

valencia fruits

13 de diciembre de 2022 • Número 3.006 • Año LX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La Unión Europea ha dado luz verde al incremento de controles de pesticidas a los limones y pomelos turcos que llegan al mercado europeo. / ARCHIVO

La UE aumenta el control a los limones y pomelos turcos

La frecuencia de los controles de pesticidas se incrementa hasta el 30%

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Comisión Europea ha dado luz verde al aumento de controles de pesticidas a los limones y pomelos turcos que se importan en el territorio de la UE. La decisión fue adoptada por unanimidad el pasado 30 de noviembre en la reunión del Comité Permanente de Plantas, Animales, Alimentos y Piensos.

Tras la decisión adoptada se modifica el Reglamento de Ejecución (UE) 2019/1793 y el porcentaje de control pasa del 10% al 30% en el caso de los pomelos, y del 20% al 30% para los limones. Esta medida que entrará en vigor al inicio del próximo mes de enero, durante un periodo de seis meses, supondrá que 3 de cada 10 camiones de limones y pomelos turcos que entran en la UE deberán estar sometidos a controles estrictos en frontera, incluyendo análisis de pesticidas.

La medida adoptada recientemente por la Comisión Europea entrará en vigor al inicio del mes de enero y se aplicará durante un periodo de seis meses

Tres de cada diez camiones de limones y pomelos turcos que entran en la UE serán sometidos a controles estrictos en frontera, incluyendo análisis de pesticidas

La propia Comisión Europea ha justificado la decisión adoptada debido a la gravedad de la situación con este país, y de forma clara confirma que "en relación con las partidas de limones y pomelos procedentes de Turquía, se ha detectado un alto índice de incumplimiento de los requisitos pertinentes previstos en la legislación de la Unión Europea con respecto a la contaminación por residuos de plaguicidas durante

los controles oficiales realizados por los Estados miembros de conformidad con los artículos 5 y 6 del Reglamento de Ejecución (UE) 2019/1793. Por lo tanto, procede aumentar al 30% la frecuencia de los controles de identidad y físicos que deben realizarse a esas partidas que entran en la Unión".

En relación con la decisión adoptada, desde la interprofesional Ailimpo señalan que ya ha-

bían comunicado a los servicios de la Comisión Europea su preocupación ante los datos oficiales de alertas publicados por el sistema RASFF (Rapid Alert System Feed and Food), que indicaban un fuerte incremento en la pasada campaña de lotes de limones y pomelo turcos con presencia de pesticidas en cantidades superiores a los límites oficiales que establece la normativa comunitaria a este respecto.

Por ello, desde la organización interprofesional española de limón y pomelo han expresado su satisfacción por la decisión que ha adoptado la Comisión Europea. "Sin duda se trata de una decisión importante para defender los intereses de los consumidores europeos, y para reforzar la posición del Limón y Pomelo de España® producido bajo los máximos estándares de garantía que establece la normativa europea", señalan desde Ailimpo.

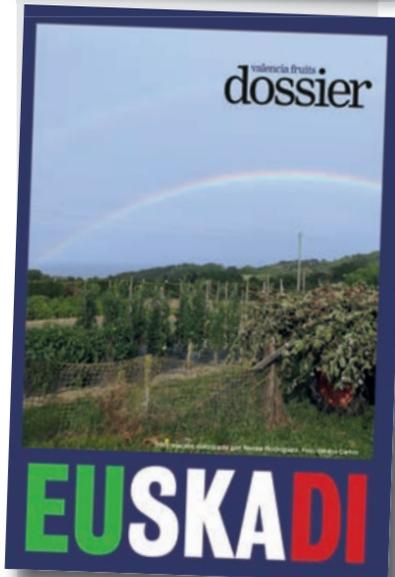
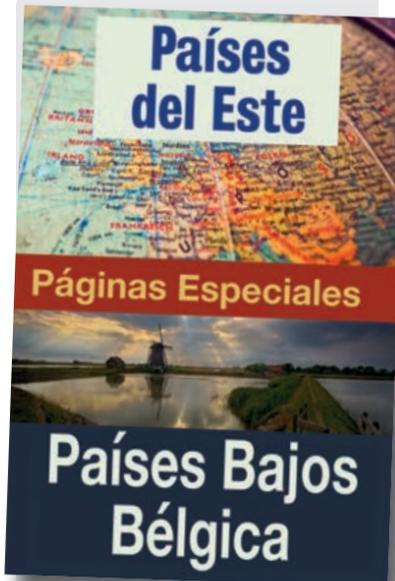


Esta semana

9 Las estimaciones de la cosecha citrícola del hemisferio norte muestran un descenso del 13% para esta temporada

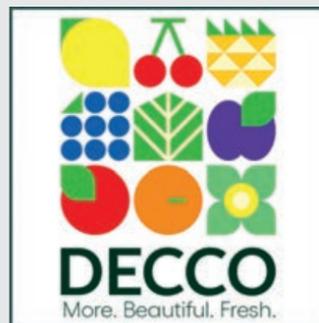


10 El futuro del trasvase Tajo-Segura reabre la brecha entre territorios



ÍNDICE

Agrocomercio: **3**
Agrocultivos: **9**
Noticias de empresas: **11**
Agrocotizaciones: **16**



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

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**

Guerra a la inflación y a la especulación

Por GONZALO GAYO

El gobierno de España y media Europa han declarado la guerra a la inflación y anuncian medidas extraordinarias para antes de que nos comamos las doce uvas. El incremento de precios está suponiendo un duro golpe a la economía de las familias y especialmente en la población más vulnerable, como son las personas mayores y la infancia. Desde el Gobierno apuntan la intervención de precios en alimentos básicos para la población para este mes. Esperemos que dicha intervención permita en el futuro utilizar un instrumento necesario para garantizar a nuestros agricultores el umbral de rentabilidad en los productos del campo frente a la especulación de las grandes superficies.

La guerra de Ucrania ha disparado los precios de los precios de la energía, del petróleo y del gas, pero también de los cereales, de las oleaginosas y de los fertilizantes. Al conflicto bélico se suma el impacto del cambio climático con sus sequías, que provocan la disminución de las cosechas.

Tras un largo debate, el Gobierno anuncia que tomará medidas para contener el precio creciente en los productos de alimentación. En noviembre, último mes con datos, la inflación volvió a bajar en España hasta el 6,8%, pero esa tendencia decreciente no se ha notado en los alimentos que acumulan una subida del 15,4% interanual, mientras la FAO anuncia que los precios de los alimentos están descendiendo en el panorama internacional.

El presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, anunció el pasado fin de semana la puesta en marcha de un nuevo paquete de ayudas que incluirá "mecanismos" para contener el precio de los alimentos. Según Sánchez, estas ayudas no obedecen solo a cuestiones de "justicia social" sino también a "una cuestión de eficiencia económica" y ha recordado que la intención de su Gobierno es poner "todos los recursos al servicio de la gente".

Por su parte, la vicepresidenta segunda y ministra de Trabajo, Yolanda Díaz, disparaba en la misma dirección tras asegurar que se negocian medidas "de urgencia" para hacer frente al encarecimiento de los alimentos y de las hipotecas, en el marco de la prórroga del decreto anticrisis que expira el próximo 31 de diciembre.

En el caso de los alimentos, el Gobierno se mostró partidario de actuar sobre las grandes distribuidoras y descartó las medidas genéricas sobre la cesta de



Escalada de precios en la alimentación /G. GAYO

la compra. Esperemos que al final de la corrida no sean los agricultores a los que se les traslade el recorte de precios. Por su parte, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, señalaba que muy probablemente el precio de los alimentos disminuirá de forma significativa a partir de principios del año que viene por el plan de choque que anunciará el Gobierno coincidiendo con la caída internacional de precios que informa la FAO tras un año de fuertes tensiones inflacionistas por la guerra de Ucrania y la especulación.

Mientras los precios en alimentación baten récords en España, se constata a nivel internacional una significativa caída que tendrá en breve su reflejo en nuestro país. El índice de precios global que elabora la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación -FAO, tocó un máximo histórico el pasado mes de marzo. Este indicador, que sigue la evolución mensual de los precios internacionales de una cesta de productos alimentarios, ha ido descendiendo de forma paulatina en la segunda mitad del año hasta estabilizarse en noviembre en niveles previos a la invasión de Ucrania si bien aun no se ha dejado notar en nuestro país.

España ha conseguido pasar de ser una de las economías europeas con más inflación a situarse como el país con una menor subida de los precios en noviembre, del 6,6% interanual, según el dato armonizado compartido con Eurostat. Sin embargo, la escalada de los precios de las materias primas alimenticias que se está produciendo desde principios de

2021 sigue repercutiendo en los precios de consumo del área euro y especialmente en España dado el mayor peso de la alimentación en la inflación. De hecho, mientras que en el conjunto del área euro el peso de la alimentación en la inflación es del 17%, en España sube hasta el 22%.

En el detalle de los datos observamos que los últimos datos desglosados que proporciona el INE por tipo de producto apuntan un encarecimiento de los alimentos en España de un 15,8% respecto al mismo mes del año pasado, un incremento récord desde 1986, que implica en la práctica que la leche se ha disparado un 25% en un año; los huevos un 25,5%, las verduras se han encarecido un 25,7% o el pollo hasta un 18,3% por no hablar de productos como el aceite de oliva con precios inadmisibles para la economía doméstica en este país.

La guerra contra la inflación tendrá otras consecuencias en un mayor distanciamiento de Europa con EEUU. El presidente norteamericano ha anunciado un paquete de medidas proteccionistas que entrará en vigor en enero próximo en Estados Unidos con la Ley de Reducción de Inflación (IRA). También la guerra contra la inflación en la otra orilla del océano tendrá consecuencias en Europa y el consiguiente nuevo choque de intereses entre la UE y EEUU. Bruselas advierte que las medidas anunciadas por Biden suponen una ruptura evidente de las reglas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y un duro golpe a una alianza que EEUU utiliza según le conviene. La tensión a ambos lados del Atlántico subió muchos grados la pasada semana cuando el comisario de Mercado Interior, Thierry Breton, decidió ausentarse del Consejo UE-EEUU de Comercio y Tecnología, en un gesto de auténtica ruptura. Tanto es así que el comisario denunciará ante la OMC la nueva ley americana y ya veremos si Europa comienza a asentar una nueva política en todo el continente europeo junto con China para apaciguar el conflicto con Rusia y asentar las bases de la seguridad y convivencia necesarias para las futuras generaciones.

La gota que puede colmar la paciencia de Europa no solo está en las medidas antiinflacionistas anunciadas, o en el negocio que EEUU hace con la venta de gas licuado a Europa, también, EEUU está haciendo un gran negocio con las tensiones del conflicto bélico en Ucrania y una industria militar que no da abasto llegando incluso a arrebatar recientemente contratos en las mismísimas narices del presidente Macron como el de Australia con Francia para comprarle submarinos por valor de 60.000 millones de euros, y pasar a adquirirlos a Estados Unidos dentro de la nueva AUKUS, la nueva alianza estratégica militar entre Australia, Reino Unido y Estados Unidos.

Esperemos que la guerra contra la inflación contemple las ayudas necesarias a los agricultores y esperemos que Europa sepa encontrar su camino hacia la paz y el progreso liderando el diálogo frente las armas y la concordia frente a los odios por el bien de las futuras generaciones.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Una campaña de uva de mesa “difícil” y “muy discreta”

La temporada no ha sido muy positiva para el productor ni para el exportador

► ANGÉLICA QUINTANA. EFEAGRO.

No faltarán uvas para la Nochevieja, pero la subida de costes, los menores precios respecto a 2021, el contexto inflacionista en Europa y la bajada de producción en algunas zonas ha hecho que esta “larga” campaña de uva de mesa haya sido para los productores “difícil” y “muy discreta”.

Desde Murcia —la mayor región productora de uva sin pepita— el presidente de la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas, Uva de Mesa y Otros Productos Agrarios (Apoexpa), Joaquín Gómez, ha reconocido que la campaña, que “ya prácticamente ha terminado, ha sido larga —empezó en junio—, difícil y muy discreta”.

Difícil, según señala Joaquín Gómez, por “la situación internacional y el contexto de inflación en Europa, que han ralentizado la campaña, con una demanda muy lenta”, lo que además se ha traducido en “resultados inesperados”, ya que “no se han cumplido las expectativas de precios”.

Pese a ello, ha indicado que el “sector ha sabido reaccionar para encarar la próxima temporada de otra manera”, en un momento de “aumento de costos muy importante” que ha hecho que esta campaña no haya sido “muy positiva” para el productor y el exportador.



La demanda de uva de mesa se ha ralentizado y los precios no han sido los esperados. / ARCHIVO

Gómez ha informado de que aún no hay cifras definitivas de producción de uva sin pepita —que rondará ya cerca del 75% del volumen total del sector en España—, pero sí ha avanzado que este año las exportaciones han sido “algo superiores” a las de 2021.

Sobre el anuncio de la apertura del mercado de Tailandia a la uva española, el presidente de Apoexpa ha calculado que los primeros envíos no se materiali-

zarán hasta bien entrado 2023, ya que el Gobierno tailandés firmará la autorización final para ello previsiblemente a lo largo de estos meses de diciembre.

■ UVA DEL VINALOPÓ

En Alicante, la Denominación de Origen Protegida (DOP) Uva de Mesa Embolsada Vinalopó comenzó sin incidentes la campaña con la variedad Victoria, pero luego, las lluvias de octubre provocaron “mermas importantes”

por brotitis, en torno al 20-25%, en las variedades de uva Doña María, Ideal y Red Globe.

El presidente del Consejo Regulador de la DOP, José Bernabéu, ha apuntado que la recogida de la variedad Aledo, “la más tardía del territorio español”, comenzó en la primera semana de noviembre y “transcurre a buen ritmo —ya se ha recogido el 50%— con mermas no superiores al 6-8%”. La previsión de la DOP es que este

año el volumen total se sitúe “por debajo de los 36 millones de kilos”, en vez de los 41 millones estimados al principio, de los que 20 millones serán de la variedad Aledo, una clásica de Nochevieja. “Aunque tiene pepitas, sus cualidades sensoriales como el sabor o su piel fina la hacen única”, ha enfatizado José Bernabéu.

■ DEMANDA Y PRECIOS

El presidente de esta denominación ha lamentado que este año “el mayor escollo” ha sido el consumo, ya que se ha notado “una falta de demanda”, por lo que la campaña ha sido “floja de precios, en algunos momentos por debajo de los de 2021”, mientras que “todos los costes de los agricultores han subido”.

“La agricultura y, en particular este sector, atraviesa un año difícil”, ha sentenciado José Bernabéu, no sin antes remarcar que la Ley de la Cadena Alimentaria, por la que en teoría no se puede vender por debajo de costes en los eslabones desde el campo a la mesa, “está bien planteada pero, de momento, no sirve”.

Para su real implementación —ha continuado— debería haber un “mayor presupuesto” para inspeccionar el funcionamiento correcto de la cadena, ya que “el productor no entiende este año por qué cobra lo que cobra y en el supermercado está la uva más cara”, lo que ha retraído la demanda.

Gómez y Bernabéu han coincidido en que, tanto la uva con pepitas como sin pepitas no faltará para despedir el año 2022; ya muchos racimos descansan en cámaras frigoríficas para su comercialización de cara al próximo 31 de diciembre.

El aguacate valenciano ya se puede consumir todo el año

Las diferentes variedades cultivadas en la Comunitat Valenciana abarcan el calendario anual al completo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) y la Asociación de Productores de Aguacates (Asoproa) anunciaron el pasado 3 de diciembre, en un acto promocional del aguacate valenciano celebrado en La Marina de Valencia, que ya se puede consumir este producto de proximidad durante todo el año, puesto que las diferentes variedades que se cultivan en el territorio de la Comunitat Valenciana (Hass, Fuerte, Lamb Hass, Reed, Bacon y Maluma) abarcan el calendario anual al completo. El acto se enmarca en la campaña de Molt de Gust, promovida por la conselleria de Agricultura, que pretende impulsar el posicionamiento comercial y el consumo de productos de calidad diferenciada

La Comunitat cuenta con 2.800 hectáreas y el aguacate valenciano gana protagonismo en los mercados europeos

y ecológicos de la Comunitat Valenciana y referentes de proximidad, así como proteger el patrimonio de los productores valencianos e impulsar una cocina de producto y de relato.

Cientos de asistentes cautivados por este ‘superalimento’ de moda pudieron degustar el aguacate valenciano y conocer las características que lo diferencian de las producciones foráneas a través de una mesa redonda de debate, catas y un

show cooking llevado a cabo por cocineros del Mediterráneo Culinary Center, todo ello amenizado con música de jazz en directo.

La Comunitat Valenciana cuenta ya con 2.800 hectáreas plantadas y el aguacate valenciano gana protagonismo en los mercados europeos por el valor añadido que ofrece desde el punto de vista de la proximidad, la seguridad alimentaria y el respeto al medio ambiente.

Bajo el lema “Aguacate de València, el más sostenible del mundo”, representantes de AVA-Asaja y Asoproa recordaron que el aguacate de la Comunitat cumple con todos los estrictos estándares de calidad que marca la Unión Europea, los más exigentes del mundo y, por su cercanía a Europa, tiene



Imagen del acto promocional celebrado en La Marina de Valencia. / AVA-ASAJA

una menor huella de carbono no solo en el cultivo, sino también en el transporte.

Además, apenas consume la misma cantidad de agua que los cítricos.

El secretario de Agricultura y Desarrollo Rural, Roger Llanes, destacó “el valor en términos promocionales para fomentar el consumo de los productos valencianos que tienen iniciativas como la que se está realizando gracias a la colaboración entre la conselleria de Agricultura, AVA y Asoproa. El aguacate producido en nuestra tierra

tiene una serie de características diferenciales que lo hacen especialmente atractivo y que es preciso dar a conocer al público para que pueda disfrutarlas. Además, estamos hablando de un producto que es valenciano, de proximidad, de temporada y mucho más beneficioso para el medioambiente”, añadió.

El evento contó con el patrocinio de Viveros Brokaw, Alcoaxarquía Levante, Cabezan, Caixa Popular, Naranjas y frutas.com, Vermouth Vittore, la Correduría de Seguros Garroferals y Agromas.

Radiografía del sector citrícola alicantino en una era de grandes retos

La II Jornada de Cítricos de Asaja Alicante se celebró en Orihuela con importante participación de público que fue a escuchar a los expertos del sector

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Más de doscientos agricultores, productores y comercializadores de cítricos se reunieron el pasado 1 de diciembre en Orihuela durante la II Jornada de Cítricos de Asaja Alicante, cuyo principal objetivo ha sido ofrecer un monográfico sobre la situación de la producción y comercialización de cítricos en la Vega Baja y Alicante, informar a los presentes sobre la ley de la cadena alimentaria, y plantear estrategias de futuro para el sector.

El técnico de Asaja y profesor de la UMH, Lorenzo Chinchilla afirmó en la ponencia de apertura que “la citricultura valenciana, que ha sido el motor económico y social del territorio y la sociedad, se enfrenta a una etapa de profunda reconversión, de adaptación a las nuevas reglas”.

Después, importantes figuras de la citricultura como Enrique Bellés, presidente de Intercitrus, y José Antonio García, director de Ailimpo, evaluaron los principales retos del sector. Bellés señaló que “para ser líderes en un mercado tan globalizado como el actual debemos ser competitivos, pero a la vez preguntarnos si somos eficientes, y para ello hay que trabajar en varios aspectos como la estructuración del sector, la renovación de las nuevas generaciones y la promoción”. Por su parte, García recalca que España es líder en producción y exportación de limón en fresco. “Tenemos la misión de liderar el negocio, que sea rentable para todos los eslabones de la cadena, empezando por el productor”.

VENTA A PÉRDIDAS

La directora de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), Gema Hernández, destacó las oportunidades que tiene la ley para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria Ley 12/2013, sobre todo tras la modificación realizada en diciembre de 2021. “Se trata de un instrumento que tienen los productores para defender unos precios justos en origen, y mi labor hoy aquí es informar a los presentes sobre cómo tienen que ejercer sus derechos”, indicó.

Hernández destacó la importancia de realizar contratos alimentarios en operaciones de compraventa antes de la entrega de todas las relaciones comerciales, máxime si son superiores a 1.000 euros. También ha aconsejado “recopilar todas aquellas pruebas que puedan demostrar prácticas desleales o abusivas que estén prohibidas, estipuladas como infracciones, para poder seguir adelante con el expediente sancionador”.

En su ponencia añadió que el objeto de esta modificación de ley es proteger al eslabón más débil



Participantes de la mesa redonda que cerró la jornada citrícola de Orihuela. / ASAJA ALICANTE

de la cadena, así como cambiar algunos hábitos y prácticas que se han impuesto en el mercado de frutas y hortalizas que penalizan al productor. Hernández ha destacado que la privacidad de la identidad del denunciante se garantizará tanto en vía administrativa como judicial, por lo que los agricultores “no deben tener miedo a denunciar”.

Para finalizar, tuvo lugar una interesante mesa redonda para debatir los principales retos de futuro desde diferentes perspec-

Entre los temas tratados en la II Jornada Citrícola de Asaja Alicante destacaron la ley de la cadena alimentaria y las estrategias de futuro del sector

Importantes figuras de la citricultura nacional evaluaron los principales retos del sector que lidera la producción y exportación a nivel internacional



Por la imagen se evidencia que esta jornada ha tenido un gran poder de convocatoria. / ASAJA ALICANTE

El agua, el gran caballo de batalla de la agricultura

Andreu aprovechó su intervención en la mesa redonda para recordar la incertidumbre que se vive en el campo a causa de los recortes del trasvase Tajo-Segura que tendrán lugar a partir de 2023. La gestión hídrica frente al cambio climático que nos anuncian desde el Gobierno central implica la desaparición progresiva del 50% de la superficie agraria

útil que depende del trasvase”, manifestó. Además, considera que la ministra Teresa Ribera “está jugando de una manera desleal con una actividad económica esencial” y afirmó que “ha llegado la hora de pedirle coraje al presidente del Generalitat para que nos defienda y no se ponga de perfil en el problema del agua”. ■

tivas. En la mesa, moderada por Raquel Fuertes Redón, gerente de Valencia Fruits, participaron José Enrique Sanz, gerente de IGP Cítricos Valencianos; Vicente Faro, presidente de Agricultura Ecológica CV; Óscar Orzanco, director de Valencia Fruits, y Antonio Pujante, director comercial de Mundosol Quality.

ANÁLISIS ECONÓMICO-PRODUCTIVO

Según el Diagnóstico del Sector Citrícola de la Comunidad Valenciana, Lorenzo Chinchilla explicó en su intervención que, en lo que llevamos de siglo se han perdido 34.000 ha de superficie dedicada a cítricos, lo que ha supuesto la desaparición de 71.600 explotaciones de menos de 20 ha (cuya superficie media era de menos de 1 ha).

También ha explicado que las hectáreas que hemos perdido las ha ganado Andalucía. “Muchas empresas valencianas se han ido allí a plantar en busca de mayor tierra disponible para ampliar cultivos. Precisamente el tamaño de nuestras explotaciones es uno de nuestros hándicaps”. La principal consecuencia de este declive es que hemos pasado de representar el 80% de la producción nacional, a solo un 50%.

