcado dentro de la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente, que entendemos que ganar3 terreno y subir3 posiciones en la escala de valor del consumidor. De hecho, existe una corriente generalizada del consumidor europeo de valorar

“El cambio clim3tico incide directamente en los procesos productivos de la manzana”

“Hay que poner en valor el consumo responsable como sin3nimo de consumo de producto nacional”

progresivamente la manzana nacional y de proximidad ya sea por el mayor conocimiento, valoraci3n del producto nacional, y sostenibilidad y concienciaci3n social.

VF. 3Cu3l es el destino del restante 30% de su producci3n?

JMC. Los destinos principales son pa3ses de Europa por razones obvias de proximidad y log3stica, y tambi3n incursiones en pa3ses de otras partes del mundo como 3frica, Oriente Medio y continente americano.

VF. Siguiendo con el consumidor, 3hacia que tendencias de manzana se decantan?

JMC. Hoy en d3a no podemos hablar de un solo consumidor, tenemos que hablar de distintos perfiles de consumidor con distintas preferencias de manzana. En otras palabras, la renovaci3n varietal ha de estar focalizada en la b3squeda de aquellas variedades de manzana preferidas por los consumidores, ampliando la gama actual de manzanas que podemos encontrar en cualquier lineal de supermercado.

Sin olvidar el cambio clim3tico que incide directamente en los procesos productivos de la manzana y, en consecuencia, las nuevas variedades no solo han de adaptarse a la demanda del consumidor si no tambi3n y al cambio clim3tico.

VF. Girona Fruits ya lleva campa1as trabajando en nuevas variedades adaptadas a territorios c3lidos...

JMC. Hace ya unos a1os que mantenemos y potenciamos la inversi3n y apuesta para las variedades que presentan mayor adaptaci3n al cambio clim3tico y que tambi3n incrementan y mejoran la calidad gustativa de las variedades tradicionales.

En Girona Fruits somos muy conscientes que esta labor es lenta aunque tambi3n somos sabedores de que obtendremos resultados positivos que repercutir3 en una mejora notable de

nuestra oferta de manzana. Es un proceso lento que ir3 dando sus frutos en los pr3ximos a1os con una mejora importante en la oferta de manzana de Girona Fruits con nuevas variedades de alta calidad que encaja perfectamente en el objetivo principal de la compa1a que no es otro que alcanzar fruta de m3xima calidad para el consumidor final y satisfacer sus necesidades.



Josep Maria Cornell defiende el producto de proximidad. / 3SCAR ORTEGA



gironafruits
nuestra fruta
naturalmente


GIRONA FRUITS

Ctra. Palam3s, 7 - 17462 Bordils - Girona
Tel. 972 490 002 - Fax 972 490 029
www.gironafruits.com

Diez herramientas que abren las puertas de la agricultura 4.0 para la fruticultura

La esencia de la agricultura 4.0 es la automatización de procesos, tanto los productivos, del día a día, como las decisiones estratégicas

RODRIGO MARQUEZ.

EXPORT DEPARTMENT DE ARVIPO

Tras las restricciones de la pandemia, este año 2022 se pudieron revivir con fuerza las ferias agrícolas más relevantes de España. Desde las pequeñas ferias locales de Manzanares y Lleida, hasta los grandes eventos de Zaragoza y Madrid, pudimos ver las principales tendencias de la agricultura 4.0 con las herramientas, productos y servicios que se pueden utilizar desde ya.

La esencia de la agricultura 4.0 es la automatización de procesos, tanto los productivos, del día a día, como las decisiones estratégicas. El consenso es que no se puede mejorar la producción si no se logran medir los factores de producción que la están afectando. Entre estos factores resaltan la mano de obra, la energía, el manejo fitosanitario, la nutrición y abonado, el riego, la gestión del riesgo climático y la operación de maquinaria agrícola convencional.

En la práctica, las herramientas tecnológicas de la agricultura 4.0 involucran combinaciones de técnicas como la agricultura de precisión, la telemetría con sensores remotos y de campo, los actuadores y motores eléctricos, así como las capas de software de gestión y algoritmos de aprendizaje de máquinas embebidos en los dispositivos o servicios de asesorías.

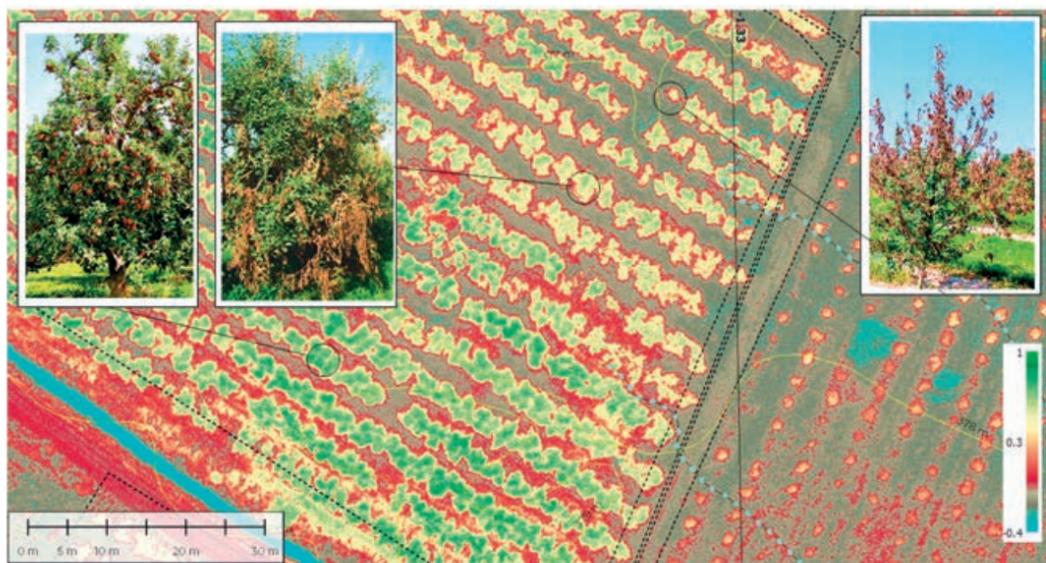
A continuación, presentamos una revisión de las principales herramientas disponibles para la fruticultura hoy.

SENSORES SATELITALES Y AÉREOS

Obtener un mapa satelital es la primera medición que podemos realizar ipso facto. Un buen servicio de mapeo que utilice algoritmos de I.A., nos permitirá segmentar nuestro huerto frutal en función del vigor, fecha de brotación, estrés, temperaturas y un largo etcétera de indicadores. Si queremos llevar la segmentación a un nivel de árbol, contamos con servicios de drones con cámaras multispectrales y térmicas que permiten anticipar un brote de fuego bacteriano, phytophthora, déficit nutricionales o problemas del sistema de riego.

SENSORES Y SONDAS DE CAMPO

Una vez detectadas las diferencias de nuestro huerto, lo lógico es diferenciar los manejos de cada zona, para esto nos podemos valer de sondas de humedad de suelo, definiendo el tiempo y frecuencia de riego, monitorear las heladas, humedecimiento de follaje y otros riesgos que, por medio de alertas inteligentes, nos permiten racionalizar el uso de recursos hídricos, energía y jornadas de trabajo por zona.



Aplicación móvil conectada a sensor de humedad de suelo para control de riego. / WEENAT

CONTROLADORES DE RIEGO TELEMÉTRICO

El paso siguiente al monitoreo, es el control. La automatización total del riego hoy es posible por medio de actuadores remotos que encienden, apagan, abren, cierran y activan equipos de bombeo, válvulas, filtros y fertilizadores. Es una de las tecnologías más maduras permitiéndonos generar importantes ahorros en operación, posibilitando riegos nocturnos o fines de semana sin costes adicionales y casi sin operarios.

MUESTREADORES DE NUTRIENTES AUTOMÁTICOS

Hoy existen dispositivos capaces de obtener un extracto de la solución suelo y procesarlo in situ para transmitir información de los principales nutrientes. Esto posibilita ahorro de insumos y mejoras de las características cualitativas de la producción frutal, permitiendo anticiparnos al déficit en planta para evitar daños fisiológicos, aumentando calibres, mejora de coloración y aumento de la vida de estantería. Cobra especial relevancia dada las regulaciones crecientes en cuanto a uso de abonos nitrogenados en las fincas.