A pesar de haber perdido 34.000 hectáreas de superficie, la Comunitat Valenciana sigue controlando el comercio, y concentrando la confección y venta de cítricos

Por tanto, se puede afirmar que existe una tendencia hacia un proceso de concentración en el sector que implica explotaciones más eficientes y de mayor dimensión. Además, en los últimos treinta años han desaparecido el 62% de los comercios. Sin embargo, la Comunitat Valenciana sigue siendo centro neurálgico y controlando el comercio de naranjas y mandarinas.

En Alicante, en cada campaña citrícola trabajan más de 9.200 trabajadores a tiempo completo. Más del 50% se concentran en el limón, un 25% en la mandarina y un 25% en la naranja. En cuanto a volumen económico, la provincia genera más de 209 millones de euros de producción bruta.

Más de 9.200 trabajadores trabajan a tiempo completo en cada campaña citrícola en Alicante: un 50% se concentran en el limón, un 25% en la mandarina y un 25% en la naranja.

Actualmente, existen más de 30.000 hectáreas en la provincia, de las cuales el cultivo principal es el limón, seguido por la naranja y la mandarina. Históricamente, la mandarina ha ido ganando terreno a la naranja y actualmente, Alicante está apostando muy fuerte por nuevas variedades de mandarina con un alto rendimiento económico y royalties como Orri y Nadorcott.

La inauguración estuvo a cargo de Pilar Tébar, directora del Instituto Juan Gil Albert; Carolina Gracia, alcaldesa de Orihuela y José Vicente Andreu, presidente de Asaja.

Para cerrar, el presidente de la Diputación, Carlos Mazón quiso enviar un mensaje a los agricultores presentes: “Después de las últimas decisiones con respecto al agua, quiero mandaros mi ánimo, y reafirmar mi compromiso de que la Diputación de Alicante va a defender con uñas y dientes nuestros cítricos, nuestros productos y el agua que nos merecemos”.


INFORMACIÓN PROFESIONAL

Soluciones postcosecha para el limón Fino

El limón ocupa actualmente un total de 50.400 hectáreas, se concentra principalmente en la zona de Murcia, que es la principal región productora y exportadora de este cítrico. El limón fino es la variedad con el volumen más importante cultivado en España, en su estimación de julio 2022 AILIMPO prevé una campaña con una producción de alrededor de 850k toneladas, significando esto un aumento del +4% al respecto de la anterior campaña.

La cosecha del limón Fino se inicia la última quincena de septiembre y finaliza la cosecha a finales de diciembre.

FRIGO CONSERVACIÓN DEL LIMÓN FINO

Alejandro Nicolas- Técnico Comercial DECCO Ibérica, Zona de Murcia y Almería

Los cítricos son frutos no climatéricos, que en general se pueden conservar en las cámaras para poder comercializarlos escalonadamente y durante todo el año. Debemos tener en cuenta el control de la intensidad respiratoria de los frutos para así evitar su senescencia y que cuando se comercialicen estén en su punto óptimo de calidad organoléptica.

Los factores que intervienen en la intensidad respiratoria (IR) son:

- ▶ La temperatura ambiente, relación directa, a más temperatura mayor intensidad respiratoria
- ▶ Concentración de CO₂, más CO₂ menor IR
- ▶ Concentración de O₂, más O₂, más IR
- ▶ La presencia de compuestos aromáticos y la cantidad de etileno

La senescencia provocada por los cambios fisiológicos que se activan y aceleran si los parámetros de conservación no son los adecuados, nos llevará a tener frutos sin la calidad comercial necesaria. Debemos abordar este proceso de conservación con cautela y las precauciones necesarias.

Cambios provocados por la senescencia de los cítricos:

- ▶ Pérdida de textura
- ▶ Variación del color
- ▶ Alteraciones en el sabor (presencia de alcoholes y aldehídos...)
- ▶ Disminución de la acidez y ligeros incrementos de azúcares

DESAFÍOS EN LA FRIGO CONSERVACIÓN DEL LIMÓN FINO

Por sus características agronómicas el Limón Fino presenta una serie de desafíos cuando se quiere conservar, están todos asociados a desórdenes fisiológicos de la piel:

- ▶ Daños por frío
- ▶ Oleocelosis: Rotura de la membrana de la piel que derrama aceites esenciales encapsulados y provoca la aparición de manchas sobre la piel
- ▶ Deshidratación de la piel: Pérdida de la turgencia y la elasticidad de las células de la piel. El limón tiene una apariencia vieja, con arrugas y sin brillo.
- ▶ Manchas solares marronáceas, que se hacen presentes y evolucionan durante el periodo de conservación

SOLUCIONES PARA UNA CORRECTA CONSERVACIÓN DEL LIMÓN FINO

Las soluciones que propone DECCO

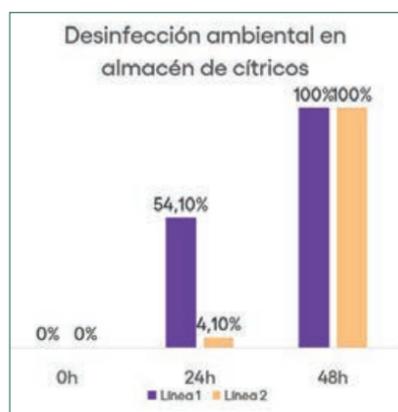
para una correcta conservación del limón Fino son productos que cuidan de la piel del limón. Se trata siempre de mantener la calidad que se ha conseguido con tanto esfuerzo en el campo para que el consumidor disfrute de una experiencia completa al consumir el limón.

DECCO AEROSOL ULTRA

Se trata de una solución biocida de amplio espectro y máxima eficacia.

Beneficios:

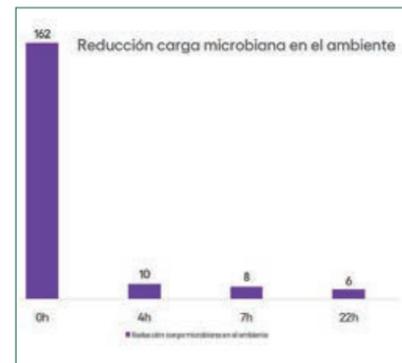
- ▶ Para combatir resistencias
- ▶ Eficaz reduciendo esporas y carga microbiana ambiental
- ▶ No deja residuos
- ▶ Es fácil y seguro de aplicar.



DECCO BIO

DECCO Bio, producto basado en ácido hipocloroso para la desinfección ambiental de centrales hortofrutícolas. El

HOCI es un potente desinfectante y tienen efecto microbicida ya que provoca daños irreversibles en las proteínas de la membrana externa de la pared celular, alterando su permeabilidad. El ácido hipocloroso (HClO) es el componente activo del hipoclorito sódico, con lo cual el ácido hipocloroso tiene una eficacia proporcionalmente mayor de entre 40 y 80 más que el hipoclorito de sodio y es el responsable directo de la acción bactericida de los compuestos derivados del cloro



DECCO GREEN

Es un fitoregulator compuesto por Tri-clopir al 10%, molécula que pertenece al grupo UPL, del cual DECCO forma parte como su rama postcosecha. El DECCO Green ha sido desarrollado en un principio para reducir los desórdenes del cáliz asociados con la exposición a etileno exógeno.

Posteriores investigaciones demuestran los beneficios sobre la piel de los limones, pues retrasa su senescencia.

Información elaborada por DECCO

Éxito de la Feria Internacional de la Trufa de Sarrión

La escasez debido a la sequía y las altas temperaturas, la gran calidad y la fuerte demanda ha disparado los precios del llamado "diamante negro" llegándose a pagar 1.200 euros el kilo

▶ JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La localidad turulense de Sarrión celebró el pasado fin de semana la Feria Internacional de la Trufa, con 42 expositores y la participación de más 20.000 visitantes llegados desde diversos puntos de España y de otros países como Francia.

La escasez de producción, hasta casi la mitad menos respecto a la pasada campaña, debido a la sequía y las altas temperaturas del verano, la fuerte demanda y la gran calidad, han hecho que la cotización del "diamante negro" se haya disparado.

El viernes, primer día de la feria, inaugurada por el vicepresidente del Gobierno de Aragón, Arturo Aliaga, y la consejera de Presidencia,

Mayte Pérez, se pagaron 1.200 euros por un kilo de trufa, una cifra récord y superior a la del año pasado en que se alcanzaron los 900 euros el kilo.

Aliaga señaló que Sarrión "está a la vanguardia en la producción de trufa y la oferta de este producto gastronómico que está a la altura de los paladares y las cocinas más exigentes del mundo".

También destacó la importancia "de este tesoro que ha conseguido impulsar y proyectar a la provincia de Teruel, ayudando a fijar población gracias al cultivo y a la actividad empresarial que deriva de ella".

España, con Aragón a la cabeza, es líder en producción de trufa negra, pues en sus más de



El vicepresidente de Aragón inauguró la feria de Sarrión. / GOBIERNO DE ARAGÓN

España, con Aragón a la cabeza, es líder en el cultivo de trufa negra y representa el 40% de la producción mundial

15.000 hectáreas se obtiene casi el 40% de la producción mundial del considerado oro negro.

De las 150 toneladas que se recogen de media al año en todo el planeta, más de 80 se recolectan en las 10.000 hectáreas que Aragón dedica a este cultivo.

La campaña de la trufa comenzó a mediados de noviembre y se prolongará hasta el 15 de marzo, fecha en que también concluirá el mercado de trufa

De las 150 toneladas que se recogen de media al año en todo el planeta, más de 80 se recolectan en Aragón

fresca que se celebra los sábados en la localidad oscense de Graus.

Coincidiendo con la feria se ha conocido que las obras de la primera fase de los regadíos sociales de Sarrión finalizarán en marzo de 2023 y beneficiarán a 134 regantes y más de 600 hectáreas.

Se han invertido más de 15 millones de euros aportados por el Gobierno de Aragón y

los propios fruticultores. Asimismo, la Asociación de Recolectores y Cultivadores de la provincia de Teruel cuenta con una subvención de 100.000 euros, proveniente de un convenio firmado por el Gobierno de Aragón y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, con el objeto de favorecer las acciones necesarias para conseguir el sello de calidad de Indicación Geográfica Protegida (IGP) para la Trufa Negra de Teruel y la reactivación del Panel de Cata de la Trufa.

Gracias a los parlamentarios de Teruel Existe, se ha conseguido incluir en los Presupuestos Generales del Estado 200.000 euros en dos anualidades para la creación de la IGP de la trufa negra.

OPINIÓN

Hartos del doble rasero comunitario

En 2019, y después de 39 rondas y dos décadas de negociaciones, se suscribió un polémico acuerdo de libre comercio entre la UE y el Mercado Común del Sur (Mercosur). La UE es, por detrás de China, el segundo socio comercial de esa región. Desde entonces dicho acuerdo está estancado y pendiente de ratificación por parte de los países firmantes. Hace cuatro años, el Parlamento Europeo y varios Estados Miembros indicaron claramente que no estaban en condiciones de apoyar dicho acuerdo debido a la preocupación por las agresivas políticas medioambientales de algunos de los socios de Mercosur, sobre todo Brasil, y por los importantes efectos perjudiciales que este podría tener en los mercados agrícolas de la UE.

Recuérdese que este acuerdo se basa en la premisa de que los intercambios comerciales no deben ir en detrimento del medioambiente o las condiciones laborales, sino promover el desarrollo sostenible. Por ello la UE y Mercosur se comprometen a aplicar de manera efectiva el Acuerdo de París sobre el Cambio Climático y convienen en cooperar en los aspectos climáticos del comercio entre ambas partes, lo que incluye la lucha contra la deforestación. Concretamente, incorpora, entre otras cosas, el compromiso de detener la deforestación ilegal en la Amazonía brasileña y reforestar 12 millones de hectáreas antes de 2030.

■ DEFORESTACIÓN RÉCORD CON BOLSONARO

El ya expresidente Bolsonaro defendía la explotación de los recursos minerales en territorios pertenecientes a indígenas y desde su entrada en el poder en enero de 2019, los índices de deforestación y los incendios en el Amazonas se dispararon. Prueba de ello son los últimos datos del Sistema de Alerta de Deforestación (SAD) del Instituto Amazónico de Personas y Medio Ambiente (Imazon): la degradación forestal causada por la quema y la tala casi se quintuplicó en septiembre de 2022. Así, de enero a septiembre, el área de selva talada alcanzó los 9.069 km², lo que corresponde a casi ocho veces la ciudad de Río de Janeiro. Fue la mayor devastación en 15 años, desde que Imazon, (institución de investigación brasileña cuya misión es promover la conservación y el desarrollo sostenible en la Amazonía), implementó su Sistema de Alerta de Deforestación (SAD, en portugués) que monitorea la Amazonía Legal a través de imágenes satelitales desde 2008.

Además, fue la quinta vez consecutiva que la deforestación alcanzó el peor nivel de los últimos 15 años entre enero y septiembre. Durante la década de 2008 a 2017, la deforestación acumulada en el



Luiz Inácio Lula da Silva ganó en las elecciones presidenciales del 30 de octubre. / ARCHIVO

periodo se mantuvo por debajo de los 3.500 km².

Además de la deforestación, que es la eliminación total de la vegetación, la degradación de los bosques por quema y tala aumentó un 359% en la Amazonía. El área afectada por este daño ambiental pasó de 1.137 km² en septiembre de 2021 a 5.214 km² en el mismo mes de 2022. Es decir: se multiplicó por cinco. Además, este fue el sexto mes consecutivo en el que aumentó la degradación. En septiembre, solo dos estados concentraban el 96% del área degradada en la Amazonía: Mato Grosso, con 3.865 km² afectados (74%), y Pará, con 1.127 km² (22%).

En cuanto a la deforestación, solo en septiembre se destruyeron 1.126 km² de bosque y fue el tercer peor septiembre en 15 años, solo detrás de 2021 y 2020. Y casi la mitad de esta destrucción ocurrió en Pará: 553 km² (49%).

En el Estado, la destrucción avanza hacia el norte y se acerca al mayor bloque de áreas protegidas del mundo, lo que representa una gran amenaza para la biodiversidad amazónica y para los pueblos y comunidades tradicionales de la región. Otro problema en Pará es el avance de la destrucción dentro de las tierras indígenas y unidades de conservación.

Este aumento de la deforestación y degradación es sumamente grave desde el punto de vista de la emergencia climática que estamos viviendo, ya que la deforestación contribuye al calentamiento global, lo que a su vez intensifica el cambio climático que provoca eventos extremos.

■ LA GUERRA DE UCRANIA Y LULA

Brasil es el líder absoluto en el volumen de exportaciones de Mercosur, acaparando en 2021 el 74% de las de este bloque, lo que ha determinado que hasta ahora el acuerdo no haya progresado al no haber contado con el visto

Con Bolsonaro, la deforestación del Amazonas de enero a septiembre de 2022 se quintuplicó y alcanzó las mayores cifras en 15 años. Fue la quinta vez consecutiva que en ese periodo se batieron récords. Además, la degradación de los bosques por quema y tala se multiplicó por cinco

bueno de Bolsonaro. El ya expresidente acusó a la UE de querer acelerar el acuerdo por el afán comunitario de importar alimentos de Brasil debido a la sequía y la crisis de los cereales provocada por la guerra de Ucrania.

La victoria de Luiz Inácio Lula da Silva en las elecciones presidenciales del 30 de octubre, sin duda, ha sido interpretada por la Comisión Europea (CE) como una señal para buscar que se reanude el proceso del acuerdo comercial debido al cambio de discurso de Brasil con respecto a la preservación medioambiental.

Durante la campaña, el líder del Partido dos Trabalhadores (Partido de los Trabajadores) se mostró favorable a reabrir las conversaciones "para renegociar los términos", ya que consideró que los actuales no fomentan la reindustrialización de Brasil y de Argentina, socios en el bloque sudamericano junto a Uruguay y Paraguay.

Además, tal y como anunciara el Alto Representante de Política Exterior de la UE, Josep Borrell, y con el objeto de ayudar a la rati-

ficación del Tratado, la UE ultimó una propuesta para incluir una cláusula de garantías para la lucha contra la deforestación y el cumplimiento de los Acuerdos de París. Así, en la madrugada del 6 de diciembre de 2022, el Consejo de la UE y el Parlamento Europeo llegaron a un acuerdo sobre

la propuesta de reglamento para luchar contra la deforestación importada. Los elementos más conflictivos del texto eran los relativos a su ámbito de aplicación y sistema de seguimiento. El texto establece la prohibición de importar (y también de exportar) una serie de productos —aceite de palma, carne de vacuno, soja, café, cacao, madera y caucho, así como muchos de sus derivados (chocolate, papel impreso, neumáticos, carbón de madera y ciertos derivados a base de aceite de palma)— si proceden de tierras que hayan sido deforestadas después del 31 de diciembre de 2020.

■ NUEVO REGLAMENTO SEGÚN LA DEFORESTACIÓN

Con el nuevo reglamento aprobado las empresas importadoras estarán obligadas a actuar con la diligencia debida para probar la trazabilidad de sus productos por medio de datos de geolocalización de los cultivos, que podrán asociarse a fotos de satélite. Por medio de un sistema de evaluación se asignará a los países terceros y a los países de la UE un nivel de riesgo ligado a la deforestación y a la degradación de los bosques (bajo, estándar o alto). Esta categoría de riesgo determinará el nivel de las obligaciones de control que se impondrán a las autoridades competentes (control del 9%



Por INMACULADA SANFELIU (*)

de los operadores que comercian con productos procedentes de países de riesgo alto, del 3% en el caso de los países de riesgo estándar y del 1% en los de riesgo bajo).

Además, las autoridades realizarán controles del 9% de la cantidad de cada una de las materias primas y productos derivados introducidos o comercializados en su mercado, o exportados desde él, desde países de alto riesgo.

En los dos años siguientes a la entrada en vigor del reglamento, la CE evaluará la posibilidad de ampliar el ámbito de aplicación a otros ecosistemas (tierras que presenten stocks de carbono elevados y tierras de gran valor en términos de biodiversidad), así como a otros productos básicos (como las aves, el maíz y el biodiésel) y al sector financiero.

Por último, el texto recoge sanciones para los infractores y una cooperación reforzada con los países terceros. Se aplicarán multas proporcionales al daño medioambiental y al valor de los productos en cuestión; serán de al menos el 4% de la cifra de negocios anual obtenida en la UE por el operador infractor, e incluirá una exclusión temporal de los procesos de contratación pública y del acceso a financiación pública.

La CE ha precisado que, tras su entrada en vigor, los agentes económicos y los comerciantes tendrán 18 meses para cumplir las nuevas normas. Las microempresas y las pequeñas empresas tendrán un periodo de adaptación más largo. A nadie se le escapa que los cambios en política medioambiental llevarán su tiempo.

La respuesta que desde Bruselas se ha dado a la pretensión de Lula de revisar el acuerdo Mercosur-UE es, primero, defender el acuerdo como está, puntualizando que deja un tiempo para que sus mercados y sus industrias puedan adaptarse a la competencia de Europa.

■ EL ZUMO NO ESTÁ EN LA LISTA

El zumo de naranja NFC (*Not From Concentrate*)—zumo fresco o zumo 100% exprimido o zumo natural de naranja— debería figurar sin ninguna duda en la lista de productos contemplada en el recién aprobado reglamento comunitario para luchar contra la deforestación importada y cuya importación estará prohibida en la UE si proceden de tierras que hayan sido deforestadas después del 31 de diciembre de 2020.

Un informe de Imazon (noviembre 2020) muestra que la deforestación puede aumentar en estos países debido a la mayor demanda de productos agrícolas (deforestación adicional) como consecuencia del desmantelamiento arancelario previsto y puede afectar a regiones sensibles de Brasil, incluidas las áreas vecinas de Tierras Indígenas y Unidades de Conservación (conflictos con las poblaciones indígenas).

La deforestación podría aumentar entre 122.000 y 260.000 hectáreas en los países del Mer-

cosur, según los seis escenarios alternativos examinados en el estudio de Imazon. El 55% de la deforestación estaría en Brasil.

En las últimas 18 campañas agrícolas, las exportaciones brasileñas de zumo de naranja NFC aumentaron un 296% en volumen, según datos del Departamento de Comercio Exterior de Brasil (Secex), una agencia relacionada con el Gobierno federal. Los números revelan que el zumo NFC tuvo un mayor crecimiento en la demanda que el zumo concentrado (FCOJ), si bien este último ha representado históricamente el mayor volumen de envíos a mercados internacionales. En el mismo periodo, el zumo concentrado ha experimentado una caída del 46% en las exportaciones.

El zumo NFC (por sus siglas en inglés) que no procede de concentrado está siendo muy apreciado por los consumidores. Este zumo procede directamente de la fruta recién exprimida. A diferencia de los obtenidos a partir de concentrado, no requiere del proceso de concentración a través de la evaporación del agua para su posterior reconstitución, sino que el proceso es mucho más natural. Tampoco contiene aditivos, como sí ocurre en los néctares y otras bebidas de zumo de fruta, que pueden contener agentes edulcorantes (como el azúcar) así como vitaminas, minerales y otros tipos de añadidos.

El aumento de la demanda de NFC en el mercado internacional y también en el mercado doméstico se verá muy potenciado en la UE por el desmantelamiento arancelario contemplado en el Acuerdo UE-Mercosur, y requerirá de inversiones productivas en Brasil.

■ EUROPA, EL MAYOR CONSUMIDOR

El máximo volumen exportado de NFC tuvo lugar en la campaña de cultivo 2017-18 (1,5 millones de toneladas). A esta temporada le siguen la 2018-19 y 2019-20, con 1,4 y 1,3 millones de toneladas, respectivamente. Los envíos totales de zumo de naranja de Brasil (equivalente en FCOJ a 66°Brix) exportado a través del Puerto de Santos ascendieron a un volumen de 1,07 millones de toneladas en los 12 meses de la campaña 2021-2022 (Fuente: Secex), y representan un aumento del 5,33% en comparación con la campaña 2020-2021 en la que se exportaron 1.019.554 toneladas. Entre los mercados, Europa sigue siendo el principal destino para las exportaciones brasileñas de jugo de naranja, con el 63,61%, seguido de EEUU, con el 20,75%; China, con 8,3%; Japón, con el 3,50%; y otros mercados, con un 3,84%.

La deforestación en Brasil aumentará sin ninguna duda por el aumento de la producción que luego se exporta a la UE de los sectores de ganado, bebidas, azúcar y, a bien seguro, también de zumo de naranja como respuesta a la liberalización comercial. Por otro lado, la UE reduciría la producción de estos productos debido al aumento de la competencia y la pérdida de competitividad.

Según el acuerdo de Mercosur, la UE eliminaría los aranceles para el 92% de las exportaciones del Mercosur y otorgaría acceso preferencial para otro 7,5%. El Mercosur los eliminaría para el 91% de las importaciones de

la UE y dejaría excluido un 9% por ser productos sensibles del bloque.

■ INDUSTRIA VS AGRICULTURA

El Acuerdo prevé como principales beneficios para las empresas de la UE la eliminación de derechos de aduana elevados en sectores clave de exportación: Automóviles y sus piezas—con aranceles del 35% en la actualidad—, Maquinaria—14-20%—; Sustancias químicas—18%—; Productos farmacéuticos—14%— y productos excluidos hasta ahora del mercado del Mercosur, como las prendas de vestir y el calzado. Con la eliminación de aranceles, las numerosas empresas europeas ya establecidas en Mercosur podrán importar piezas y productos intermedios con más facilidad.