MONITORES DE PLAGA CONECTADOS

Un entomólogo en tu huerta. Así es como se podrían catalogar estos dispositivos, que al combinar un sistema de trampas, cámaras y reconocimiento con algoritmos de *machine learning*, informan constantemente la presión de plagas específica, permitiendo un accionar respuestas a tiempo, con la consecuente reducción de costes e impacto ecológico.

HERRAMIENTAS Y PEQUEÑOS TRACTORES ELÉCTRICOS

Los objetivos planteados por la UE para reducción de emisiones de CO₂, los costos crecientes de los combustibles fósiles y la ne-



Dron DJI Agras T10 en aplicación sobre maíz. / PIRINEOS DRONEAVIATION

cesidad de maximizar la efectividad de la escasa mano de obra han generado una creciente demanda de herramientas eléctricas que agilizan las labores de poda, raleo, cosecha o incluso aclareo, por señalar algunas. Estas herramientas comparten el enchufe eléctrico de la finca con pequeños tractores, a modo de asistentes de transporte, desmalezado o desbrozado. A la larga veremos las herramientas eléctricas y sensores incorporados

en estos asistentes autónomos con guiado RTK y visión IA.

DRONES DE APLICACIÓN AÉREA

Luego de un inicio prometedor hace una década, para luego ser frenado por un marco regulatorio demasiado restrictivo, el renacer de los drones de aplicación fitosanitaria viene con fuerza en la UE. Además de los nichos los extensivos y frutales ecológicos, se suma

hoy al avance de la tecnología de guiado 3D, la investigación realizada por entes públicos y privados y la expectativa de ampliación de escenarios de vuelo agrícolas; lo que verá un uso de drones, sobre todo para la aplicación de productos de tipo ULV (ultra low volume), ecológicos, abonos foliares, fitosanitarios sistémicos e incluso liberación de controladores biológicos, resiembra, polinización y distribución de abonos granulados o simplemente en zonas donde un tractor no es viable por economía, topografía o clima.

RECONOCIMIENTO Y CONTEO DE COSECHA

Tanto para valorar la germinación de semillas como para registrar y evaluar la carga frutal, los algoritmos de reconocimiento de imágenes ya se utilizan para hacer extrapolaciones estadísticas de producción, el impulso final vendrá al montar sus cámaras multispectrales en vehículos autónomos terrestres y aéreos, aunque se espera que la siguiente generación venga de la mano con sistemas Lidar con mayor precisión. Estos sistemas permiten programar resiembras en el caso de extensivos, o programar inteligentemente la cosecha de frutales tomando en consideración color y calibre en función de la variabilidad propia de la finca.

CUADERNOS DE CAMPO

Los esfuerzos e incentivos de digitalización de la finca. Para constituir el sistema de información agraria SIEX, han propiciado el surgimiento de distintas start ups con tal servicio en toda la UE. Lo cierto es que hoy el agricultor posee distintas alternativas para probar ya que es un mercado no consolidado, pero existe una clara expectativa de interconexión con las herramientas y hardware de la agricultura 4.0 en desarrollo, el uso de algoritmos predictivos de IA y la implementación de un servicio que facilite el compartir o migrar los datos de una plataforma a otra sin complicaciones para los usuarios de las fincas.

Por lo pronto, un cuaderno de campo nos permite ahorrar en papeleo y ayuda a la sistematización de los procesos para, por ejemplo, ajustar los manejos a la nueva versión de la normativa Global GAP.

EDUCACIÓN A DISTANCIA

El uso de las nuevas herramientas requiere un proceso de capacitación y aprendizaje en toda la jerarquía de la finca. Afortunadamente, entre los efectos positivos de la pandemia vimos como el sistema de aula virtual se consolidó como una forma conveniente de aprendizaje, donde, por ejemplo, los cursos de piloto aplicador hoy se puede tomar mayormente online, donde anteriormente la AESA exigía un formato totalmente presencial.

Este cambio de paradigma está generando el surgimiento de plataformas de aprendizaje a distancia que están siendo incorporadas por las empresas de servicios agrícolas, los fabricantes y los proveedores de insumos para acercarse al cliente y generar una mejor experiencia de uso y vinculación. La agricultura 4.0 requiere este proceso de formación y asistencia ad-hoc a cada cliente.