Y en cuanto a los intereses de los agricultores de la UE, a los políticos comunitarios se les llena la boca con que Mercosur ya es un gran mercado para las exportaciones de la UE de aceite de oliva, patatas congeladas, malta, chocolate, hortalizas y fruta (en particular peras, ciruelas, kiwis y manzanas), bebidas no alcohólicas y vinos, vodka y whisky, y que el acuerdo abrirá nuevas oportunidades para esos y otros productos de la UE mediante la supresión de elevados derechos de aduana en un gran mercado de más de 260 millones de personas con un poder adquisitivo cada vez mayor.

Impulsar la ratificación del Acuerdo entre la UE y el Mercosur acabaría comprometiendo aún más la sostenibilidad agrícola de Europa. Si ya hubo una oposición categórica en 2019, la comunidad agrícola europea aún se va a oponer más ahora a un acuerdo que ignora los últimos acontecimientos, a saber, la estrategia 'De la Granja a la mesa' y las consecuencias de la guerra de Ucrania en las explotaciones agrícolas.

Bruselas argumentará que el Reglamento sobre deforestación importada que acaban de acordar las instituciones europeas refuerza los medios de control y la sostenibilidad del acuerdo. Sin embargo, en lo que respecta a la agricultura, quedaría mucho por hacer para lograr resolver los numerosos puntos problemáticos de este Tratado.

En términos estrictamente monetarios, hasta ahora ha existido un cierto equilibrio en el ámbito de los intercambios comerciales establecidos entre Mercosur y la UE. Los valores totales de exportación derivados de su relación son, en verdad, muy similares para ambos bloques comerciales. En 2018, la UE exportó alrededor de 41 mil millones de euros en bienes al Mercosur, y los países del Mercosur exportaron alrededor de 43 mil millones de euros a la UE.

Sin embargo, esta aparente igualdad económica a nivel macro enmascara detrás de estas cifras financieras en materia de exportaciones grandes damnificados: de un lado los maltrechos

necesidades e intereses socioambientales y humanos del Mercosur y, de este lado, del nuestro, la pérdida de competitividad del sector primario en nuestro propio mercado y las grandes asimetrías en las condiciones de producción.

Si bien los principales productos que exporta la UE al Mercosur son maquinaria, vehículos, reactores nucleares, productos farmacéuticos y equipos electrónicos, los principales productos exportados por Mercosur a la UE son harina de soja, piensos, minerales, cereales, celulosa, aceites vegetales, fruta, zumos y café.

Pero hasta aquí nadie ha hablado de 'productos sensibles' en la UE, ni de la exclusión del zumo de naranja 100% exprimido por ser producto muy sensible para España. Aunque Brasil produce y exporta mayoritariamente zumo de naranja a base de concentrado, ha desarrollado extraordinariamente la producción de zumo 100% exprimido, el llamado 'zumo fresco', que es el de mayor

de la misma.

El desmantelamiento arancelario para los zumos de naranja originarios de Brasil se traducirá sin duda en una reducción del precio percibido por el agricultor por la fruta que necesariamente tiene que remitir a industria, que ya hoy está por debajo del umbral de rentabilidad, y significará que el agricultor dejará perder la fruta, la industria española de transformación de cítricos desaparecerá, y con ello la cadena de valor se verá gravemente perjudicada porque se dejarán de valorizar 1 millón de toneladas anuales de naranjas y mandarinas y, por tanto el 100% de la cosecha, creando además un elevado coste económico y medioambiental (lixiviados) para la eliminación de esa fruta con defectos de piel o de tamaño, pero de excelente calidad organoléptica.

La transformación de los cítricos en zumos permite una mejor retribución de la materia prima a los productores, contribuye a mejorar la competitividad de

nuestros agrrios en los mercados y posibilita una mayor homogeneidad en la calidad del producto que llega al mercado de fresco. Contribuye por tanto a la sostenibilidad económica de la cadena de valor cítrica y reduce prácticamente a cero el desperdicio alimentario.

■ RIESGO DE DESAPARICIÓN

Brasil exportó más de mil millones de euros en zumo de naranja a la UE en 2018.

En el caso de la citricultura española, el Acuerdo UE-Mercosur supondrá la liberalización de la importación en la UE de zumo de naranja, particularmente del zumo 100% exprimido, pudiendo hacer desaparecer la industria europea del zumo y, en consecuencia, desequilibrar el mercado de fresco, estrangulando al sector productor de cítricos europeos.

En Acuerdo UE-Mercosur agravará las situaciones ya creadas en unos mercados caracterizados por su globalización y una pérdida creciente de competitividad, por la inexistencia de medidas eficaces de gestión de crisis para afrontar los desequilibrios de oferta y demanda, y porque en la cadena comercial agroalimentaria los precios y márgenes no se marcan desde abajo (de productor a consumidor), sino de arriba hacia abajo, siendo la gran distribución la que fija el precio de venta al público y obliga a sus proveedores a reajustar a la baja sus precios y costes.

Si como consecuencia de la invasión de Ucrania, la victoria de Lula da Silva en las elecciones presidenciales de Brasil y la aprobación del reglamento comunitario para luchar contra la deforestación importada se ratifica el Acuerdo UE-Mercosur sin tener en cuenta su impacto en términos económicos para las producciones cítricas europeas, y medioambientales en incremento de deforestación global, el precio suelo para la fruta comunitaria lo fijará un oligopolio de

tres empresas brasileñas en base a sus intereses. Auguramos que este precio mínimo supondrá un atentado contra la rentabilidad, la competitividad, la circularidad sostenible y la resiliencia de la cadena de valor cítrica, y finalmente comportará un importante perjuicio económico para los productores comunitarios.

Si la CE, aplaudida por algún líder nacional, intenta siquiera mediante maniobras políticas imponer la aprobación de este acuerdo, será un verdadero escándalo y sentará un grave precedente para la agricultura de la UE. Escandaloso sería que Bruselas quisiera despojar a los países de su poder de veto y utilizar los amplios poderes comerciales de la UE para ratificar el acuerdo a nivel comunitario, lo que requeriría mayorías en el Consejo y el Parlamento Europeo, en lugar de los 27 parlamentos nacionales de la UE y varios parlamentos regionales.

A todas luces se trata de un Acuerdo desequilibrado, en detrimento de la agricultura europea, especialmente para los sectores ya frágiles como la carne de vacuno, las aves de corral, el arroz, el zumo de naranja, el azúcar y el etanol. Además, los efectos acumulativos a largo plazo y difícilmente cuantificables de todos los acuerdos ya firmados por la UE son insostenibles. Esta preocupación ha quedado más patente con el estudio realizado por la propia CE sobre el impacto de los acuerdos comerciales en los productos agrícolas.

■ LO PROHIBIDO Y LO TOLERADO

Estamos hartos del doble rasero comunitario entre lo que está prohibido en la UE y lo que sí se tolera a nuestras importaciones. Desde el acuerdo político de 2019 somos testigos de la avalancha normativa comunitaria que viene dándose con la implantación del Pacto Verde Europeo. Actualmente se debaten en Bruselas decenas de iniciativas que afectan a la agricultura en materia de restauración de la naturaleza, biodiversidad, emisiones industriales, uso sostenible de productos fitosanitarios, bienestar animal, etc. Por otra parte, la guerra de Ucrania tiene importantes efectos en la producción alimentaria de la UE, con nuestros costes de producción que se disparan, con gravedad particular en los mercados de fertilizantes y energía. La UE aún no ha incorporado a estos debates el impacto de la agresión rusa en la agricultura de la UE. Al estar menos afectados por las consecuencias del conflicto en Ucrania, los países del Mercosur verán reforzada su competitividad.

En este contexto, con la aplicación del Pacto Verde aumentará aún más la diferencia entre las normas que se aplican a los agricultores de la UE y del Mercosur. No es sostenible continuar con esta enorme brecha para los productores europeos, y el acuerdo con Mercosur no hará sino agravar este problema ya que su concepción data de muchos años antes de la puesta en marcha de la estrategia "De la granja a la mesa" y de la guerra de Ucrania. Por anacrónico y perjudicial rechazamos frontalmente el Acuerdo UE-Mercosur.

(*) *Presidenta del Comité de Gestión de Cítricos*

La ratificación del Acuerdo UE-Mercosur se paralizó en 2019. Bruselas, que preveía que la victoria de Lula iba a reactivarlo, preparó un reglamento que categoriza las importaciones en función del riesgo de deforestación, con un listado de productos a vigilar en el que no figura el zumo

Europa acapara el 61% de las exportaciones de zumo de Brasil y su oferta es la que marca los precios del producto español. La desaparición de los aranceles para estos jugos podría disparar la deforestación y tres grandes empresas brasileñas serán las que marcarán el precio mínimo. La industria española peligrará

calidad y más apreciado por el consumidor. Y paralelamente ha penetrado en la UE con zumo 100% exprimido que compite con el español.

■ RECONVERSIÓN YA REALIZADA

Hace unos 25 años la industria transformadora de cítricos en España dejó de producir prácticamente zumo concentrado debido a la competencia brasileña ya que no podía competir con los costes de Brasil y tuvo que reinventarse y pasar a producir NFC (*Not from Concentrate*, zumo fresco o *single strength*). España produce zumo 100% exprimido (NFC) que va destinado en su mayor parte a los mercados europeos, que consumen alrededor de 1.100.000 toneladas, unas 250.000-300.000 de origen español y las 750.000-850.000 restantes de origen Brasil.

Comparativamente los bajos costes de producción y transporte marítimo permiten a los procesadores brasileños ofrecer el zumo de naranja 100% exprimido (NFC) a un precio muy barato puesto en Rotterdam o Gante, a pesar de que en la actualidad se le aplica un arancel del 12,2%. Brasil lidera este suministro tanto en volumen como en precio, y los mercados no aceptan zumo español a precios por encima del de origen brasileño, lo que determina un precio al agricultor por la necesaria fruta destinada a industria que ya hoy con aranceles no cubre los costes de producción

Proexport promueve la apertura del mercado estadounidense

Una delegación de empresas asociadas visitaron la feria The New York Produce Show and Conference

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport) tiene en Estados Unidos su prioridad de apertura comercial para las hortalizas y frutas españolas. En concreto, su principal objetivo es la costa este del país americano, pues se trata de la zona costera más poblada de los Estados Unidos y con una logística de transporte y distribución viable para productos frescos perecederos enviados desde Europa. En 2020, la población de los estados que la componen se estimó en 120 millones (36% de la población total del país que asciende a 332 millones). Nueva York es la ciudad y el área metropolitana más grande de la zona.

Los representantes de Proexport mantuvieron encuentros con importadores, distribuidores y funcionarios del Departamento de Agricultura de EEUU y de la embajada española en Washington.

La misión comercial tuvo un marcado carácter exploratorio del mercado y estuvo liderada por el vicepresidente de la asociación, Juan López, y por su director general, Fernando Gómez.

Según explica López, "nuestra visita a USA se enmarca en un intento de despertar el interés de productores e importadores americanos y de aproximar posturas con su Administración, para propiciar la apertura de su mercado a nuestras producciones vegetales y de la UE. En Proexport creemos que la actual situación de inestabilidad alimentaria y tensión en la cadena de suministro global podría moderarse, si mejorasen los acuerdos comerciales entre ambos bloques".



Miembros de la asociación en la feria New York Produce Show. / PROEXPORT

Las empresas que participaron en esta iniciativa fueron Agrícola Santa Eulalia SL, Grupo Hortofrutícola Paloma SA, Pascual Marketing SL, Pozosur SL, Grupo G's España, y la propia Proexport. La misión comercial estuvo subvencionada por la comunidad autónoma de la Región de Murcia, a través de la consejería de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente.

EEUU, TODO POR HACER EN HORTALIZAS Y FRUTAS

Estados Unidos es, con diferencia, el importador más grande del mundo de frutas y hortalizas frescas, superando la cantidad de 20 millones de toneladas

Su principal objetivo es la costa este del país americano, pues se trata de la zona costera más poblada de los EEUU

y 26.000 millones de dólares en 2020. A continuación, se sitúan Alemania (9 millones de toneladas), Rusia (7 millones) y China (6 millones).

En 2021 España exportó solo 32.993 toneladas de frutas y hortalizas a Estados Unidos y desde hace 10 años se mantiene por debajo de las 60.000 toneladas. Para Fernando Gómez "se tra-

ta de una cifra bastante ridícula para un mercado tan grande. Muchos productos hortícolas europeos están todavía hoy cerrados al comercio bilateral por el hecho de estar gravados con elevados aranceles, o por no tener desarrollado un protocolo fitosanitario aprobado por ambas partes. Invitamos a avanzar juntos".

México es el principal país que se está beneficiando de la creciente demanda estadounidense de frutas y hortalizas y su cuota alcanza dos terceras partes del total importado. Perú y Chile también son grandes beneficiados, ayudados por un trato arancelario preferencial con EEUU.

Proexport colabora desde hace 4 años con el Gobierno español para obtener de EEUU la próxima aprobación de un protocolo fitosanitario que permita introducir pimiento de la Región de Murcia. Igualmente ha demandado la apertura del mercado americano para brócoli y alcachofa, dado el interés mostrado por diversos importadores americanos. Por último, en años recientes Proexport contribuyó junto a la industria del procesamiento de alimentos a conseguir la reducción de aranceles para la exportación de transformados de alcachofa y pimiento.

AGENDA EN NEW YORK

Esta misión comercial ha visitado The New York Produce Show & Conference, y ha participado en el Simposio de Comercio Global, la reunión anual de comerciantes internacionales de frutas y verduras para discutir las complejidades de la importación y exportación en un mundo en constante desafío, y una visita guiada por profesionales del sector a supermercados y mercados mayoristas en el área de Manhattan y Brooklyn.

La delegación murciana mantuvo un encuentro con Richard A. Ball, Comisionado del New York State Department of Agriculture and Markets. También destaca la reunión de trabajo con Begoña Nieto Gilarte, consejera de Agricultura, Pesca y Alimentación en EEUU y Canadá, de la embajada de España en Washington, DC. Nieto aseguró un futuro prometedor para la exportación hortofrutícola española a EEUU, si bien advirtió de la complejidad de los pasos iniciales para aprobar los expedientes técnicos de apertura del mercado.

Ailimpo abre el proceso de selección de la agencia que desarrollará las actividades de promoción para limón y pomelo

Convocatoria de Concurso de selección de agencias de promoción para la ejecución de sendos Programas Europeos Simples para la Promoción de las marcas de calidad de la UE

VF. REDACCIÓN.

La Unión Europea cofinancia programas de información y promoción de productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países según lo estipulado en el Reglamento (UE) 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo.

En dicha normativa queda establecido el procedimiento, los productos agrícolas objeto de estos programas y los países en los que se pueden desarrollar los mismos. En el artículo 20 del Reglamento (UE) N.º 1144/2014 se

recoge el procedimiento de selección del organismo de ejecución encargado de la ejecución de los programas.

Para la definición y ejecución de estos programas, la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (Ailimpo), busca la colaboración de una agencia de promoción que trabajará en el desarrollo y ejecución de las actividades de promoción que se incorporen a los programas, tanto para limón como pomelo. Con este fin, se inicia ahora un proceso de selección, convocan-

do a concurso a aquellas agencias con experiencia en la promoción de productos agroalimentarios y en la ejecución de proyectos europeos que deseen participar.

Fases del proceso de selección de agencias:

1) Fase de selección de agencias: en una primera fase, se solicita que las agencias que deseen participar remitan su solicitud de participación en este concurso en el formato que se indica en la convocatoria, antes del 31 de diciembre de 2022 a las 19:00 horas, por correo elec-

		DIC	ENE	FEB
Fase Selección	• Publicación de la convocatoria del concurso selección	01		
	• Fecha límite de recepción credenciales y méritos de las agencias	31		
	• Resolución de la fase y concurso de selección y envío del briefing a las empresas seleccionadas		05	
Fase Adjudicación	• Fecha límite de envío propuestas			06
	• Comunicación de la adjudicación a las agencias participantes			10

Resumen del proceso de selección. / AILIMPO

trónico a la dirección: jesus@ailimpo.com

• En documento adjunto a continuación se encuentran las bases de la convocatoria de selección de agencias y la ficha recomendada para presentar credenciales.

• El día 05 de enero de 2023 se comunicará a todas las agencias participantes el resultado del proceso de selección.

• El día 05 de enero de 2023, Ailimpo enviará un briefing a las agencias seleccionadas donde se recogerá la información técnica relativa a la selección de los mercados destino y los objetivos del programa para su utilización por

parte de las agencias en la elaboración de sus propuestas.

2) Fase de adjudicación de agencia seleccionada para la ejecución de los programas de promoción: las agencias que hayan preparado las propuestas deberán enviarlas hasta el día 6 de febrero de 2023 antes de las 19:00 horas, por correo electrónico a la dirección: jesus@ailimpo.com

• El día 10 de febrero de 2023 Ailimpo confirmará a las participantes cual es la seleccionada como organismo ejecutor.

Más información en el siguiente enlace de la web de Ailimpo: <https://bit.ly/3XNX8bJ>

Agrocultivos

La cosecha citrícola del hemisferio norte desciende un 13 por ciento

La producción estimada por la WCO alcanzará un volumen de 25.958.275 toneladas

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Organización Mundial de Cítricos (WCO, por su siglas en inglés) ha publicado su previsión de cosecha de cítricos del hemisferio norte para la temporada 2022-23. Las estimaciones muestran que la producción citrícola alcanzará un volumen de 25.958.275 toneladas, lo que supone un descenso del 13% respecto a las cifras de la campaña anterior. Los datos, que se presentaron durante la tercera edición del Global Citrus Congress el 30 de noviembre de 2022, se basa en datos de Egipto, Grecia, Israel, Italia, Marruecos, España, Túnez, Turquía y Estados Unidos (basado en los informes del USDA para Arizona, California, Florida y Texas).

Concretamente, se prevé que la producción de naranja disminuya un 11,79% hasta alcanzar un total de 13.995.754 toneladas. También se espera una disminución similar para las demás categorías de cítricos. La cosecha de mandarina desciende un 13,32%, con un volumen de 7.176.116 toneladas; los limones sufren una caída del 15,70% y una cosecha de 4.017.362 t; y en pomelo la disminución se cifra en un 16,88% y una producción de 769.043 t.

En la Unión Europea se prevé que la producción de cítricos experimente un descenso del 15,09% y del 20,97% en España e Italia, respectivamente, mientras que la WCO estima un aumento del 10,83% en Grecia. En la ribera sur



Las estimaciones reflejan descensos en todas las categorías de cítricos. / ARCHIVO

Previsión de cosecha en el hemisferio norte 2022/23*

	%2022-23/2021-22	2022-2023	2021-22	2020-21
Mandarinas				
PRODUCCIÓN TOTAL	-13.32%	7.176.116	8.278.860	8.249.347
Naranjas				
PRODUCCIÓN TOTAL	-11.79%	13.995.754	15.866.123	14.213.622
Limón				
PRODUCCIÓN TOTAL	-15.70%	4.017.362	4.765.424	4.354.339
Pomelo				
PRODUCCIÓN TOTAL	-16.88%	769.043	925.264	908.570
TODOS LOS CÍTRICOS				
PRODUCCIÓN TOTAL	-13.00%	25.958.275	29.835.671	27.725.877

*Basada en datos de asociaciones industriales de Egipto, Grecia, Israel, Italia, Marruecos, España, Túnez y Turquía, y del USDA para Estados Unidos (Arizona, California, Florida y Texas). FUENTE: WCO

La cosecha de cítricos de este año es una de las más pequeñas de las últimas temporadas, debido a problemas meteorológicos

del Mediterráneo se espera que la cosecha disminuya en Marruecos (-33%), Turquía (-27,24%) y Túnez (-17,12%), mientras los volúmenes se mantendrán estables en Israel (+0,40%) y aumentarán en Egipto (+8,24%). La cosecha de cítricos en Estados Unidos, según estimaciones del USDA, disminuirá un 5,16% en comparación con las cifras de la campaña anterior.

Durante el Global Citrus Congress, Philippe Binard, secretario general de la WCO, confirmó los resultados de las previsiones señalando que "las perspectivas de mercado que hemos recibido de los principales países productores de cítricos del hemisferio norte sugieren que se prevé que la cosecha de cítricos de la campaña 2022-23 descienda a 25.958.275 toneladas. Esto representa un marcado descenso del 13% en comparación con la temporada anterior".

Por su parte, Eric Imbert, del CIRAD (Secretaría Técnica de la WCO), añadió que "la cosecha de cítricos de este año es una de las más pequeñas de las últimas temporadas, debido principalmente a problemas meteorológicos en los principales países exportadores. Pero, a pesar de la disminución de la producción en el hemisferio norte, el mercado de los cítricos sigue siendo prometedor. Los cítricos continúan siendo una de las frutas líderes en el mercado mundial".

La superficie plantada de frutos rojos se mantiene

Las hectáreas de fresa y arándano aumentan un 2%, un 3% en mora, y descienden un 7,5% en frambuesa

VF. REDACCIÓN.

La plantación de frutos rojos de la provincia Huelva arroja una superficie total cultivada de 11.802 hectáreas para la campaña 2022/2023, lo que supone una cifra muy similar a las 11.740 ha de berries plantadas en la anualidad pasada, con un pequeño aumento del 0,53%.

La Asociación de Productores y Exportadores de la Fresa y los Frutos Rojos de Huelva, Freshuelva, ha informado que, según los datos aportados por las empresas asociadas, la superficie plantada de fresa asciende a 6.295 hectáreas, lo que supone un incremento del 2% respecto a las 6.167 registradas en la campaña pasada.

Las altas temperaturas y la falta de lluvias durante el mes de octubre han hecho que se termine de replantar casi a finales de noviembre, registrándose además en algunos casos la necesidad de replantar casi el 20% del cultivo. Freshuelva señala que esto va a provocar, a su vez, un retraso en la recolección de las plantas del mes de noviembre con respecto a las primeras que se plantaron en octubre, además de un incremento considerable en los costes de la plantación.

El mismo crecimiento del 2% experimenta el arándano, que pasa de las 3.532 hectáreas plantadas en la temporada pasada a las 3.602 del presente ejercicio.



La superficie plantada de frambuesa vuelve a descender esta campaña. / ARCHIVO

La actual diversidad de variedades de arándanos permite tener producción en diciembre de cara a las fiestas navideñas y ganar mercado a las producciones de países como Chile o Perú.

El cultivo del arándano se consolida como el segundo berry en la provincia de Huelva por detrás de la fresa, a pesar de que también en este caso se enfrenta a una gran competencia de países terceros, más acentuada durante los meses de primavera.

La superficie dedicada a la mora también experimenta esta campaña un incremento, del 3%

en este caso, aunque este aumento solo supone pasar de 139 a 143 hectáreas plantadas. En este cultivo se incorporan nuevas variedades que permiten tener producción durante todo el año.

El dato más negativo del ejercicio lo presenta la frambuesa, cuya superficie plantada vuelve a decrecer para esta campaña. El descenso se cifra en un 7,5%, por lo estarán en producción 1.762 hectáreas, frente a las 1.902 ha del pasado año.

Según explica Freshuelva, la frambuesa es el fruto rojo al que mas está afectando la compe-

tencia de producciones extracomunitarias, compitiendo en los mercados europeos en desiguales condiciones como ha denunciado la asociación en reiteradas ocasiones ante la Administración española y europea. Esta situación ha llevado a muchos productores onubenses a apostar por otros berries ante la falta de rentabilidad.

Freshuelva destaca que estos datos evidencian que continúa la apuesta por la diversificación de cultivos que ha marcado las últimas campañas y con la fresa y el arándano como máximos exponentes, garantizándose así la presencia de los berries de Huelva en los mercados durante casi todo el año prácticamente.

"El sector de los frutos rojos afronta una nueva campaña plagada de incertidumbres y situaciones adversas, sobre todo, por la sequía persistente que azota todo el país y el imparable incremento de costes esenciales como la energía o los insumos. A todo ello se suma una climatología imprevisible que, de momento, ya ha afectado negativamente al sector en la fase de plantación, sobre todo por las altas temperaturas y la ausencia de lluvias", concluye Freshuelva.

El futuro del trasvase Tajo-Segura reabre la brecha entre territorios

El nuevo Plan Hidrológico de la Cuenca del Tajo aprueba el aumento paulatino de los caudales ecológicos ante el estupor de los regantes y responsables políticos de Alicante, Murcia y Almería

■ J LUZ - R FUERTES. REDACCIÓN

El 29 de noviembre el Consejo Nacional del Agua presentó los planes hidrológicos de cuenca para el periodo 2022-2027, incluyendo el nuevo Plan Hidrológico de la Cuenca del Tajo por el que se fija un caudal mínimo de 7 metros cúbicos por segundo desde Aranjuez a partir del 1 de enero de 2023, de 8 para 2026 y de 8,65 para el tercer tramo de 2027 y que puede suponer una importante merma en el agua que se trasvasa a las provincias de Alicante, Murcia y Almería. Incluso el corte total en algunos casos.

Había dos documentos que podían ser sometidos a aprobación: el pactado el pasado mes de mayo, que establecía caudales mínimos escalonados, o la última modificación comunicada en noviembre —acuerdo alcanzado entre el Presidente de la Generalitat valenciana, Ximo Puig, y el Miteco—, por el que los incrementos paulatinos de los caudales ecológicos a su paso por Aranjuez que se propusieron inicialmente estarían sometidos a revisión de manera que, de cumplirse los objetivos ambientales fijados para las masas de agua, no sería necesario aumentar el caudal ecológico. Finalmente, el Consejo Nacional del Agua presentaba el documento del mes de mayo pese a las dudas y presiones de las comunidades afectadas.

La decisión generó una cascada de reacciones que continúan dos semanas después. Mientras en Murcia lo veían como un “engaño” por parte del Gobierno, en Castilla-La Mancha definían esta decisión como “histórica” y lo celebraban como un “éxito sin precedentes”. En la Comunitat Valenciana, según fuentes de la Generalitat, “los representantes del Consell en el Consejo Nacional del Agua se abstuvieron en la propuesta relativa al Plan Hidrológico de la Cuenca del Tajo al no estar de acuerdo con el horizonte previsto para los caudales ecológicos a su paso por Aranjuez ni con los posibles escalones que podrían llegar a fijar ese caudal en 8,6 metros por segundo”.

Las reacciones de los regantes y las organizaciones agrarias de las tres provincias afectadas han expresado en estos días su insatisfacción ante la situación y desde el Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo Segura (SCRATS) aseveraban que “el sector agrícola dependiente del trasvase Tajo-Segura aporta 3.103 millones de euros al PIB nacional”, dando así la dimensión económica que el recorte (incluso suspensión, llegado el caso) podría suponer una debacle económica que afectaría a todo el país. También indicaban que el “futuro del Levante está en juego” y que prevén nuevas movilizaciones de protesta.



La decisión respecto al Plan Hidrológico de la Cuenca del Tajo ha provocado una cascada de reacciones muy distintas entre las comunidades afectadas. / LA UNIÓN

El nuevo Plan Hidrológico de la Cuenca del Tajo fija un caudal mínimo de 7 metros cúbicos por segundo desde Aranjuez a partir del 1 de enero de 2023, de 8 para 2026 y de 8,65 para el tercer tramo de 2027

El Consejo Nacional del Agua finalmente presentó el documento del mes de mayo pese a las dudas y presiones de las comunidades afectadas

■ COMUNITAT VALENCIANA

Hace apenas unas semanas fue el presidente de la Generalitat, Ximo Puig, quien negoció con el Miteco para que los caudales ecológicos establecidos dejaran de ser fijos y pudieran ser sometidos a revisión. Si bien estaba previsto que estas medidas se aprobaran en la reunión del pasado martes 29, el Consejo Nacional del Agua finalmente presentó a votación sus planteamientos iniciales ante los cuales la Generalitat ya expresó su oposición. Ante esta situación, el propio presidente de la Generalitat, Ximo Puig, comentaba este fin de semana que “lo que no se puede entender es que, después de tener un acuerdo, se rompa el acuerdo. La Generalitat no está dispuesta a pasar por esto. Bajo ningún concepto se entiende que, tras un acuerdo, este se quiera romper unilateralmente”. Así, el presidente anunciaba que la Abogacía General de la Generalitat Valenciana ha elaborado, a petición del Consell, un informe que “sirve como base jurídica para instar al Gobierno a que respete el proyecto de

real decreto en los mismos términos en los que fue aprobado por el Consejo Nacional del Agua, el pasado 29 de noviembre, y que garantizan la continuidad del trasvase Tajo-Segura”.

A pesar de la sensación negativa de todos los afectados y de los propios negociadores, Puig no quiso abandonar el tono dialogante que le ha caracterizado durante la negociación y recordó que “la Generalitat siempre ha actuado de buena fe. Sabemos que desde la confrontación no llega agua a Alicante. Hemos querido fomentar el diálogo para, además del trasvase, tener todos los recursos disponibles para garantizar agua para siempre”.

■ MURCIA

La reacción en Murcia fue inmediata: “Ayer se destapó la mentira del Ministerio. No era un recorte menor, como se estaba vendiendo, sino que es un hachazo del 50% al trasvase Tajo-Segura”, denunciaba el presidente de la Región de Murcia, Fernando López Miras. Además, acusaba directamente al Gobierno español de haber

“engañado” y “jugado” con los ciudadanos y agricultores de su comunidad y ha avanzado que emprenderán acciones legales si finalmente se ratifica la decisión ante el Ejecutivo central.

Por su parte, el consejero de Medio Ambiente, Antonio Luengo, mostraba su “rechazo absoluto” al informe del Plan Hidrológico del Tajo al considerarlo “injustificado y arbitrario” y generador de un grave daño económico y social para toda la Región de Murcia y el Levante español.

■ CASTILLA-LA MANCHA

El presidente de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Emiliano García-Page, tenía una perspectiva muy diferente y calificaba este momento como “un día dichoso e histórico para Castilla-La Mancha” y no ha dudado en manifestar que es ahora cuando “se empieza a salvar el Tajo de verdad”. Un punto de vista que evidencia la brecha entre los diferentes territorios.

Las declaraciones del consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural, Francisco Martínez Arroyo, seguían esta línea y afirmaba que con esta decisión se vuelve a “reequilibrar la balanza” y “por primera vez” se da prioridad al Tajo frente al trasvase.

■ GOBIERNO DE ESPAÑA

Las diferentes opiniones de los dirigentes de las comunidades autónomas ponían al ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico en el centro de todas las miradas. Mientras la vicepresidenta tercera y ministra de la cartera, Teresa Ribera, expresaba que los nuevos planes hidrológicos “marcarán

un antes y un después en la gobernanza del agua en nuestro país y que nos permitirá una España mucho mejor preparada para los desafíos que están por venir”, era el secretario de Estado del Ministerio para la Transición Ecológica, Hugo Morán, quien aclaraba las posibles confusiones respecto al trasvase Tajo-Segura.

“No vamos a dar marcha atrás en nada”, sentenciaba el secretario en el Senado al ser preguntado por el acuerdo al que se había llegado con la Comunitat Valenciana para que los caudales fueran revisables. “Hay cinco sentencias y vamos a ser escrupulosos con ellas” porque en el plan hidrológico del Tajo “aparece una dotación de caudales ecológicos para cumplir con los fallos judiciales”, añadía. A su juicio, una aplicación progresiva es la más adecuada para poder “desplegar las infraestructuras que den pie a suplir con el agua desalada las disminuciones de caudales por el impacto del cambio climático en la cuenca excedente”. Sin embargo, estos argumentos eran rebatidos desde la Abogacía de la Generalitat a través del informe citado anteriormente: “el Consell entiende que no existe, tal como avala el informe de la Abogacía, ninguna justificación jurídica ni técnica para modificar en el último momento un texto que fue aprobado por amplia mayoría en el Consejo Nacional del Agua”.

La situación sigue sin quedar cerrada a pocos días de que finalice 2022 y con las zonas afectadas por el trasvase reivindicando el “derecho a un bien tan esencial como el agua”.

Citrosol promociona en Perú sus soluciones para aguacate y mango

La firma valenciana presentó sus productos y los resultados de sus estudios en dos congresos internacionales celebrados en Lima y Piura

► CITROSOL

La ciudad peruana de Lima acogió, del 9 al 11 de noviembre, el tercer Congreso Internacional de Palta (aguacate) organizado por Pro Hass (Asociación de Productores y Exportadores de Palta Hass del Perú), que contó con la presencia de alrededor de 600 participantes nacionales e internacionales y en el que se expusieron los más importantes e innovadores trabajos de investigación en la industria de la palta peruana e internacional.

Asimismo, los días 10 y 11 de noviembre tuvo lugar en Piura el XXI Congreso Internacional del Mango Peruano organizado por APEM (Asociación de Peruana Productores y Exportadores de Mango) con más de 500 inscritos. Citrosol tuvo una presencia destacada en estos dos importantes eventos y contó tanto con stands desde los cuales se dieron a conocer las soluciones postcosecha con las que se viene trabajando con muy buenos resultados, como con conferencias de los expertos de la firma valenciana, en el caso del congreso dedicado al mango.

■ PALTA

Por un lado, en el Congreso Internacional de Palta se presentó el Sistema Citrocide® Palta que permite el lavado higiénico con garantía de seguridad alimentaria, reduciendo drásticamente bacterias, coliformes y mohos de la superficie del fruto, aportando valor gracias al excelente



Imagen del stand de Citrosol en el Congreso Internacional de Palta. / CITROSOL

control del moho peduncular y solucionando así uno de los principales problemas en arribo de este fruto. El insumo utilizado en este sistema es el Citrocide® PC, que no deja ningún tipo de residuo en la fruta y, además, está certificado como insumo para la agricultura orgánica (EU). En la actual campaña nuevos clientes han sumado esta tecnología a su proceso en Perú.

El tratamiento usado comúnmente para el control del moho peduncular consiste en la utilización del fungicida Prochloraz,

con eficacias elevadas, pero que impide la exportación a algunos países donde no están permitidos residuos de esta materia activa. Los resultados del proceso industrial corroboran que, mientras que Prochloraz controla con un 79% de eficacia la aparición de moho peduncular, el Sistema Citrocide® Palta incrementa la eficacia hasta el 84%. Por otro lado, también se mostró el recubrimiento Plantseal® Tropicals, un recubrimiento que reduce hasta un 40% la pérdida de peso en función del tiempo de viaje

Citrosol presentó en Perú el Sistema Citrocide® Palta que permite el lavado higiénico con garantía de seguridad alimentaria

y de la temperatura de conservación. Este recubrimiento también minimiza la necrosis interna ocasionada por el daño por frío hasta en un 84%. Plantseal® Tropicals ha sido utilizado en esta campaña para proteger durante su envío más de 200 contenedores de palta (aguacate) enviados a China y otros destinos de Asia, con excelentes resultados y sin afectar el proceso de maduración que posteriormente se hace en destino. La estrategia recomendada por Citrosol para doblar la vida útil del aguacate combina el recubrimiento Plantseal® Tropicals junto al sistema de lavado Citrocide® Palta.

■ MANGO

Citrosol presentó en el Congreso Internacional del Mango Peruano, sus soluciones postcosecha para maximizar la vida comercial de esta fruta y reducir las pérdidas en la cadena de suministro. Estas soluciones incluyen una completa gama de recubrimientos, así como soluciones eficientes para el lavado

higiénico del mango. El recubrimiento PlantSeal® Tropicals despertó especial interés, ya que es un recubrimiento totalmente innovador en esta fruta, por tratarse de un recubrimiento 100% de origen vegetal.

Además, la firma valenciana participó con una ponencia dentro del programa de conferencias. La presentación, a cargo del Dr. Martín Mottura, investigador del equipo científico de Citrosol, se tituló "Las pérdidas en la cadena de suministro de frutas y hortalizas, y cómo prevenir las: soluciones Citrosol para reducir las pérdidas de postcosecha en mango". En la ponencia, Martín Mottura desarrolló conceptos generales de los costes y pérdidas a lo largo de la cadena de suministros de frutas y hortalizas, así como de herramientas para reducir o prevenir dichas pérdidas. Presentó también las principales soluciones que Citrosol ofrece para maximizar la vida comercial del mango y reducir así las pérdidas postcosecha. Estas soluciones incluyeron el recubrimiento vegetal PlantSeal® Tropicals y el Sistema Citrocide® Mango, que permite el lavado higiénico de esta fruta, garantizando su seguridad alimentaria y haciendo un uso eficiente de los recursos (agua, energía y desinfectante). Un sistema que despertó especial interés, ya que es el primero de su modelo que permite monitorizar a tiempo real la concentración del desinfectante (Citrocide® PC) en el agua de lavado, manteniendo siempre una dosis óptima y realizando el proceso de dosificación y control de forma totalmente automática, pudiendo registrar todos los parámetros del proceso para su mejor trazabilidad. Asimismo, Citrocide® PC es un insumo certificado para su uso en agricultura orgánica (EU), lo que permite aplicar esta solución sin restricciones.

Optimiza la calidad de los cítricos con VitaFresh™ Botanicals

► AGROFRESH

AgroFresh es una empresa innovadora en agrotecnología y líder en el sector de la postcosecha de productos frescos que ofrece una amplia gama de soluciones y tecnologías digitales para mantener la frescura y ayudar a mejorar la calidad y la vida útil de las frutas y verduras frescas. Entre estas soluciones, destaca una de sus innovaciones más recientes, VitaFresh™ Botanicals.

VitaFresh™ Botanicals es la línea de recubrimientos comestibles de origen vegetal que AgroFresh dispone para una amplia variedad de cultivos, desde cítricos hasta aguacates, fruta de hueso o mangos. Estos recubrimientos "plant-based" ayudan a reducir la deshidratación, mantener el peso y la frescura a lo largo de la cadena de suministro. Para cítricos, destacan dos soluciones VitaFresh™ Botanicals Life, certificada como vegana por la UVE (Unión Vegetariana Europea), disponible en diferentes concentraciones, y VitaFresh™ Botanicals Life Select, que ha obtenido diversos certificados como solución orgánica o biológica.

El equipo de AgroFresh ha realizado diferentes ensayos con el fin de determinar si las soluciones de VitaFresh™ Botanicals benefician en la extensión del almacenamiento en frío y la comer-



Ensayo realizado con naranjas Valencia en abril y mayo de 2022. / AGROFRESH

VitaFresh™ Botanicals es la línea de recubrimientos comestibles de origen vegetal de AgroFresh

cialización de cítricos, manteniendo una condición óptima de frescura comercial. Los estudios confirman que el uso de VitaFresh™ Botanicals en naranjas permite reducir el desperdicio alimentario en más del 2,5% y entre un 1,5% y un 2% en un almacenamiento en frío de 90 días.

Respecto a la apariencia externa, los ensayos demuestran que las soluciones VitaFresh™ Botanicals presentan un buen comportamiento general. Las naranjas sin recubrimiento mostraron un 37% de frutos con daños por frío, mientras que las naranjas recubiertas con VitaFresh™ Botanicals presentaron un porcentaje inferior al 5%.

Otros beneficios de los recubrimientos VitaFresh™ Botanicals para las centrales hortofrutícolas están relacionados con su facilidad de aplicación, tanto en pulverización como en inmersión. Estos ayudan a retrasar la maduración, a reducir la deshidratación y la pérdida de peso y fomentan el mantenimiento de una apariencia externa de mejor calidad. Todo ello manifiesta la importancia de utilizar recubrimientos óptimos para proteger la fruta durante el proceso de almacenamiento.

Para obtener más información, contacta con el equipo técnico y/o comercial de AgroFresh o visita su web www.agrofresh.com/es/vitafresh

Países del Este



La guerra de Ucrania: ¿Y ahora qué?

El aumento de costes, los problemas en la exportación y la dependencia de Europa y el resto del mundo de los fertilizantes y el cereal ruso marcan la actual coyuntura geopolítica y económica

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

La invasión de Ucrania ha afectado a todos los ámbitos productivos del mundo, pero ¿qué pasa con la agricultura?, ¿hasta qué punto afecta esta coyuntura geopolítica y económica al sector? España perdía, a causa de la guerra, un potencial de 250 millones de consumidores del mercado de los países del este, según explicaban desde Asaja Murcia en el inicio de la invasión el pasado febrero de 2022.

Desde ese momento, la incertidumbre del sector agroalimentario no ha hecho más que aumentar. Agricultores y comercializadores españoles temieron y siguen temiendo graves consecuencias por la escalada de consecuencias derivadas de la crisis en Ucrania, así como por la alta dependencia de este país y de Rusia en el abastecimiento de productos como fertilizantes y cereal. Así, Rusia y Ucrania, “en conjunto, proporcionan el 19% del suministro de cebada, el 14% del trigo y el 4% del maíz del mundo y representan más de un tercio de las exportaciones mundiales de cereales”, según expone el director General de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), Qu Dongyu. “También son los principales proveedores de colza y representan el 52% del mercado mundial de exportación de aceite de girasol. El suministro mundial de fertilizantes también está muy concentrado, con la Federación de Rusia como principal productor”, afirma.

Las consecuencias fueron y están siendo notables, no solo a nivel nacional, sino también mundial. El gran incremento de los costes de producción, la paralización y bloqueo de la salida de grano ruso y fertilizantes, así como su posterior reapertura a la exportación, marcan la situación mundial y, en concreto, en estos mercados del este, que son tremendamente importantes para el sector agroalimentario.

■ EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

A pesar de que desde 2014 Rusia veta productos frescos a la Unión Europea (UE), las exportaciones e importaciones con el resto de países del este siguen activas, aunque han sufrido los efectos de la guerra.

Ya el año pasado empezó a reducirse la exportación española de frutas y hortalizas a Ucrania, que ascendió a 10.496 toneladas y 8,9 millones de euros, lo que supu-



La CE resalta que Europa no puede permitirse que sus sistemas agroalimentarios sean rehenes de Rusia. / ARCHIVO

so una reducción respecto a 2020 del 17% en volumen y del 12% en valor, según datos de Fepex. En lo que respecta a la UE, la exportación comunitaria de frutas y hortalizas frescas a Ucrania en 2021 se situaron en 346.076 toneladas, por un valor de 181,8 millones de euros, según datos de Eurostat.

Era de esperar que esta situación afectara en gran medida al comercio internacional y, por ello, en marzo del 2022 ya empezaron a analizarse las consecuencias que tendría la invasión para las exportaciones e importaciones de productos frescos, especialmente frutas. Asoex (Asociación de Exportadores de Frutas de Chile), junto a Freshfel Europe, Shaffe (Southern Hemisphere Association of Fresh Fruit Exporters) y Simfruit (Asociación de Exportadores de Frutas de Chile) realizaron el webinar donde la secretaria general de Shaffe, Nelli Hajdu, ya especificó que “es un difícil periodo para los exportadores del hemisferio sur. Si bien el mercado ucraniano es mucho más pequeño, el mercado de Rusia es más importante y con más oportunidades para los envíos de los países Shaffe, especialmente para las manzanas, peras y cítricos, que representan el 80% del total de frutas frescas que envían al mercado ruso”.

El General Delegate de Freshfel Europe, Philippe Binard, afirmó que “para nosotros en Europa, las complicaciones comenzaron en 2014 con el embargo ruso derivado de la situación en Crimea. Ello afectó a más de 2,2 millones de toneladas de frutas y verduras que no pudieron

Rusia es el mayor exportador mundial de trigo, mientras que Ucrania es el quinto y, en conjunto, proporcionan el 19% del suministro de cebada, el 14% del trigo y el 4% del maíz del mundo

Según la FAO es conveniente mantener abierto el comercio mundial de alimentos y fertilizantes, así como buscar nuevos y más diversos proveedores de alimentos y apoyar a los grupos más vulnerables



Las consecuencias de la guerra crean incertidumbre en el sector agrícola. / VF

eviar a Rusia, mercado que era -hasta ese entonces- el principal destino de las frutas y hortalizas de Europa”.

Ante esa incertidumbre las preguntas del sector se sucedían: ¿qué haremos con la fruta que no podemos embarcar a Rusia?, ¿la vamos a redistribuir?, ¿a dónde?, ¿la dejaremos en el mercado local?

Sin embargo, si continúa vigente el veto ruso y las exportaciones a Ucrania se resienten, ¿qué hacer con ese sobrestock?, ¿se podría redistribuir por los mercados europeos? Philippe Binard expone que “Europa no tiene la capacidad de absorber cerca de 9,5 millones de toneladas si esos volúmenes se redistribuyen hacia acá. El mercado europeo no los podrá absorber. Estamos en un momento donde todo el mundo tiene que ser muy responsable respecto a dónde van a ir sus productos y cómo será la redistribución en el mercado mundial”.

■ COSTES

A esta coyuntura se suma el gran incremento de costes genéricos y, en concreto, en el sector logístico. El precio de los contenedores no deja de aumentar y la congestión de los puertos no parece dispersarse todavía.

El director de Marketing de Asoex, Charif Christian Carvajal indicó que “los costos en general han aumentado entre un 10 y 15%”. Además, puntualizó que, con la inflación, el poder adquisitivo del consumidor también ha disminuido, y las frutas y verduras, que antes – especialmente durante el COVID- eran claves de consumir, ahora dependen de esta capacidad adquisitiva.

Respecto a la energía, la Federación de Rusia es uno de los principales actores del mercado mundial de este servicio, pues “representa un 18% de las exportaciones mundiales de carbón, un 11% de las de petróleo y un 10% de las de gas”, según expone, Qu Dongyu. La agricultura requiere energía a través del uso de combustible, gas y electricidad, así como fertilizantes, plaguicidas y lubricantes. La fabricación de piensos y de sus ingredientes también requiere energía. Es por ello por lo que el conflicto actual ha provocado un aumento de los precios de este bien, con evidentes consecuencias negativas para el sector agrícola.

■ PRODUCTOS AFECTADOS

Unas 300.000 toneladas de fertilizantes producidos en Rusia se

encontraban hasta hace apenas un mes bloqueados en puertos europeos, sin embargo, la secretaria general de la Agencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), Rebeca Grynspan, ya afirmaba que “hay indicaciones de que habrá una apertura”. Finalmente, así fue, y el 29 de noviembre un primer cargamento de fertilizantes rusos partió desde Países Bajos rumbo a África en el marco de un acuerdo impulsado por la ONU para facilitar las exportaciones de estos productos, dificultadas desde el inicio de la guerra en Ucrania.

Ante esta problemática, la Comisión Europea resalta que el sistema agroalimentario de la Unión Europea no puede depender ni ser “rehén” de países como Rusia, del que el club comunitario ha dependido en gran medida para el suministro de fertilizantes. “No podemos permitir que nuestros sistemas agroalimentarios sean rehenes de países como Rusia, que han demostrado que no se puede confiar en ellos”, declaraba el comisario europeo de Agricultura, Janusz Wojciechowski.

Y con esta situación, ¿cuáles son las alternativas para no depender de los movimientos de Rusia? Las buenas prácticas que se barajan incluyen la posible activación de la reserva de crisis, el recurso a las ayudas de Estado o dar prioridad a los productores de fertilizantes a la hora de usar el gas en caso de una interrupción del suministro.

En este contexto en el que los altos precios del gas natural y de las materias primas afectan a la producción de fertilizantes, la consecuencia es el aumento de su precio que, a su vez, repercute sobre la producción de alimentos. El ministro español de Agricultura, Luis Planas, ya señaló la importancia de reducir la dependencia del exterior para el suministro de fertilizantes y pidió a la Comisión “una verdadera estrategia integral sobre fertilizantes con medidas concretas, particularmente, en el corto plazo, para apoyar a agricultores y la industria de fabricación de fertilizantes”.

Por otra parte, la Federación de Rusia es el mayor exportador mundial de trigo, mientras que Ucrania es el quinto mayor exportador. “En conjunto, proporcionan el 19% del suministro de cebada, el 14% del trigo y el 4% del maíz del mundo y representan más de un tercio de las exportaciones mundiales de cereales”, según expone Qu Dongyu. También son los principales proveedores de colza y representan el 52 % del mercado mundial de exportación de aceite de girasol.

RECOMENDACIONES

En este contexto, ¿cuáles son las recomendaciones para sobrellevar la situación lo mejor posible? Según la FAO es conveniente mantener abierto el comercio mundial de alimentos y fertilizantes, así como buscar nuevos y más diversos proveedores de alimentos. Por otro lado, apoyar a los grupos vulnerables, incluidos los desplazados internos, evitar las reacciones ad hoc en materia de políticas y, por último, reforzar la transparencia del mercado y el diálogo. Cabrá esperar a que el contexto geopolítico de los mercados del este evolucione favorablemente y la situación en la agricultura mundial pueda estabilizarse económicamente en un futuro próximo.

Bielorrusia levanta su veto de forma parcial

El 30 de agosto el Gobierno bielorruso publicó una resolución por la que se modificaba el embargo y permitía la entrada a determinados productos de la UE

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Bielorrusia era uno de los pocos mercados extracomunitarios que tenía un comportamiento positivo, con 5.602 toneladas exportadas en 2020, un 28% más que el año anterior. La exportación española de frutas y hortalizas frescas a Bielorrusia también creció en valor en 2020, un 47% más respecto a 2019, totalizando 4,26 millones de euros. Hasta el mes de septiembre de 2021 las ventas a Bielorrusia mantuvieron niveles similares, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales procesados por Fepex. Una situación que cambió al iniciarse 2022.

EL VETO

El 1 de enero de 2022 entró en vigor el embargo de Bielorrusia a los productos frescos de la Unión Europea y otros países en respuesta a las sanciones internacionales impuestas a este país. El veto, que inicialmente tenía una duración de 6 meses, se amplió hasta finales de año según la Resolución del Consejo de Ministros N.º 412 del 27 de junio de 2022.

Este documento extendía del 30 de junio al 31 de diciembre de 2022, ambos inclusive, el efecto de las cláusulas 1 y 3-5 del Decreto gubernamental N.º 700 del 6 de diciembre de 2021 “sobre la aplicación de medidas especiales contra determinados tipos de mercancías”, que regula la imposición de un embargo alimentario a una amplia gama de



El kaki es uno de los productos españoles más exportados a Bielorrusia. /VF

productos —entre los que se incluyen frutas, verduras, hortalizas y frutos secos— procedentes de diferentes países occidentales, según informó la agencia oficial bielorrusa, BELTA.

Si bien el régimen de Alexandr Lukashenko adoptó estas medidas para no ceder a “los continuos intentos de occidente de ejercer presión sobre nuestro país mediante sanciones ilegales”, prohibir las importaciones agroalimentarias provocó al poco tiempo un fuerte aumento de los precios de los alimentos y, como la capacidad productora de Bielorrusia no es suficiente para autoabastecerse, se experimentó una aguda escasez de productos básicos.

Parece ser que Bielorrusia, tan solo cuatro meses después

del embargo, admitió que no podían sustentarse sin los suministros de los proveedores europeos y reabrió el mercado. En este contexto, según informó la plataforma EastFruit, se produjo un efecto paradójico en otros países: los precios de algunas frutas y hortalizas en Polonia y otros países de la UE empezaron a crecer de manera repentina, sin motivo aparente, ya que la oferta era alta y la demanda, aparentemente, limitada. Sin embargo, Bielorrusia estaba tensionando el mercado con una demanda que no era “visible” en el mercado.

Fuentes exportadoras del mercado nacional confirman a Valencia Fruits que, efectivamente, en abril, ya fueron excluidas de la lista de mercancías prohibidas la manzana, pera,

calabacín, berenjena, pimiento fresco, lechuga, rúcula, acelga y espinaca. Asimismo, en junio el Gobierno bielorruso volvió a eliminar más restricciones permitiendo también la importación de guinda, cereza, ciruela, nectarina y kaki.

No obstante, no hubo ningún comunicado oficial hasta el 30 de agosto —tras casi nueve meses de la imposición inicial del veto y dos meses después de su ampliación— cuando llegó el Decreto N.º 562 “sobre la modificación de la Resolución del Consejo de ministros N.º 700 del 6 de diciembre de 2021”. Esta vez sí, el dictamen establece una lista de mercancías que califica como “excepciones” y permite su importación a la República de Bielorrusia.

Así, tras la publicación del documento y su entrada en vigor el pasado mes de septiembre, se permite la importación de semilla de patata, cebolla, lechuga, repollo de Beijing, apio, berenjena, pimiento dulce, calabacín, otras verduras de ensalada, maíz dulce para la siembra, guisantes para la siembra, judías para la siembra, cacahuete de Bambara para la siembra, alubias para la siembra, judías con semilla y frijoles para la siembra. Por la parte que corresponde a las frutas, pueden importarse manzana, pera, albaricoque, cereza, nectarina, ciruela, kaki persimon, clementina, melocotón y kiwi, así como albaricoque y melocotón congelado.

JOVIMER S.L.

Avda. Valencia, 37
46770 XERACO (Valencia)
Tel. +34 96 289 03 05
Fax: +34 96 289 06 70
E-mail: jovimer@jovimer.com
www.jovimer.com



JOVIMER CZ

Tel. +420541214389
Fax: +420541214537

JOVIMER SLOVENIJA

Tel. +38653334929
Fax: +38653334928

Jovimer S.L.

Import - Export



Países Bajos Bélgica

Información elaborada por Lucía Palencia

Crisis energética: situación de la producción hortofrutícola en Países Bajos y Bélgica

Los altos costes del gas y la energía están afectando a muchos cultivos en Europa y algunos países ya están tomando medidas contra esta situación de cara al invierno

La situación de crisis causada por la guerra en Ucrania ha provocado una subida generalizada en los costes de producción, que se ven reflejados luego en el precio del carro de la compra. Esto se debe, por un lado, al incremento del precio del gas y la energía y, por otro, a la sequía y las altas temperaturas que han afectado a las cosechas. La producción hortofrutícola en otros países europeos también se está viendo afectada.

En España el aumento de los precios de los alimentos ha sido de un 15,4%, mientras que en el caso concreto de Países Bajos ha sido algo menos, un 14%. Según datos publicados por la Oficina Estadística Europea (Eurostat), los vegetales subieron en octubre un 21,1% en España, mientras que en Países Bajos ascendieron un 10,7%. Este invierno, los productores europeos se enfrentan a restricciones en el suministro de gas y a la subida del precio de la energía, que actualmente oscila entre el 7,5% y el 10%. En el país neerlandés, la energía representó el 25% de los costes totales en la producción hortofrutícola en 2021, y según los datos, en 2022 los precios han aumentado más del 60%.

¿Cómo ha afectado esta situación a la importación de frutas y hortalizas? Tradicionalmente, los Países Bajos es el Estado miembro que más frutas y hortalizas extracomunitarias importa. La mayor parte de las importaciones de frutas y hortalizas neerlandesas se reexportan al resto de países europeos, llegando a mover 3,7 millones de toneladas en el primer semestre de 2021, un 32% del total de 11,4 millones de toneladas importadas por la UE desde terceros países. Gracias a un desarrollado sistema logístico (Rotterdam tienen uno de los puertos más grandes de Europa), especialmente equipado con sistemas de manipulación de productos frescos, importan principalmente patatas, tomates coles, cítricos, manzanas, plátanos y melones. Sus proveedores de referencia son, por orden, Alemania, Bélgica, España, Sudáfrica, Brasil, Chile y Argentina.

En cuanto a sus exportaciones, estas se centran en cebolla, patata, col, pepino, pimiento, tomate, cítricos, manzanas o peras, entre otros. Los destinos más frecuentes de sus producciones son Alemania, Bélgica y, en menor medida, Reino



Los invernaderos tradicionales en Países Bajos dan paso a unos más modernos para permitir el ahorro de energía. / ARCHIVO

El tomate neerlandés

Los datos muestran que la producción de hortalizas en Países Bajos es 2,5 veces superior por hectárea agrícola a la media europea (en el sur de los Países Bajos más de 10.000 hectáreas de cultivos bajo techo producen más de 1.700.000 toneladas de hortalizas). El motivo es el alto desarrollo tecnológico que aplican a la agricultura. La modernización de los cultivos bajo invernadero ha hecho posible una producción eficiente y a gran escala. Utilizan tecnología aplicada o inteligencia artificial para monitorizar cada aspecto en los cultivos y manipulan los datos generados para explorar nuevas formas de ahorrar y reducir costes; esto hace que producciones como la del tomate o la patata resulten con precios altamente competitivos.

Para los Países Bajos, el tomate (excluyendo los productos de reexportación) es, con diferencia, el producto de exportación más importante, llegando a producir en 2021 380.000 toneladas con destino a Alemania. Tradicionalmente, el precio del tomate neerlandés ha sido el más barato de Europa, más incluso que el español o el del norte de África, sin embargo, el primer semestre de 2022 el precio de importación del tomate neerlandés subió un 48% en comparación con el mismo periodo de 2021. Ante esta situación España (el segundo mayor importador de tomates junto a Bélgica) tampoco pudo abastecer la demanda alemana con 111.000 toneladas. Desde Marruecos supieron aprovechar la ocasión, haciendo la competencia a los principales proveedores, con un envío a Alemania de 46.000 toneladas de tomates marroquíes. ■



El precio del tomate neerlandés, que tradicionalmente es el más barato de Europa, ha subido un 48% este año. / VF

La mayor parte de las importaciones de frutas y hortalizas neerlandesas se reexportan al resto de países europeos, llegando a mover 3,7 millones de toneladas en el primer semestre de 2021

Unido y Francia. Fuera de las fronteras comunitarias, Países Bajos exporta a mercados como el canadiense o el estadounidense en cuantías que, por ejemplo, en tomate, quintuplican a las españolas.

Aunque Países Bajos continúa siendo una de las grandes potencias exportadoras de frutas y hortalizas extracomunitarias (seguido por Bélgica, Francia o España), los datos de 2022 muestran que las exportaciones de producto fresco desde este país bajaron de enero a agosto significativamente un 17%. En cambio, según datos de Eurostat, la importación de Países Bajos creció un 7% con relación al mismo periodo en 2020 y respecto a los últimos cinco años la subida ha sido de un 26%, pasando de 3,5 millones de toneladas en 2016 a 3,7 millones de toneladas en 2020.

■ CRISIS ENERGÉTICA Y MEDIDAS DE AHORRO

En cuanto a la crisis energética, los altos precios del gas están causando que algunas producciones de invernadero en Europa se frenen ya que no es posible afrontar los precios de la calefacción. En el caso de los Países Bajos, han usado alrededor de un 15% menos la calefacción porque las temperaturas se han mantenido estables durante el otoño y eso les ha permitido producir sin calefacción, pero ahora, con la llegada del invierno, el panorama cambia: los productores y distribuidores neerlandeses tendrán que comprar más hortalizas españolas como pepino, pimiento, tomate o calabacín, cuyos precios ya están experimentando considerables subidas.

Los datos muestran que el precio de los calabacines pasó de 0,33 euros el kilo en origen el año pasado, a 0,84 euros a finales de octubre de este año, según la organización agraria COAG. Los pimientos verdes han aumentado el precio en origen un 60%, pasando a cotizarse a 0,86 euros el kilo, mientras los pimientos rojos han subido un 25% (1,08 euros). Algo menos se han encarecido los pepinos (un 13%) y los tomates para ensalada (un 16%). Este año, según datos del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, las exportaciones de calabacín llegaron a los 322 millones de euros, la de pimientos a los 780 millones y las de tomate alcanzaron los 640 millones. De estas cifras las exportaciones



El puerto de Rotterdam es uno de los más grandes de Europa. / PORT OF ROTTERDAM

a Países Bajos representaron el 10% del total.

Los precios del gas a corto plazo durante las últimas semanas de noviembre en Países Bajos se encontraban por encima de los 100 euros por megavatio hora, y los de la electricidad APX por encima de los 200, según cifras recogidas por el noticiario neerlandés NOS. Ahora se preparan para el frío, por lo que, en los últimos meses, este país ha llenado considerablemente los depósitos de gas para tener suficiente para pasar el invierno. El nivel de llenado se ha mantenido estable durante semanas en alrededor del 92% y se espera no tener que recurrir al racionamiento del gas.

También se están implantando medidas de ahorro para frenar el precio de la energía, como la aplicación del sistema de luces de crecimiento LED. Algunos resultados muestran cómo los costos de energía ya se han reducido aproximadamente un tercio en comparación con el mismo periodo de 2021. Esta tecnología también permite ahorrar en gas, pues el calor que desprenden las lámparas de crecimiento eleva la temperatura del invernadero entre 2 y 3 grados. Aunque la implantación de este sistema es reciente (desde octubre en muchos casos), ya se pueden notar mejoras en el cultivo, que esperan pueda crecer por más tiempo.

Junto a las lámparas LED han desarrollado también un sistema de ventilación vertical, que distribuye el calor y la humedad de manera uniforme por todo el invernadero. Aunque estas mejoras aún no se han concretado en cifras de ahorro concretas, el sistema de iluminación ajustable en combinación con el movimiento del aire vertical forma un microclima que garantiza el ahorro de costos.

También en cuanto a ventilación, algunos agricultores neerlandeses están recurriendo a sellar los invernaderos, en vez de invertir en la ventilación tradicional, que requiere el uso de enormes extractores para intercambiar el volumen de aire dentro del invernadero cada minuto. Estos invernaderos sellados se construyen comúnmente con materiales mucho más aislantes de lo normal, lo que contribuye

a mantener la temperatura regulada durante todo el año: el aire es más fresco en verano y más cálido durante las estaciones frías.

Además, con el método tradicional el aire que se expulsa al exterior es caliente, alto en CO2 y oloroso, lo que aumenta el riesgo de plagas y patógenos. A esto hay que añadirle que mu-

Los productores y distribuidores neerlandeses tendrán que comprar más hortalizas españolas como el pepino, el pimiento, tomates o el calabacín, cuyos precios ya están experimentando considerables subidas

chos territorios en Países Bajos están obligados por ley a tratar el aire antes de su salida al exterior; lo que no hace más que incrementar gastos. Con estos sistemas de control climático se puede sustituir la ventilación tradicional para regular la temperatura y la humedad y asegurar las condiciones óptimas para mantener el crecimiento de las plantas.

Este sistema también es beneficioso para prevenir la infección externa por plagas y patógenos, que, por medio de la ventilación tradicional, entrarían mediante el intercambio de aire. Un entorno sellado también protege el interior de la polinización cruzada, que puede llegar a dañar algunos cultivos sensibles a fuentes externas, ya que no tener ventilación evita que el aire exterior ingrese cada vez que se abren las puertas.

El mercado belga se resiente

Después de los Países Bajos, el segundo país importador es Bélgica con 1,5 millones de toneladas movidas en 2020 y un superávit en 2021 en el comercio de frutas y hortalizas de 1.223 millones de euros. Asimismo, el país belga es un importante importador de cítricos, aunque también compran otras frutas y hortalizas como patata, tomate, col, escarola, cebolla, manzana o zanahoria.

El país posee una producción hortofrutícola propia bastante extensa, aunque la combina con la compra de frutas y hortalizas para la reexportación. Desde Bélgica sale, tanto de producción propia, como de reexportación, patata, tomate, lechuga, manzana, pera, plátano y cítricos. Sus principales proveedores y, a la vez, compradores son los Países Bajos y Francia, aunque también importa de forma asidua desde España, y, de fuera de Europa, de Costa Rica y Colombia.

Las mercancías llegan a Bélgica por vía aérea, a través de Bruselas, y una gran proporción se transportan por carretera desde Rotterdam o París. Sin embargo, el principal medio para importar frutas y hortalizas al país sigue siendo por vía marítima. El puerto de Amberes se sitúa entre los más importantes de Europa, y con la planeada fusión con el de Zbrugge (en Brujas) pasaría a ser el mayor puerto europeo y uno de los principales del mundo. Tras la fusión, el puerto de Amberes-Brujas podría llegar a tener un volumen anual de transporte de contenedores de 157 millones de toneladas y por él transitará más del 15% del gas licuado de Europa, manteniéndose como el principal centro portuario de industria petroquímica en Europa y el segundo a nivel mundial.

La situación del mercado hortofrutícola en Bélgica tampoco es muy alentadora ya que la compra de frutas y hortalizas extracomunitarias mostró una tendencia a la baja en los



Bélgica posee una gran producción hortícola que combina con la reexportación. / NF

8 primeros meses de 2022, de 128.000 toneladas a 117.000, a pesar de un ligero repunte en el mes de agosto. El año pasado la importación de frutas y hortalizas frescas belgas fue de 1,1 millones de toneladas en el primer semestre, un 6% menos que en el mismo periodo de 2020, y un 9% menos que en 2016, lo que refleja un descenso pronunciado sin visos de mejora.

La crisis energética que atraviesa toda Europa a causa de los altos precios del gas ruso ha provocado que desde la UE se tomen medidas al respecto. Para minimizar el impacto sobre la economía que ya está llevando a media Europa a la recesión, la Comisión Europea abogó por la imposición de un tope al precio del gas, medida que no ha parado de

causar controversia los últimos meses.

Mientras desde Bruselas se negocia para llegar a un acuerdo conjunto que contente a todo el mundo, cada país va aplicando sus propias estrategias para el ahorro de energía, como en el caso de España, programar los aires acondicionados y calefacciones a 19 grados y 27 grados, respectivamente, o apagar las luces de los edificios públicos y la iluminación de monumentos entre las 19.00 horas y las 6.00 horas.

En Bélgica, para evitar cortes de suministro energético, se acordó prolongar 10 años el periodo de funcionamiento de 2 de los 10 reactores repartidos entre la central nuclear de Doel y la de Tihange, que previamente habían previsto cerrar en 2025.



Moving goods

MOVIMIENTO RESPONSABLE DE MERCANCÍAS

Grupaje diario internacional



ITALIA
FRANCIA
BÉLGICA
HOLANDA

Enjoy with us

www.molbo.es +34 96 164 31 40

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 21 al 27 de noviembre de 2022, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	2,20
Almendra	6,00
Kaki Rojo Brillante	1,60
Otras Variedades	2,20
Castaña	3,00
Cereza Otras Variedades	12,00
Ciruela Otras Familia Black	1,50
Otras Variedades	2,25
Red Beauty	1,20
Coco en Seco	0,95
Dátil Medjoul	7,00
Frambuesa Otoño	7,50
Granada Mollar Elche	1,44
Higo Chumbo	3,00
Seco	2,00
Kiwi Kiwigold	3,90
Pulpa Verde	4,27
Lima Otras Variedades	0,80
Persian	3,00
Limón Rodrejo	0,90
Fino o Primafiori	1,17
Mandarina Clemenule	1,13
Otras Variedades	0,78
Clemenule o Nova	0,56
Fortuna	0,45
Manga Keitt	2,00
Mango Tommy Atkins	2,09
Manzana Royal Gala	1,20
Fuji	1,42
Golden	0,90
Starking o Similares	1,50
Melón Piel de Sapo	2,50
Membrillo Común	1,45
Naranja Navelina	0,58
Lane Late	0,91
Navel	0,53
Salustiana	0,56
Nuez	4,00
Papaya o Papayón	2,60
Pera Conferencia	1,66
Ercolini / Morettini	3,35
Otras Variedades	1,20
Limonera	1,30
Piña Golden Sweet	1,25
Pitahaya Otras Variedades	7,00
Plátano Canarias 1ª	1,60
Macho	2,00
Extra	1,42
Otras Variedades	0,80
Americano o Banana	0,95
Pomelo Amarillo	1,50
Rojo	1,00
Resto de frutas	0,60
Uva Aledo	1,10
Blanca Otras Variedades	1,41
Italia o Ideal	1,01
Red Globe	1,00
Sin Semilla Negra	2,48
Sin Semilla Blanca	2,50
Victoria	1,10
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas	0,60
Hojas Rizadas Lyon	0,70
Ajo Morado	1,97
Blanco	2,32
Tierno o Ajete	2,00
Alcachofa Blanca de Tudela	1,70
Apio Verde	0,50
Berenjena Morada	0,45
Boniato o Batata	1,00
Brócoli o Brécol	1,20
Calabacín Verde	0,54
Calabaza De Verano	0,60
De Invierno	0,60
Cardo	0,80
Cebolla	
Blanca Dulces Fuentes de Ebro	1,35
Tierna	2,40
Grano de Oro	0,59
Morada	0,70
Chirivía	1,00
Col de Hojas Lisas	0,50

Lombarda o Repollo Rojo	0,80
Repollo de Hojas Rizadas	0,60
Coliflor	1,50
Endivia	2,00
Escarola Rizada o Frisé	0,60
Espárrago Verde o Triguero	3,20
Espinaca	0,80
Guindilla Verde	1,79
Haba Verde o Habichuela	3,50
Jengibre	2,40
Judía Verde Fina	3,01
Verde Perona	3,36
Lechuga Cogollo	2,25
Hoja de Roble	1,00
Iceberg	1,00
Romana	0,50
Lollo Rosso	1,50
Maíz o Millo	0,54
Nabo	0,70
Pepino Corto o Tipo Español	1,81
Largo o Tipo Holandés	1,09
Perejil	0,60
Pimiento Verde Italiano	1,10
Rojo Lamuyo	0,92
Verde Padrón	1,41
Rojo California	0,83
Otras Variedades	1,05
Puerro	1,00
Rábano y Rabanilla	1,20
Remolacha Común o Roja	0,60
Resto de Hortalizas	0,60
Seta Champiñón	2,10
Gircola o Chopo	4,30
Níscalo o Rovellón	6,38
Tomate Liso Rojo Pera	0,79
Muchamiel	1,49
Otras Variedades	0,95
Daniela / Long Life / Royesta	0,85
Liso Rojo Rama	0,64
Asurcado Verde Raff	1,80
Cherry	1,30
Kumato	0,92
Liso Verde Rambo	1,25
Yuca / Mandioca / Tapioca	1,50
Zanahoria Nantesa	0,50
En Rama	0,74
PATATAS	Euros/kg
Blanca Agría (Confec.)	0,9
Blanca Agría (Granel)	0,74
Blanca Monalisa (Granel)	0,60
Blanca Spunta (Confec.)	0,64
Blanca Spunta (Granel)	0,67
Roja Otras Variedades (Confec.)	1,80
Roja Otras Variedades (Granel)	1,80

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 1 de diciembre 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
Pomelo	1,00
Avellana	6,50
Kaki	1,40
Carambolas	4,00
Castañas	3,50
Cerezas	10,00
Cocos	1,10
Membrillo	1,00
Dátiles	4,00
Feijoa	8,00
Higo	1,70
Higos Chumbos	2,20
Frambuesa	1,00
Grosellas	10,00
Kiwis	2,80
Lichis	7,00
Lima	3,00
Limón	0,90
Fresa	2,80
Fresón	5,00
Granada	0,90
Mandarina Clementina	1,20
Satsuma	1,30
Otras	2,20

Mangos	2,20
Maracuyá	8,00
Melón Galia	0,75
Amarillo	0,80
Piel de Sapo	1,50
Otros	1,10
Moras	16,50
Nashi	2,10
Nectarina Blanca	1,80
Amarilla	1,80
Níspero	3,75
Nueces	4,00
Olivas	1,80
Papayas	4,50
Pera Blanquilla	1,00
Verano	0,50
Invierno	1,30
Temprana	1,10
Piña	1,10
Pitahaya	10,00
Plátano Canarias	1,60
Importación	1,10
Manzana Bicolor	1,00
Amarilla	1,00
Verde	1,30
Roja	1,00
Otras	1,40
Melocotón Amarillo	2,50
Rojo Pulpa Blanca	1,20
Rojo Pulpa Amarilla	1,20
Ciruela	1,10
Uva Blanca	2,50
Negra	1,80
Rambután	12,50
Sandía con semilla	1,30
Sin semilla	0,60
Naranja	1,10
Chirimoya	1,10
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	2,00
Redonda	1,10
Ajo Seco	2,80
Tierno	0,65
Apio	0,70
Acelgas	0,50
Batata	1,00
Borrajá	1,00
Brócoli	0,55
Brécol	0,80
Calçots	0,12
Calabaza	0,50
Calabacín	1,10
Cardo	0,90
Alcachofa	1,30
Cebolla Seca	0,60
Figueras	0,75
Tierna	0,80
Pepino	1,25
Col Repollo	0,70
Bruselas	1,20
Lombarda	0,45
China	0,70
Coliflor	1,00
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,35
Larga	0,50
Otras	0,70
Endivia	1,10
Escarola	0,70
Espárragos Blancos	5,00
Verdes	6,20
Espinaca	0,70
Haba	1,60
Hinojo	1,30
Perejil	0,50
Judía Bobi	4,00
Perona	3,00
Fina	1,80
Otras	3,50
Nabo	0,90
Zanahoria	0,55
Patata Blanca	0,65
Temprana	0,50
Roja	0,60
Pimiento Lamuyo	1,30
Verde	1,40
Rojo	1,30
Guisante	5,00

Puerro	1,15
Rábano	0,40
Remolacha	0,50
Tomate Maduro	0,70
Verde	1,20
Chirivía	1,10
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	5,00
Rovellón-Níscalo	8,00
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 6 al 12 de noviembre de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	3,50
Mandarina Clementina	1,20
Limones	1,25
Manzana Golden	1,00
Naranja Navelina	0,75
Pera Blanquilla	1,40
Plátanos	1,30
Uva Blanca	1,80
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	2,50
Lechuga	0,45
Cebolla	0,55
Coliflor	0,70
Escarola	0,90
Judía Verde	5,00
Lombarda	1,10
Patatas Calidad	0,54
Pimientos Verdes	2,00
Tomate Maduro	0,90
Verde	1,60
Zanahoria	0,60

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 28 de noviembre al 4 de diciembre de 2022. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,47
Almendra	8,25
Castaña	5,01
Cereza / Picota	21,00
Ciruela	1,10
Chirimoya	2,59
Dátil	5,86
Fresa / Fresón	7,38
Granada	1,43
Kaki Pérsimon	1,65
Kiwi / Zespri	2,90
Lima	2,70
Limón	1,20
Mandarina Clementina / Fortuna / Nadorcott	1,18
Satsuma / Ckitsu / Clauselina / Rufina / Chupi	1,05
Clemenules	1,25
Mango	2,70
Manzanas O.V.	2,05
Pink Lady	2,36
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,56
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,31
Royal Gala / Cardinale	1,41
Granny Smith	1,86
Starking / R. Chief / Gloster / Galaxia	1,55
Melón / Galia / Coca	1,53
Membrillo	1,25
Mora	16,78
Naranja Navel	0,92
Valencia Late / Miaknight	0,82
Navelina	0,77
Salustiana	0,70
Nuez	4,82
Papaya	3,55

Pera Conferencia / Decana	1,30
Ercolini / Etrusca	1,88
Blanquilla o Agua	1,22
Limonera	1,19
Piña	1,06
Plátano	1,56
Banana	1,04
Pomelo / Rubi Start	1,21
Uva	2,73
Otros Frutos Secos	12,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,80
Ajo Seco	2,66
Alcachofa	1,49
Apio	1,10
Berenjena	1,28
Batata / Boniato	1,11
Brócoli / Brecol	1,82
Calabacín	0,95
Calabaza / Marrueco	0,78
Cardo	1,25
Cebolla / Chalota	0,74
Cebolleta	1,06
Champiñón	2,09
Col Repollo	0,68
Lombarda	0,75
Coliflor / Romanescu	0,85
Escarola	0,90
Endivia	2,13
Espárrago Verde	5,75
Espinaca	1,52
Guisante	5,20
Judía Verde Fina (Brasileña)	6,42
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	2,99
Boby / Kora / Striki	2,50
Lechuga O.V.	0,66
Cogollo	1,69
Iceberg	0,74
Nabo	0,86
Pepino	1,21
Perejil	1,33
Pimiento Verde	1,08
Rojo (Asar)	1,21
Puerro	1,21
Rábano / Rabanilla	2,16
Remolacha	1,75
Seta	5,31
Tagarnina / Cardillo	2,35
Tomate O.V.	1,13
Cherry	1,96
Daniela	0,95
Zanahoria	0,84
Hierbabuena	2,45
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,72
Añeja	0,57

Mercalaspalmas

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

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	5,22
Fuerte	4,89
Otras Variedades	5,45
Albaricoque Otras Variedades	2,45
Almendra	1,50
Caña de Azúcar	1,00
Carambola	2,95
Cereza Picota	6,45
Chirimoya Otras Variedades	3,70
Ciruela Otras Familia Black	1,85
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nou	2,35
Fresa	9,95
Fresón Otras Variedades	9,95
Granada Otras Variedades	2,05
Guayaba Otras Variedades	2,75
Higo Chumbo	2,45
Seco	3,45
Kaki Rojo Brillante o Persimón	2,45
Otras Variedades	2,45
Kiwi Kiwigold	5,95
Pulpa Verde	4,45
Limón Fino o Primafiori	0,97
Otras Variedades	1,01
Verna	1,02
Mandarina Clemenule	1,73

MERCADOS NACIONALES

Clemenule.....	1,71
Ortanique.....	1,73
Manga Kent.....	3,45
Mango Tommy Atkins.....	1,75
Manzanas Fuji.....	1,65
Golden.....	1,85
Royal Gala.....	1,85
Granny Smith.....	1,85
Otras Variedades.....	1,60
Staking o Similares.....	1,75
Reineta.....	2,05
Melón Piel de Sapo.....	1,85
Membrillo Común.....	1,75
Naranja Valencia Late.....	1,18
Otras Variedades.....	1,17
Lane Late.....	1,21
Navelina.....	1,21
Navel.....	1,17
Navel Late.....	1,20
Nuez.....	3,70
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	2,20
Papayón (2-3 kg/ud).....	1,40
Pera Conferencia.....	1,75
Ercolini / Morettini.....	1,99
Otras Variedades.....	1,95
Limonera.....	1,85
Piña Golden Sweet.....	5,05
Plátanos Canarias Primera.....	1,45
Canarias Segunda.....	1,30
Canarias Extra.....	1,60
Pomelo Rojo.....	1,35
Amarillo.....	1,30
Sandía Con Semilla.....	1,85
Sin semilla.....	1,87
Uva Blanca, Otras Variedades.....	1,75
Red Globe, Roja.....	1,95
Italia o Ideal.....	2,95
Aledo.....	2,23
Resto de frutas.....	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon.....	1,45
Ajo Blanco.....	2,45
Morado.....	2,57
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95
Apio Verde.....	1,80
Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada.....	0,71
Berros.....	1,86
Boniato o Batata.....	1,25
Brócoli, Brecol o Brócoli.....	2,79
Calabacín Blanco.....	2,48
Verde.....	0,55
Calabaza de Verano.....	0,64
De Invierno.....	0,64
Cebolla Grano Oro o Valenciana.....	0,76
Morada.....	1,15
Recas o Similares.....	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna.....	0,95
Col China o Pekinensis.....	1,75
Lombarda o Repollo Rojo.....	1,35
Repollo Hojas Rizadas.....	0,45
Coliflor.....	2,23
Escarola Rizada o Frisée.....	1,49
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Espinacas.....	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Roja.....	2,50
Guisante.....	3,45
Hinojo.....	2,45
Judía Verde Boby.....	1,57
Verde Otras Variedades.....	2,50
Verde Elda.....	4,95
Lechuga Otras Variedades.....	0,30
Romana.....	0,48
Maíz o Millo.....	0,71
Nabo.....	0,95
Pepino Corto o Tipo Español.....	0,75
Largo o Tipo Holandés.....	1,00
Perejil.....	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	1,75
Rojo Lamuyo.....	1,59
Verde Italiano.....	2,27
Verde Padrón.....	2,97
Otras Variedades.....	1,23
Puerro.....	2,50
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.....	1,41
Liso Rojo Canario.....	1,00
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	1,66
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.....	1,07
Blanca Spunta.....	1,58

Otras Variedades.....	0,95
Roja Otras Variedades.....	1,25

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 6 al 12 de diciembre de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	3,00
Mandarina Clementina.....	1,45
Limonas.....	0,95
Manzana Golden.....	1,39
Roja.....	1,31
Naranja Navelina.....	1,01
Pera Blanquilla.....	1,76
Piñas.....	0,95
Plátanos.....	1,32
Uva Blanca.....	1,38
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas.....	2,93
Lechuga.....	0,75
Cebolla.....	0,51
Coliflor.....	0,62
Escarola.....	1,00
Judía Verde.....	4,50
Lombarda.....	0,60
Patatas Calidad.....	0,60
Pimientos Verdes.....	1,35
Tomate Verde.....	1,42
Zanahorias.....	0,55

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 6 al 12 de diciembre de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	2,44
Mandarina Clementina.....	1,08
Limonas.....	1,02
Manzana Golden.....	1,27
Roja.....	1,36
Naranja Navelina.....	0,45
Pera Blanquilla.....	1,50
Piñas.....	0,97
Plátanos.....	1,19
Uva Blanca.....	1,72
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas.....	2,68-2,20
Lechuga.....	0,54-0,53
Cebolla.....	0,57-0,56
Coliflor.....	0,84-0,82
Judía Verde.....	1,82-2,42
Patatas Calidad.....	0,70
Comunes.....	0,58-0,52
Pimientos Verdes.....	0,87-1,01
Tomate Maduro.....	0,76-0,91
Verde.....	1,12-1,13

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 6 al 12 de diciembre de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	2,00-2,25
Mandarina Clementina.....	0,90
Limonas.....	0,90
Manzana Golden.....	0,90
Roja.....	1,20
Naranja Navelina.....	0,50
Pera Blanquilla.....	0,90-1,25
Piñas.....	1,00-1,10
Plátanos.....	1,30-1,00
Uva Blanca.....	1,40-2,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas.....	0,50-1,25
Lechuga.....	0,50
Cebolla.....	0,55-0,50
Coliflor.....	0,90
Escarola.....	0,75-0,80
Judía Verde.....	5,50-5,00
Lombarda.....	1,00
Patatas Calidad.....	0,60
Pimientos Verdes.....	1,00-1,40
Tomate Maduro.....	0,50-0,60
Verde.....	1,00-1,25
Zanahorias.....	0,70

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 7 de diciembre 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.....	305,00
Rubia.....	310,00
Forraje Avena.....	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Piense -62 kg/hl.....	296,00
Piense +62 kg/hl.....	301,00
CENTENO	
Centeno.....	296,00
GIRASOL	
Pipa Alto Oléico.....	S/C
Pipa de Girasol.....	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero.....	312,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%.....	430,00
Duro Proté=12%.....	420,00
Extensible Chamorro.....	382,00
Forrajero.....	322,00
Gran Fuerza w 300.....	412,00
Media Fuerza w -300.....	402,00
Panificable.....	332,00
Triticales.....	316,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano.....	440,00
Yero Grano.....	410,00

Lonja de León

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

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso.....	315,00
Cebada.....	300,00
Triticale.....	300,00
Centeno.....	290,00
Avena.....	295,00
Maíz.....	312,00
FORRAJES (30/11)	Euros/Kg
Alfafa	
Paquete Rama.....	300,00
Paquete Deshidratado.....	380,00
Paja 1ª (Cebada).....	54,00
Veza Forraje de 1ª.....	240,00
Forraje.....	180,00
PATATAS	Euros/Kg
Agria.....	350,00
Jaerla.....	S/C
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
Redonda.....	1,35

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 7 de diciembre 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa.....	265,00
CEBADA	
Importación.....	318,00
Nacional P.E. (62-64).....	328,00
CENTENO	
Centeno.....	S/C
COLZA	
Importación 34/36%.....	405,00
GARROFA	
Harina.....	250,00
Troceada.....	260,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha.....	368,00
GIRASOL	
Importación 34%.....	365,00
Semillas de Girasol.....	580,00
Torta de Girasol.....	S/C
Importación 28/3.....	295,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación.....	386,00
Importación.....	310,00
Importación CE.....	324,00
MUO	
Importación.....	600,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%.....	565,00
Harina Soja Nacional 47%.....	565,00
Aceite Crudo de Soja.....	1.207,00
Salvados de Soja.....	328,00

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 28 de noviembre al 4 de diciembre de 2022. Precios origen. Semana 48/2022.

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 Todo Limón (Murcia): 0,35-0,40 €/Kg

Sin cambios ni en origen ni destino. La estabilidad es la nota más característica de la campaña actualmente. Impera la tensión en origen por la merma de cosecha y el aumento de costes para el productor (fertilizantes, energía...). Y también impera por el comercio el criterio de prudencia ante el aumento de costes que también afecta a los almacenes (luz, envases...), la incógnita del consumo y la presión de los supermercados. En conclusión, el resultado es un equilibrio tranquilo y estable, que genera un escenario donde no hay sitio para la especulación.

POMELO

Pomelo Rojo (Murcia): 0,26-0,30 €/Kg

El mercado de los pomelos sigue dando muestras de pesadez a pesar de que la oferta global es moderada con volúmenes procedentes de España limitados, llegadas de Israel muy inferiores (-50%) a la temporada anterior. Tampoco hay presencia significativa de pomelo turco. Además, como es habitual en estas fechas, los lineales se llenan de frutas más típicas de la Navidad (mandarinas, piñas, frutas exóticas...) que hacen que la demanda de pomelos se ralentece aún más. En el mercado de los pomelos tropicales, las primeras llegadas de Florida han llegado al mercado europeo esta semana. Se han vendido muy rápidamente en los mercados mayoristas a precios altos y muy superiores a los de 2021.

SORGO	
Importación.....	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos.....	315,00
Forrajero.....	339,00
Panificable, mín. 11.....	349,00
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.....	7.300,00
PIÑÓN	
Castilla.....	52.000,00
Cataluña.....	51.500,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
GUISANTE	
Forrajero.....	S/C
Forrajero	
Importación.....	S/C
ACEITE	
Palmiste	
Importación.....	S/C
Crudo	
de Palma.....	S/C

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 22 de noviembre de 2022. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	478,00
Grupo 2.....	473,00
Grupo 3.....	468,00
Grupo 4.....	S/O
TRIGO BLANDO	
Grupo 1.....	S/O
Grupo 2.....	S/O
Grupo 3.....	S/O
Grupo 4.....	350,00
Grupo 5.....	350,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale.....	S/O
Cebada.....	330,00
Avena.....	S/O
Maíz.....	320,00
Sorgo.....	S/C
Habas.....	S/O
Guisantes.....	S/O
Girasol Alto Oleico.....	740,00
Colza.....	S/O
Nota: Escasas operaciones.	
Próxima sesión 13 de diciembre de 2022.	
ALMENDRA	Euros/Tm
Soleta.....	4,04
Floración Tadia Monovarietal.....	4,04
Belona.....	5,70
Guara.....	4,15
Antoñeta.....	S/O
Constantí.....	5,05

Comuna Tradicional.....	3,80
Ecológica.....	S/O
Próxima sesión 13 de diciembre de 2022.	
CÍTRICOS (07/12)	Euros/Kg
NARANJAS	
Navelina Calidad 1ª.....	0,24-0,28
Navelina Calidad 2ª.....	0,20-0,23
Salustiana Calidad 1ª.....	0,24-0,27
Salustiana Calidad 2ª.....	S/O
Industria Grupo Navel.....	0,19-0,20
Industria Grupo Blanca.....	S/C
Los precios son orientativos, en árbol, origen Córdoba. Sin IVA incluido. Para la naranja de industria, los precios son sobre camión.	
Nota: Mercado con escasa actividad. Repetición general de cotizaciones en todas las variedades en fresco. Sube la horquilla inferior de la Navelina calidad 2ª debido a la subida de la naranja para industria. Últimas operaciones de la Navelina calidad 1ª debido a que ya queda poca fruta de esta variedad. la parte superior de las horquillas se corresponde con calibres altos y extras. Importante subida de las cotizaciones para industria.	
Próxima sesión el 13 de diciembre de 2022.	

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 5 de diciembre de 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALMENDRA	
Guara.....	3,60
Comuna Ecológica.....	5,95
Pelona.....	2,75
Belona.....	5,20
Constantí.....	4,75
Vairo.....	3,55
Lauranne.....	3,50
Común.....	3,50
Largueta.....	5,05
Marcona.....	6,85
PIÑÓN	
Alameda.....	52,00
Castilla.....	52,00
AVELLANA	
San Giovanni.....	1,64
Tonda.....	1,79
Corriente.....	1,78
Negreta.....	2,03

Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 12 de diciembre de 2022, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO Blando.....	340,00
Cebada P.E. (+64).....	324,00
Avena.....	323,00
Centeno.....	314,00
Triticale.....	324,00
Maíz (14º).....	327,00

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 48, del 29 de noviembre al 5 de diciembre 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>		
CLEMENTINAS		
Clemenules	0,30-0,35	Alicante
Clemenules	0,36-0,47	Castellón
Clemenules	0,28-0,44	L. Valencia
OTRAS MANDARINAS		
Clemenvilla	0,30-0,55	Alicante
Clemenvilla	0,42-0,45	Castellón
Clemenvilla	0,28-0,55	Valencia
Clemenvilla	0,25-0,47	L. Valencia
Nadorcott	0,70-0,75	Alicante
Nadorcott	0,59-0,76	Valencia
Nadorcott	0,63-0,72	L. Valencia
Ortanique	0,24-0,28	Alicante
Ortanique	0,21-0,23	L. Valencia
Tango	0,70-0,80	Alicante
Tango	0,59-0,85	Valencia
Tango	0,63-0,77	L. Valencia
NARANJAS NAVEL		
Navel Lane Late	0,31-0,38	Alicante
Navel Lane Late	0,33-0,35	Castellón
Navel Lane Late	0,25-0,36	Valencia
Navel Lane Late	0,23-0,32	L. Valencia
Navelina	0,19-0,25	Alicante
Navelina	0,20	Castellón
Navelina	0,16-0,25	Valencia
Navelina	0,18-0,25	L. Valencia
Washington Navel	0,19-0,25	Valencia
Washington Navel	0,19-0,25	L. Valencia
NARANJAS BLANCAS		
Salustiana	0,24-0,25	Alicante

Salustiana	0,24	Castellón
Salustiana	0,21-0,23	Valencia
Salustiana	0,18-0,25	L. Valencia
LIMÓN FINO		
Limón Fino	0,30-0,37	Alicante
POMELO ROJO		
Pomelo Rojo	0,20-0,30	Alicante
FRUTAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Kaki Rojo Brillante	0,36-0,54	Valencia
Granada Mollar	0,54-0,60	Alicante
Uva Mesa Aledo	0,60-0,70	Alicante
HORTALIZAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,42-0,55	Alicante
Alcachofa Consumo Fresco	0,40-1,20	Alicante
Consumo Fresco	0,78-1,70	Castellón
Consumo Fresco	1,06-1,50	Valencia
Industria Corazones	0,30-0,73	Alicante
Industria Perolas	0,18-0,21	Alicante
Industria Troceado	0,33-0,36	Alicante
Apio Verde	0,18-0,34	Alicante
Berenjena Rayada	1,16-1,29	Alicante
Boniato Rojo	0,29-0,69	Alicante
Blanco	0,54-0,86	Castellón
Calabacín	0,69-0,99	Alicante
Blanco	1,00-1,80	Castellón
Calabaza		
Redonda	0,52-0,60	Alicante
Redonda	0,62-0,79	Valencia
Tipo Cacahuete	0,26-0,36	Alicante
Tipo Cacahuete	0,44-0,66	Valencia

Cebolla Tierna (Manojo 3 uds)	0,82-0,84	Alicante
Tierna	0,90	Castellón
Tierna	0,53-0,70	Valencia
Col China	0,50-0,55	Castellón
Lombarda	0,30-0,35	Castellón
Brócoli	0,40-0,77	Alicante
Brócoli	0,42	Castellón
Brócoli Industria	0,20-0,30	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,30-0,40	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,33	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,29-0,39	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,33-0,40	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,25-0,46	Castellón
Coliflor Blanca	0,25-0,46	Alicante
Blanca	0,35-0,78	Castellón
Blanca	0,49-0,54	Alicante
Escarola Hoja Rizada	0,27-0,35	Alicante
Hoja Rizada	0,33-0,67	Castellón
Hoja Rizada	0,29-0,49	Valencia
Hoja Ancha Lisa	0,32	Castellón
Espinaca	0,91-1,20	Alicante
Haba Muchamiel	1,08-1,53	Alicante
Muchamiel	1,70	Castellón
Judía Blanca	3,40-4,50	Castellón
Roja	2,00-5,00	Alicante
Verde Perona	2,97-4,50	Castellón
Verde Boby	2,41-3,66	Alicante
Lechuga Maravilla	0,23-0,51	Castellón
Romana	0,21-0,33	Alicante
Romana	0,15-0,21	Castellón
Romana	0,18-0,26	Valencia
Little Gem	0,24-0,45	Alicante

Iceberg	0,22-0,41	Alicante
Trocadero	0,46	Alicante
Patata Blanca	0,55-0,60	Alicante
Pepino Blanco	0,66-0,99	Alicante
Tomate		
Acostillado	0,77-1,51	Alicante
Redonda Lisa	0,50-0,93	Castellón
Raff	0,85-1,27	Castellón
Valenciano	1,53	Castellón
FRUTOS SECOS		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	3,66-3,76	Alicante
Comuna	3,60	Castellón
Comuna	4,05	Valencia
Largueta	5,16-5,26	Alicante
Largueta	5,60	Valencia
Marcona	6,96-7,06	Alicante
Marcona	6,90-7,30	Castellón
Marcona	7,65	Valencia
Planeta	3,66-3,76	Alicante
INDUSTRIALES		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	4,15-4,75	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	4,90-5,00	Castellón
Oliva Virgen Extra	5,10-5,15	Castellón
Garrofa Entera	1,00-1,35	Castellón
MIEL		
De Azahar	3,80-4,00	Castellón
De Milflores	3,20-3,40	Castellón
De Romero	4,40-4,50	Castellón

LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Guisantes.....	S/C
Garbanzo	
Pedrosillano.....	1.250,00
Lenteja Armaña (IGP).....	1.600,00
OLEAGINOSAS	
Girasol (9-2-44).....	S/C
Girasol Alto Oléico.....	S/C
Colza.....	S/C
FORRAJES	
Avena Forraje.....	S/C
Paja Paquete Grande.....	58,00
Alfafa Empacada.....	S/C
Veza.....	S/C

Lonja de Segovia

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

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa	
Empacada.....	207,00
Avena.....	297,00
Cebada	
Nacional de 62 Kg/Hl.....	300,00
Centeno.....	289,00
Girasol.....	S/C
Girasol 9-2-44.....	570,00
Paja	
Empacada.....	55,00
Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl.....	315,00

Lonja de Toledo

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

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero.....	306,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	306,00
Pienso -62 kg/Hl.....	298,00
AVENA	
Rubia.....	302,00
Pienso.....	302,00
TRIGO	
Duro Pr>12.....	S/C
Pienso +72 Kg/Hl.....	326,00
Fuerza +300w +14 pr.....	423,00
Fuerza -300 +12,5 pr.....	394,00
Panificable	
Pr>11, W<200.....	345,00
Chamorro.....	393,00
Triticale.....	308,00
Centeno.....	S/C
Guisante.....	388,00
Yeros.....	S/C
Garbanzo	
sin limpiar.....	850,00
Veza.....	S/C

NOTA: La oferta continúa aumentando en el mercado de cereales, si bien la operativa sigue siendo muy escasa. De-

manda destinada a la reposición de mercancía y descensos en las cotizaciones de todos los productos.

Próxima reunión el 16 de diciembre de 2022.

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 5 de diciembre de 2022. Campaña 2022-2023.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	0,20-0,28
Navel.....	0,21-0,28
Navel Lane Late.....	0,25-0,37
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett.....	Sin operaciones
GRUPO SANGRE	
Sanguelini.....	Sin operaciones
GRUPO BLANCAS	
Salustiana.....	0,20-0,27
Barberina	
..... y Mid-night.....	Sin operaciones
Valencia Late.....	Sin operaciones
GRUPO MANDARINAS	
Euros/Kg	
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki.....	Sin existencias
Okitsu.....	Sin existencias
Owari.....	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenubí, Orogrós	
..... y Basol.....	Sin existencias
Orunules.....	Sin existencias
Marisol.....	Sin existencias
Mioro.....	Sin existencias
Arrufatina.....	Sin existencias
Clemenules	
Orogrande.....	0,32-0,44
Hernandina.....	Sin operaciones
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla.....	0,28-0,51
Tango.....	0,75-0,80
Nadorcott.....	0,70
Ortanique.....	0,23-0,25
Orrí.....	Sin operaciones
Nota: Continúa el buen ritmo de recolección.	
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 7 de diciembre 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
Gladio 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,	
disp. Valencia.....	1.050,00-1.100,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disp. Valencia.....	1.100,00-1.200,00
Guadamar Extra,	
disp. Valencia.....	1.100,00-1.200,00
Largo Índica,	
disp. Valencia.....	1.100,00-1.200,00
Precios por tonelada a granel.	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia.....	290,00-295,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia.....	470,00-480,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia.....	510,00-520,00
CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Maíz Importación,	
disp. Puerto Valencia.....	S/C
Maíz Nacional,	
destino Valencia.....	S/C
Cebada	
Nacional, dest. Val.....	Sin operaciones
Avena Rubia,	
dest. Valencia.....	Sin operaciones
Blanca, dest. Valencia.....	Sin operaciones
Guisantes Nacional,	
dest. Valencia.....	Sin operaciones
Veza Importación.....	Sin operaciones
Semilla Algodón,	
destino Valencia.....	525,00-530,00
Trigo Pienso Nacional,	
Tipo 1.....	S/C
Tipo 2.....	S/C
Tipo 3.....	S/C
Tipo 4.....	S/C
Tipo 5.....	S/C
Trigo importación.....	S/C
Precios por tonelada a granel.	
TURTOS Y HARINAS	
Euros/Tm	
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona.....	554,00
disponible Cartagena.....	564,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona.....	S/C
disponible Cartagena.....	S/C
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona.....	S/C
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia.....	S/C
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida.....	Sin operaciones
14% prot., Aragón/Lérida.....	Sin operaciones
B. Balas s/calidad A./Lér.....	Sin operaciones
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona.....	30,00-301,00
disponible Andalucía.....	270,00-272,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	

disponible Tarragona... 370,00-372,00	
Palmiste,	
disp. Valencia.....	Sin operaciones
Harina de Colza, dest. Valencia.....	Sin operaciones
Gluten Feed,	
disp. Valencia.....	330,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia.....	385,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona.....	372,00-374,00
Import. disp. Andalucía.....	375,00-376,00
Import. disp. Albal.....	365,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia.....	314,00
Hojas, destino Valencia.....	S/C
Terzerillas, destino Valencia.....	S/C
Precios por tonelada a granel.	
GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm	
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia.....	1.100,00-1.300,00
Zona Alicante.....	1.100,00-1.300,00
Zona Castellón.....	1.000,00-1.300,00
Zona Tarragona.....	1.000,00-1.300,00
Zona Murcia.....	Sin operaciones
Zona Ibiza.....	800-1.000,00
Zona Mallorca.....	1.500,00-1.750,00
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.....	12.000,00-15.000,00
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.....	1.850,00
Negras.....	1.500,00
Garrofin.....	2.750,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46.....	1.900,00
Nuevos 34/36.....	2.550,00
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	
-------------------	--

MERCADOS NACIONALES

res a los vigentes en el continente, y a su llegada se reducen un poco más por el fortalecimiento del euro frente al resto de divisas. En todo el mundo, las dudas sobre la evolución de la economía y el comportamiento incierto de la demanda china, junto con las cosechas que se recogen en el hemisferio sur, alimentan los descensos. Así las cosas, los precios descienden en los puertos de llegada del grano importado y la demanda se fija más en él que en la producción interior, que alentada por el cambio de tendencia debería incrementar sus intenciones de venta si los cálculos fiscales de sus productores lo permiten.

PATATAS	Euros/Kg
Consumo	
Fresco Libre	33,00
Industria	
Frito Conservación	23,00
Frito Sin Conservación.....	19,00
Congelado Rojas	16,10
Congelado Blancas	15,10

Comienza el mes de diciembre con repetición en el precio de la patata de consumo en fresco pese a la escasa actividad en las operaciones comerciales.

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.....	3,00
Ostra Bandeja.....	3,60
Seta Shii-Take Granel.....	5,00

Todas las categorías de hongos han repetido precios esta semana, en la que ya se advierte la falta de dos días hábiles en la próxima semana a la hora de satisfacer las necesidades de los consumidores.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga	
Amarilla	0,75
Verde	0,45
Borrajá.....	0,50
Lechuga Rizada.....	2,70
Cogollos	2,00
Escarola	9,00
Apio.....	0,40
Cardo	0,25
Repollo Hoja Rizada	0,30
Coliflor.....	5,70
Brócoli	0,63
Romanesco	6,00
Alcachofa	
Fresco	2,75

Zanahoria Industria 9,00 En la semana previa al puente de diciembre, la actividad se reduce al mínimo en los almacenes hortícolas cubriendo las cortas necesidades que marca el consumidor. Los precios mejoran ligeramente en buena parte de las hortalizas, salvo en el caso del romanescu, que durante esta semana anota un importante incremento en el número de existencias, lo que provoca otra caída en su cotización. Se han empezado a recoger los primeros kilos de zanahoria con destino a industria, con un precio concertado de unos 90 €/t.

FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO PERA	
Ercolini 50+	0,55
Limonera 60+	0,55
Blanquilla DOP	0,60
Blanquilla 58+	0,58
Conferencia DOP Palot	0,60-0,70
Conferencia Palot.....	0,55-0,65
Industria	0,08
GRUPO MANZANA	
Royal Gala 60+	0,55
Golden 70+	0,65

(* Los precios percibidos por el agricultor en palot son precios de cosecha. Comienza el mes de diciembre con unos precios que se mantienen estables y con una coyuntura que continúa con la misma dinámica; escasa demanda y, por lo tanto, pocas ventas. Las cámaras de frío continuarán cerradas hasta después de las fiestas navideñas, donde se verá si mejora el consumo de fruta de pepita, como viene siendo lo habitual en años anteriores.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRA	
Común.....	0,67
Largueta	1,17
Marcona	1,52
Floración Tardía	1,28
Ecológica	1,40

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 28 de noviembre al 4 de diciembre de 2022.

CEREALES

■ **De invierno:** **Almería:** En la comarca de **los Vélez** se realiza la siembra de los **cereales de invierno**, en muchos casos sin aplicarse abonado de fondo. **Cádiz:** La campaña de siembra del **cereal** está empezada en toda la provincia. Se estima que en la comarca de la **Sierra** un 60% de las fincas han abonado en fondo. **Córdoba:** Durante la semana se han generalizado las siembras de **cereales de invierno** en la provincia, aprovechando el tempero de la tierra tras las ligeras precipitaciones de la semana anterior, además de que es la época ideal para sembrar y hay previsiones de lluvias para los próximos días. En la mayoría de los casos se ha sembrado sin hacer un previo abonado de fondo, a la espera de ver cómo evolucione el tiempo y, en caso favorable, se adelantará la aplicación del abono de cobertera. Los **cereales sembrados** antes de las lluvias se encuentran en fase de desarrollo de las hojas tras la nascencia. **Granada:** En las comarcas de **Alhama, La Vega y Montefrío**, las siembras de **cereal** han comenzado, una gran parte de ellas no han aplicado abonado de fondo. **Huelva:** En esta última semana las siembras han sido generalizadas en las parcelas donde se ha podido entrar. Las dosis de siembra de semilla y variedades más empleadas están siendo, en **trigo duro Don Ricardo**, a 220 kg/ha, **trigo blando con Tujena**, a 220 kg/ha y en **triticales**, la **Saleroso**, a 220 kg/ha. **Jaén:** Han comenzado las siembras en algunas zonas de la provincia. Sobre todo, el **trigo duro** y las **cebadas**. No se ha abonado en fondo en muchas parcelas a la espera de aplicar urea en cobertera. Las lluvias en zonas como **La Campiña Norte** están siendo un 70% inferiores a la media histórica. **Málaga:** La campaña de siembra lleva cierto retraso, entre veintidós días y un mes, en la comarca **Norte**. **Sevilla:** Ya casi en el límite de su calendario, pero finalmente se generalizan las labores de siembra de **cereales** aprovechando el tempero dejado por las lluvias caídas. Con la humedad del terreno se produce la germinación y nascencia de las parcelas sembradas recientemente. Se pueden observar las labores de siembra de **cereales** y **leguminosas** de invierno en gran parte de los secanos, pero también en bastantes parcelas de regadío e incluso en algunas parcelas de la zona arrocerá.

LEGUMINOSAS

Cádiz: La campaña de siembra de **leguminosas** ha comenzado en la provincia, en las **habas**, una de las variedades es **Haboncillo de Jerez**, con dosis de siembra de unas 90 kg/ha y en la **avena** se emplean variedades comunes, con dosis de unos 180 kg/ha. **Granada:** Las **avenas** se han sembrado con dosis de unos 150 kg/ha. Previsión es una de las más empleadas. No llevan abonado de fondo. Se están sembrando **vezas** y mezclas forrajeras. Las **habas** se encuentran sembradas en algunas zonas y se está esperando su nascencia. **Jaén:** Las **vezas** se están sembrando, así como **habas** para alimentación animal. Los **guisantes** todavía no han comenzado. **Sevilla:** En la comarca de **La Vega** se observan parcelas de **habas** para cumplir condicionalidad y **Haboncillo de Jerez** para piensos. Hay parcelas ya nacidas con las primeras hojitas fuera. Hay un buen número de parcelas de mezclas forrajeras sembradas, pero son pocas las que se pueden ver emergidas, el resto aún no lo ha hecho.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

Sevilla: Comienza la siembra de la **patata temprana** en la **Marisma**, aparentemente con escasa merma de superficie en este caso respecto de años anteriores. La **patata extratemprana** viene desarrollando los brotes y cerrando los lomos, la tardía se encuentra en tuberización.

CULTIVOS INDUSTRIALES

Arranca en la provincia de **Sevilla** la preparación de las parcelas para la siembra de la **remolacha azucarera**, aunque con incertidumbre, ya que no está lloviendo como para poder almacenar agua en el suelo y sembrar con garantías.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Al aire libre:** **Cádiz:** En la comarca **Costa Noroeste** se están plantando **lechugas romanas** con una densidad de plantas de unas 30.000 por hectárea. Se les ha aplicado 15 tn/ha de estiércol en fondo. Se está recolectando **zanahoria** en manojos, con un peso estimado de unos 800 gramos para las primeras de la campaña de otoño. Las **cebollitas** y **cebollas blancas tiernas** también están saliendo de las parcelas de la zona de **Conil**. El resto de parcelas se encuentran en fase de engorde del bulbo. **Jaén:** La fenología de las parcelas más avanzadas de **ajos Spring** avanza con unas 5-6 hojitas. Los **ajos morados** están sembrándose. El terreno está seco y el cultivo necesita humedad. **Málaga:** En la **comarca Norte**, la campaña del **ajo Spring blanco** ha comenzado en el mes de octubre. Como abonado de fondo llevan complejos como 20-5-10, con dosis de unos 500 kg/ha. Los **ajos morados** no han iniciado la siembra. Se ha producido una reducción de superficies del 25% respecto a otras campañas. Las **cebollas** más adelantadas se encuentran con desarrollo de hojas, otras están en fase de nascencia y las más tardías están por nacer. **Sevilla:** Desarrollo de la mata de las **alcachofas** y aparición de los frutos, en la mayoría de los casos sobre plantaciones de dos y hasta tres años reaprovechadas. Se realiza la plantación escalonada de las **lechugas**. Se produce la germinación y primeras hojas en las parcelas de **ajos** y **cebolla temprana**. Preparación de los lomos, siembra y germinación de las parcelas de **zanahorias**. ■ **Protegidos:** **Almería:** En los invernaderos del **Poniente Almeriense**, continúan las recolecciones de **pimientos** de todas las variedades y las labores de mantenimiento de las matas, en función del precio se corta o se mantiene el **pimiento** en la planta. En **tomate**, las plantaciones continúan con el desarrollo de las matas, las plantaciones más tempranas desuelgan los tallos, después de haber recolectado los frutos de la parte inferior del tallo. Se realizan labores de destalle, deshojando en la parte inferior de los tallos, entutorado y recolecciones. Las plantaciones de **berenjenas** están vegetando con normalidad, floreciendo, cuajando y engordando los frutos, se encuentran en el inicio de recolección y las más tempranas en plena recolección. En **pepino**, las plantaciones van arrancando los cultivos agotados, que se sustituirán por otro cultivo de **pepino** u otra hortaliza, el resto de invernaderos trasplantados más recientemente tienen instaladas en su mayoría doble cubierta y manta térmica para aumentar la temperatura y acelerar así el desarrollo vegetativo. En otros invernaderos están en plena recolección. En **calabacín**, algunas plantaciones se están arrancando al haberse terminado su ciclo productivo, otros se encuentran en recolección y otros acaban de trasplantar, cubriendo con manta térmica las líneas de plantación para resguardarlas del frío y posibles picaduras de mosca blanca. En los invernaderos de la zona de **Níjar**, esta campaña se ve bastante **tomate** plantado en la comarca. Recolectación generalizada de todos los tipos de **tomate**. Continúan las producciones altas, aunque debido a la bajada de temperatura en las próximas semanas bajará la producción. Los invernaderos de **berenjenas**, se encuentran en la fase de floración y recolección. Junto al **tomate** es de **calabacín** de lo que más se observan plantaciones. En cambio, no hay mucha producción, porque muchas plantas se arrancan antes de dar toda su producción por culpa de las virosis y por el frío. Se ven algunas plantaciones nuevas protegidas con manta térmica. Muchas plantaciones de **pepinos** están acabando su ciclo productivo de forma natural y otras por presencia de virosis, en general las transmitidas por pulgón y mosca blanca. En el levante almeriense, continúa la recolección de **calabacín**, en plantaciones realizadas tanto bajo malla como bajo plástico. En las parcelas en las que el cultivo ha finalizado, se está llevando a cabo el arranque y la limpieza de los restos. **Cádiz:** En los invernaderos se están recolectando **pimientos Italianos**. Los tapines blancos se encuentran en estado fenológico de engorde y recolección, con ataques de araña roja puntualmente. Se están regando unos 20 minutos al día. Los **tomates verdes** para ensalada se han plantado con una densidad de 2 plantas/m² y los de pera en la misma proporción. Los más avanzados se encuentran en recolección. En algunas parcelas de la **campiña de Jerez** se están sembrando **coliflor** y en otras **brócolis**, se están pasando las plántulas del semillero a la fase de terreno de asiento. **Huelva:** En las plantaciones de **fresas** del **Condado Campiña** y **Condado Litoral** se ha iniciado la recolección en las variedades extratempranas, como la **San Andrea**, que se plantaron a primeros de septiembre. En general las extratempranas presentan unas mermas del 7-8% en su producción. En algunas zonas comienza un segundo repaso de recolección. El

resto de variedades siguen en fase de floración, cuaje y engorde de fruto. Se podría decir que el cultivo lleva un adelanto de alrededor de una semana debido a la favorable climatología en octubre y noviembre. Se observan invernaderos de variedades como la **Rociera** y la **Victoria**, con una densidad de unas 60.000-64.000 plantas por hectárea. Continúa la recolección de **frambuesas** de variedades remontantes y cotizaciones a la baja, que unido a los elevados costes del cultivo pone en peligro la rentabilidad de muchas explotaciones. Se aplican en algunos invernaderos abonados de tipo 0-40-13, abonos nitrogenados y compuestos ternarios N-P-K líquidos aplicados por fertirrigación. En las comarcas **Condado Litoral** y **Condado Campiña** se observan mayoritariamente parcelas de **arándanos** con variedades, como la **Ventura**, que se encuentran ya en plena producción (plantas de 6 años y bastante hechas). Otras variedades como la **Manila Blue** se encuentran también evolucionando en su floración. En su ciclo llevan un adelanto de entre diez y doce días por las elevadas temperaturas del mes de octubre.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** El estado fenológico de las plantaciones de **almendros** es el de caída de la hoja y reposo invernal. Hay fincas en las que se realizan trabajos de poda y trituración de restos.

En las plantaciones de **pistachos** de **Jaén**, el estado fenológico del cultivo es de caída de hojas, entrando en reposo vegetativo con el cambio de temperaturas de las últimas semanas. Una vez recolectadas las plantaciones, a finales de octubre, se dio una aplicación de oxiclóruo 50% preventiva de enfermedades fúngicas. Se pueden estimar en la provincia unas 1.000 has de pistacho. En la **Comarca Sierra Sur (Zona Alcalá la Real)**, hay unas 220 has, se trata de plantaciones nuevas, con un máximo de 5 años de antigüedad y rendimientos de unos 200 kg/ha; **Comarca Campiña Norte** (Zona Lopera) 30 has, las más productivas de la provincia con 1.000 kg/ha en secano con 6 años de antigüedad. ■ **Frutales subtropicales:** **Granada:** La campaña del **aguacate** se está desarrollando con menos producción, las mermas son muy importantes. Está habiendo falta de calibre comercial y, en consecuencia, los precios están bajando. La variedad **Bacon** está finalizada y se recogen **Fuerte** y **Hass**. No se está abonando en estos momentos ya que no hay riegos y tampoco se trata la poca mosca de la fruta que se ha visto, sólo se emplea el método de trapeo. La campaña de los **mangos** en la zona de **Almuñécar-Salobreña** ha finalizado para el **mango Keitt** hace 15 días y para el **mango Osteen** en octubre. Ha habido en algunas zonas menos fruta y más calibre. La producción, para marcos 3x3m del primero ha sido de 8 kg/pie y para el segundo, en parcelas con el mismo marco de plantación, de 10 kg/pie. Hay zonas de la comarca de **La Costa** con la campaña de **chirimoyas** finalizada. Ha comenzado la poda y trituración de restos. Una de las variedades más empleadas es la **Fino de Jete**. Los riegos esta campaña han venido en la zona de **Almuñécar**, del Río Nacimiento o con agua de depuradoras. La calidad ha sido media, con calibres de 2ª predominando y poca 1ª o Extra. Las plantaciones de **nísperos** oscilan entre parcelas con los estambres visibles comenzando floración y otras que se encuentran con todas las flores visibles. Una de las variedades observada es **Tanaca**, con marcos de plantación de 7x6m, y **California** con la misma densidad de árboles. **Málaga:** La campaña de **aguacate** de la variedad **Bacon** ha finalizado. Siguen la variedad **Fuerte** con más parcelas cada vez. La variedad **Hass** está iniciándose, con pesos que se sitúan entre 155-200 gramos por pieza. Las pocas fincas que han terminado están comenzando la poda. La producción este año será un 35-40% menor que otras campañas. No se está abonando ni regando en estos momentos. En las plantaciones de **mangos**, la campaña finalizó hace un mes en zonas de la comarca de **Vélez-Málaga**. Los calibres han oscilado entre 5-6 hasta 12, que es el predominante. Campaña de menor producción y menores calibres. La caída de producción ha sido compensada con la entrada en escena de nuevas plantaciones.

CÍTRICOS

Almería: La recolección de las variedades de **mandarina clementina** temprana se está llevando a cabo a buen ritmo, estando ya muy avanzada, obteniéndose calibres y rendimientos inferiores a años normales y se está iniciando en plantaciones de **mandarina** de media estación. Se sigue cosechando **limón Fino** y en **naranja** se recolecta **naranja temprana** de la variedad **Navelina** y también **pomelo** de la variedad **Star Ruby**. **Córdoba:** El estado fenológico dominante de la **naranja** es el de fruto en engorde en las variedades tardías, inicio del envero en las de media estación y recolección de las tempranas. El frío y la lluvia contribuyen a la mejora de la calidad de la fruta. En la provincia se recolecta la variedad **Navelina**, con rendimientos un 25% inferiores a lo habitual en la zona debido fundamentalmente al menor calibre de la **naranja**, lo que contribuye a que aumente el porcentaje de producción destinada a la industria de zumo. **Huelva:** Se recogen producciones de **Clemenules**, **Ortaniques** y comienzan las **Clemenvilles**. En cuanto a naranja, las **Navelinas**, **Fukumoto** y **Navel Tempranas** van saliendo de las fincas a buen ritmo. Los rendimientos son inferiores a los de otras campañas y se mantienen las cotizaciones positivas, aunque hay fruta con calibres que no son comerciales; lógicamente las de mayor tamaño se cotizan mejor. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de la **naranja** es el de fruto en engorde en las variedades tardías, inicio del envero en las de media estación y recolección de las tempranas. El frío y la lluvia contribuyen a la mejora de la calidad de la fruta.

OLIVAR

Almería: En la comarca de **los Vélez**, la recolección de la **aceituna** en la comarca está ya muy avanzada, debido a la tendencia de estos últimos años a adelantar la recolección, al igual que en otras muchas comarcas andaluzas. Desde la OCA del **Levante-Bajo Alanzora**, comentan que la recolección se encuentra avanzada, ya que se está cosechando antes de lo que suele ser habitual debido al adelanto de la maduración, como consecuencia de las condiciones climatológicas. En las plantaciones más tardías está dando comienzo la maduración de los frutos. **Cádiz:** El estado fenológico más retrasado es J2 (Fruto maduro-pulpa roja). En la comarca de la **Sierra**, zona de **Olvera-Alcalá del Valle-Setenil de las Bodegas**, la campaña del molino está avanzada, ya que hay poca producción. Se estiman mermas del 30-40% respecto a otras campañas. Comenzó con aceites en verde a mediados de octubre y finalizará a finales de diciembre o principios de enero. Los rendimientos grasos están siendo de 16-17%, bajo este año. **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. La recolección del **olivar** de almazara superintensivo está prácticamente finalizada, obteniéndose producciones óptimas, realizándose en la actualidad labores de poda y eliminación de residuos, mientras se generaliza la recolección del olivar tradicional donde se confirma una reducción considerable de la producción. **Granada:** En las comarcas de **Alhama, La Vegay** zonas de **Valle de Lecrín** la campaña comenzó a mediados de noviembre. Se estima una reducción del 60-70% en producción y los rendimientos grasos están siendo del 20%, respecto a otras campañas en las que se llegaba al 22-23% de media. Hay zonas de **olivares** de secano antiguos que no se van a recoger por falta de cosecha. **Jaén:** Ha comenzado esta semana la campaña en muchas explotaciones de **La Loma**, la **aceituna** que predomina es la **Picual**, con marcos de 8x8m y 10x10m, centenarios muchos de los **olivares**. Las mermas se estiman del 55 al 60% de la producción. Es una zona donde predomina el regadío, que este año ha tenido 1.700 m³/ha de dotación. La subida de la energía eléctrica se ha notado en los costes de las explotaciones. En zonas de **Campiña Norte, Campiña Sur** y **Sierra Morena** la campaña lleva unos 15 o 20 días de retraso. La producción se espera que sea un 40-50% inferior a otras campañas. La **aceituna** en los secanos está mal, endeble y sin pulpa. En los riegos están algo mejor, pero la bajada de producción será de un 45-50%. No se han visto ataques de mosca. Los rendimientos están siendo del 15-16%, muy bajos. En zonas de la **Sierra Segura** y **El Condado** la campaña ha comenzado hace unos veinte días. La producción está siendo un 50-60% inferior a otras campañas. Rendimientos grasos del 16-18%. **Sevilla:** El estado fenológico del **olivar** se encuentra en estado de fruto maduro en envero amarilleo y con manchas rojas en la mayoría de los casos. Avanza progresivamente la recolección de la **aceituna** de almazara en la provincia, con una reducción significativa de la producción. En esta ocasión la recolección se está demorando algo más que otros años, buscando que el frío y la lluvia sumen kilos de rendimiento graso a la cosecha. Tras la recolección comienza la poda de las parcelas y destrucción de restos.



CitroFy

Una tecnología de
CITROSOL

CitroFy es un sistema que permite la conexión en tiempo real de todos los procesos y el control de sus parámetros de aplicación, con acceso desde cualquier dispositivo con conexión a internet. La aplicación muestra el consumo de fungicidas, recubrimientos y agua, desde la entrada a la central hasta su expedición, en tiempo real y por lote de fruta. También permite registrar información y generar informes a medida, garantizando una trazabilidad completa de todos los procesos.



Acceso desde cualquier dispositivo con conexión a internet

CitroFy será su mejor aliado en la gestión del tratamiento postcosecha. Descubrirá que CitroFy será una magnífica opción para alargar la vida de sus frutos.



@Citrosol_com



CITROSOL

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com
info@citrosol.com

valencia fruits •
dossier



Información elaborada por Nerea Rodriguez. Foto: Oihana Carton

EUSKADI

BITTOR OROZ / Viceconsejero de Agricultura del Gobierno Vasco

“El sector alimentario vasco se sustenta sobre la diferenciación en calidad de la producción local”

Euskadi es un territorio pequeño cuya superficie agraria apenas supera las 225.000 hectáreas, de las que aproximadamente la mitad corresponde a prados y pastizales. Su producción hortícola supera las 2.250 hectáreas. Tomate, pimiento y lechuga son los tres cultivos destacados de una actividad que en 2022 ha generado 69 millones de euros. Desde el Gobierno Vasco, el viceconsejero de Agricultura, Bittor Oroz analiza para Valencia Fruits la realidad del sector primario euskaldún, un sector que desde hace más de tres décadas se sustenta sobre la diferenciación de la calidad de sus producciones locales.

Valencia Fruits. Nuestra última entrevista fue en junio 2020, en plena pandemia. Dos años después, ¿cómo ha salido el sector agroalimentario ‘euskaldún’ de esta crisis sanitaria y de todo lo que ha supuesto?

Bittor Oroz. La crisis sanitaria ha puesto de manifiesto la importancia de nuestro primer sector y del conjunto de la cadena de valor de la alimentación. Debemos recordar que, con la aparición de la crisis sanitaria y el cierre inmediato de toda actividad no esencial, los temores iniciales pasaron por el desabastecimiento de la población, aunque dichos temores desaparecieron prácticamente de manera inmediata.

En términos generales tanto nuestro primer sector como la totalidad de la cadena alimentaria ha sabido adaptarse a la nueva realidad y ha salido reforzado en cuanto a su proyección como sector estratégico.

En cuanto a la situación general de nuestras explotaciones, entendemos que se ha recuperado. No obstante, no podemos olvidar la situación comprometida que está atravesando nuestro sector ganadero, motivado por la importante subida de los precios de los piensos para el ganado y de otros insumos (carburantes, electricidad, etc.) y que están impactando de manera directa en la rentabilidad de nuestras explotaciones ganaderas.

VF. Sin casi tiempo a recuperarnos, en 2022, el escenario internacional ha generado falta de materias primas, el encarecimiento de los costes generales y una inflación disparada. ¿Cómo está afectando todo esto al sector agroalimentario vasco?

BO. El sector agrario, el de Euskadi, el estatal y el europeo, viene arrastrando estos dos últimos años una grave situación económica, además de la pandemia, también teniendo en cuenta la subida de los precios energéticos y el desabastecimiento de materias primas derivado de la invasión de Ucrania por Rusia.

En este sentido, la invasión de Ucrania está agravando la situación que ya atravesaban buena parte de los sectores agrarios (muy dependientes de insumos externos a la UE), caracterizada por un incremento sostenido de los costes de producción, derivado del aumento de los precios de las materias primas para alimentación animal y de los precios de la energía y de los combustibles. El impacto combinado de estos aumentos de los costes de la energía, los fertilizantes, los cereales y los aceites es especialmente grave para la ganadería.

No obstante, en los últimos meses sí se viene observando una tendencia de subida generalizada de los precios percibidos por agricultores y baserritarras en casi todos los subsectores agroganaderos.

VF. Y desde la Consejería de Agricultura del Gobierno Vasco, ¿qué medidas se han adoptado para ayudar a sobrellevar este complicado periodo?

BO. El Gobierno Vasco ha hecho un esfuerzo muy importante de apoyo al sector que, sin duda, ha contribuido a paliar en buena medida esta difícil situación y a que una gran mayoría de explotaciones haya podido resistir a esta grave crisis.

A este respecto, durante 2022 desde el Departamento, se ha trabajado en torno a tres líneas de apoyo: Ayudas con fondos propios (1,8 millones de euros), ayudas extraordinarias para apoyar a las explotaciones agroganaderas y paliar las dificultades que vienen experimentando a consecuencia del incremento de sus costes de producción derivado de la invasión rusa a Ucrania (14,1 millones) y la realización de compras centralizadas, tal y como ha sido en el caso del pienso.

VF. En 2022, ¿cuáles son las cifras del sector agroalimentario de Euskadi en superficie, volumen y valor?

BO. Euskadi es un territorio pequeño, cuya superficie agraria apenas supera las 225.000 hectá-



Para Oroz, la calidad de los productos locales es su distintivo. / GOBIERNO VASCO



De toda la superficie agraria de Euskadi, aproximadamente la mitad corresponde a prados y pastizales. / ARCHIVO

“El Gobierno Vasco ha hecho un esfuerzo muy importante de apoyo al sector que, sin duda, ha contribuido a que una gran mayoría de explotaciones haya podido resistir a esta grave crisis”

“Euskadi se suma al Pacto Verde Europeo y propone su propia hoja de ruta para lograr un futuro más sostenible”

reas, de las que aproximadamente la mitad corresponde a prados y pastizales.

Respecto a los principales cultivos agrícolas, los cereales ocupan aproximadamente 40.000 ha con una producción total de 275.000 T, el viñedo se extiende en 14.600 ha con una producción de 85.250 hl, la superficie hortícola supera las 2.250 ha y la de patata y remolacha azucarera es de 1.100 hectáreas en cada uno de estos cultivos.

En cuanto al ganado, el número de vacas de leche asciende a 17.500 y las vacas de carne superan las 46.500. El número de ovejas supera las 130.000 cabezas. La producción de leche de vaca sobrepasa los 170.000 millones de litros al año y la de oveja los 9,75 millones de litros. Cabe destacar la producción de huevos con 1.250.000 gallinas ponedoras y 30.000 miles de docenas anuales.

De la producción final agraria, el 57% corresponde a la producción agrícola, el 37% a la ganadera y el resto son de otras producciones, sobre un total de 480 millones de euros. En valor, destaca el viñedo con aproximadamente 100 millones de euros al año, las hortalizas con 69 millones, los cereales 66 millones, la leche de vaca 62 millones, la carne de vacuno 40 millones y los huevos 31 millones.

VF. Ante el Pacto Verde Europeo y la estrategia ‘De la granja a la mesa’ que llega desde Bruselas, ¿cuáles son los retos a los que se enfrenta el sector primario euskaldún para cumplir con lo establecido por la Comisión Europea?

BO. Euskadi se ha sumado al Pacto Verde Europeo y ha propuesto su propia hoja de ruta para lograr un futuro más sostenible. El Basque Green Deal (BGD) recoge los objetivos de reducción de emisiones y de generación de energía renovable, pero no se limita a esos ámbitos, ya que nace como modelo económico con la industria y la tecnología como principales palancas, por lo que ciencia, tecnología, economía circular, industria, transición energética o la propia cadena de la alimentación se alinean con un mismo objetivo: el desarrollo justo y sostenible.

Este modelo competitivo de futuro va a requerir un nuevo contexto normativo para lo que el Gobierno Vasco trabaja ya en una nueva Ley de Transición Energética y Cambio Climático alineada con las directivas e indicadores europeos.

En lo que se refiere a la cadena alimentaria se está trabajando en lo siguientes ejes:

- Programas de apoyo a la agricultura ecológica y el producto KM0
- Iniciativa contra el despilfarro alimentario
- Apoyo al desarrollo rural y litoral
- Relevo generacional en el sector primario

VF. *El sector alimentario en el País Vasco está haciendo un gran esfuerzo para ensalzar las cualidades de su producto local, que es su seña de identidad. ¿Cómo se está llevando a cabo esta valorización?*

BO. La apuesta del Gobierno Vasco y del conjunto del sector alimentario vasco se sustenta, desde hace más de tres décadas, sobre la diferenciación en calidad de nuestra producción local, toda vez que por nuestra dimensión la orientación hacia las grandes producciones no tiene sentido.

Para ello, desde el Gobierno vasco se apoya el trabajo de los productores, elaboradores y de sus agrupaciones, en todos aquellos procesos de mejora, innovación y certificación de producto que apoyan esta estrategia, utilizando herramientas como las diversas Marcas de Calidad (Denominaciones, Indicaciones, Eusko Label, etc.), las Marcas Colectivas, así como el trabajo que los operadores realizan en la apertura de nuevos mercados para nuestros productos, de origen local pero de vocación universal, como por ejemplo nuestra amplia variedad de bebidas (vino de Rioja Alavesa, tres Denominaciones de Txakoli, Euskal Sagardoa, etc.).

“El objetivo básico del FOPE —Plan de Fomento de la Producción Ecológica— es el incremento del número de operadores, transformadores y el consumo local, junto con el aumento de la superficie y de la rentabilidad de la producción ecológica”

VF. *El segundo Plan FOPE —Plan de Fomento de la Producción Ecológica— correspondiente al periodo 2020-2023 sobre concluirá el año que viene. ¿Cuáles son las iniciativas más destacados de este segundo plan? ¿Hay previsión de aprobar el tercer plan? ¿Cuáles serán sus puntos clave?*

BO. El objetivo básico del FOPE es el incremento de número de operadores, transformadores y el consumo local, junto con el aumento de la superficie y de la rentabilidad de la producción ecológica son algunas de las metas a conseguir tanto a medio como a largo plazo.

A partir de ello, se ha avanzado en estos tres años de manera relevante en varios ámbitos de trabajo como son la promoción, la relación con las personas consumidoras en procesos de comercialización y la investigación e innovación en agricultura ecológica, todo ello dentro de un marco de relación y colaboración entre instituciones y sector.

En la actualidad estamos trabajando en la revisión y actualización del documento FOPE,



El Gobierno Vasco está trabajando en la actualización del documento FOPE para fomentar la producción ecológica. / VF

“En los últimos meses sí se viene observando una tendencia de subida generalizada de los precios percibidos por agricultores y baserritarras”

dado que entendemos que aún hay cuestiones pendientes de desarrollar y que perfilaremos en breves fechas mediante un Plan de Acción a dos años vista: 2023 y 2024.

udapa

Somos productores y envasadores. Somos sostenibles y cuidadosos con el medio ambiente. Somos origen y calidad. Y ahora también somos conveniencia, sabor y naturalidad. **SOMOS UDAPA FÁCIL.**

Descubre nuestra nueva gama de productos de patata cocida al vapor en nuestra web www.udapa.com

The advertisement features a man in a blue t-shirt with the 'udapa' logo, standing in a potato field. Below him are four packages of 'udapa FÁCIL' products, each with a 'NUEVO' (New) label and a '5 minutos' (5 minutes) cooking time. The products are:

- PREPARADO PARA ENSALADILLA (Prepared for salad)
- PATATA PARA GUISOS Y TAPAS (Potato for stews and tapas)
- PATATA PARA GUARNICIÓN (Potato for garnish)
- PATATA PARA TORTILLA (Potato for omelette)

 Each package includes a small illustration of the product and a list of three simple steps for preparation.



“Con espíritu positivo seguimos avanzando tratando de ayudar a las empresas operadoras del mercado”

“En Mercabilbao estamos trabajando sobre la parte de vehículos y personas para poder automatizar los accesos al mercado de una manera controlada y segura”

podemos influir, si hemos tenido la suerte de contar con un buen contrato de energía eléctrica, realizado de manera conjunta con el Ayuntamiento de Bilbao que, mientras la tarifa eléctrica, tanto durante 2021, como en 2022, crecía sin control, en Mercabilbao ha venido bajando ordenadamente, más del 30%, algo que, para un año de temperaturas tan altas como 2022 incide de manera favorable en las cuentas de resultados de las empresas de frutas y hortalizas.

VF. En primavera se anunció oficialmente el traslado de Mercabilbao al Parque Tecnológico de Ezkerraldea-Meatzaldea en el municipio de Ortuella. ¿Qué más puede adelantar de este gran proyecto previsto para 2027?

AA. El anuncio que hizo el Gobierno Vasco fue realizado en mayo de 2022 como antesala de la celebración en el BEC de Barakaldo, del Congreso Food4Future, en el sentido de la creación en Ortuella, en el Campus de Ezkerraldea-Meatzaldea, de un nuevo Parque Tecnológico alimentario del que Mercabilbao sería su elemento tractor. En mi opinión, hablar de futuro, de innovación y de sinergias en un país, que tiene la gastronomía como valor estratégico, es un gran acierto para el sector.

Desde Mercabilbao hemos procedido a la licitación para la realización de un plan de viabilidad que valide el proyecto y nos marque el camino a seguir, mientras que, desde la red de Parques Tecnológicos de Euskadi y desde el resto de instituciones concernidas, avanzan con sus cometidos en materia urbanística y de desarrollo territorial, entre otras.

AITOR ARGOTE / CEO de Mercabilbao

“Es importante que rompamos paradigmas y veamos el futuro con ilusión”

Afrontar el futuro con ilusión es lo que espera Aitor Argote que hagan las empresas que operan en Mercabilbao ante el gran proyecto que se avecina: su traslado de Basauri a Ortuella, donde el Gobierno Vasco ha anunciado la construcción de un nuevo Parque Tecnológico alimentario y Mercabilbao será su elemento tractor. La fecha prevista es 2027 y desde la dirección del merca vizcaíno, su CEO confirma que ya se han realizado las primeras reuniones con la empresa consultora adjudicataria para definir el plan de viabilidad de ‘Mercabilbao next’.

Valencia Fruits. A punto de concluir el ejercicio 2022, ¿cuál es el balance que realiza el CEO de Mercabilbao de este año marcado por aumentos de costes, inflación y conflicto bélico... de la marcha en el mercado vizcaíno?

Aitor Argote. Podemos calificar 2022 como un año diferente. Lo que no sé es ¿qué más nos queda por vivir! Salimos relativamente airosos de una pandemia con buenas cifras económicas y de empleo y nos encontramos una invasión acompañada de problemas de suministro y aumento de los costes energéticos, que deriva en una rampante inflación. Aun con todo y con espíritu positivo, seguimos avanzando, tratando de ayudar a las empresas operadoras del mercado y, aunque poco



Aitor Argote califica el ejercicio 2022 como “un año diferente” del que Mercabilbao ha salido relativamente “airoso”. / NR

Balance del Puerto de Bilbao y Mercabilbao en Fruit Attraction

El Puerto de Bilbao y Mercabilbao participaron conjuntamente el pasado mes de octubre en Fruit Attraction con el objetivo de acercar a los operadores nacionales e internacionales su posición como hub alimentario en el norte de la Península, así como explorar nuevas oportunidades para incrementar sus flujos de entrada.

Gracias a su amplio número de servicios marítimos, su oferta intermodal, su experiencia en el tráfico de perecederos, sus infraestructuras para frío y la labor conjunta que desarrolla junto a Mercabilbao, el Puerto de Bilbao canaliza el tráfico hortofrutícola de lugares como Centroamérica, Sudamérica y Sudáfrica, así como de diferentes puntos de la geografía española, con destino hacia Europa y otros lugares de la Península. Entre los mercados, destacan destinos como Reino Unido y la República de Irlanda, con los que el Puerto de Bilbao es líder en el transporte marítimo español.

Entre los servicios para atender los tráficos derivados de la importación y exportación de los productos



Cristina Ardeo, responsable comercial de Puerto de Bilbao. / NR

hortofrutícolas que se mostraron en Fruit Attraction destaca la plataforma telemática propia que el Puerto

de Bilbao ofrece a sus clientes para agilizar los procesos y las operaciones.

Por su parte Mercabilbao es el mayor centro de distribución de alimentos perecederos del Norte de la Península Ibérica y el sur de Francia gracias a su situación estratégica, muy próximo a la intersección del eje París-Hendaia-Madrid junto a la autovía del Cantábrico y una conexión directa con la red de autopistas, que junto al Puerto de Bilbao, le posicionan en el punto ideal para llevar a cabo una estrategia de internacionalización eficaz y de calidad. Esta alianza con el Puerto de Bilbao supone a la Unidad Alimentaria una ventaja competitiva para la captación de tráfico de productos hortofrutícolas, que le permite conectar con otros Mercados europeos y americanos, especialmente en el marco del desarrollo de actividades conjuntas Euro-Región Euskadi Aquitania. Mercabilbao y el Mercado Central de Burdeos mantienen una estrecha colaboración con el fin del desarrollo de actividades conjuntas y con el objetivo de dar un mejor servicio a la sociedad. ■

VF. *¿Qué va a suponer este gran cambio para las empresas que operan en MB, para detallistas, y en definitiva para toda la cadena de valor que compone Mercabilbao?*

AA. Un importante desarrollo. Además de la actualización tecnológica de las instalaciones, las sinergias que representan reunir en un mismo polo los distintos elementos de la cadena de valor, todo ello aderezado con los ingredientes que aportan la investigación, el desarrollo y la innovación, nos dan un sabroso resultado para el futuro. Y todo ello ordenado en unas instalaciones nuevas, mejoradas con lo aprendido en los años anteriores.

VF. *Entre los aspectos más satisfactorios en todos sus años como CEO de Mercabilbao, en nuestra última entrevista destacó “la entrada en la rueda de la evolución tecnológica y la apuesta por la transición digital”. ¿Cómo se traduce esto al día a día? Es decir, ¿cuáles son estos cambios digitales y tecnológicos?*

AA. Aunque estamos trabajando con la vista puesta en dar el salto a otra ubicación, ya que la nube está donde quiera que estemos, continuamos invirtiendo en desarrollo tecnológico. Así, para que lo veamos gráficamente, por la puerta de un mercado pasan fundamentalmente personas y mercancías, en su inmensa mayoría, dentro de un vehículo. De momento, en Mercabilbao estamos trabajando sobre la parte de vehículos y personas para poder automatizar los accesos al mercado de una manera controlada y segura, que nos arrojará datos, incluso de tráfico, pero que, asimismo, nos va a ayudar en el bloque siguiente, esto es, en el control de las mercancías, origen, destino, frecuencia, cantidades, precios, ... O ¿no sería interesante conocer las preferencias de consumo en determinadas zonas territoriales, ciudades o incluso barrios de las mismas? Contar con las diferentes combinaciones de esta información a un simple click en el móvil, acabará siendo una realidad tan cercana como cualquier compra online o el uso de cualquier App.

VF. *Se acercan años de cambios y las opiniones serán dispares... por lo que, ¿cómo han respondido las empresas de Mercabilbao ante el nuevo futuro del mercado?*

AA. Ya que hacías una referencia al 50 aniversario de Mercabilbao de hace un año, creo que para entender qué supondrá este cambio, podemos ver lo que supuso el traslado de las empresas operadoras desde la calle ronda y adyacentes de Bilbao a Mercabilbao. Nadie quería venir, todo eran inconvenientes, pero seguro que, si preguntas hoy día, el resultado unánime será que mereció la pena, porque lo de “poner puertas al campo” es cosa de otro siglo. Es importante que rompamos paradigmas y veamos el futuro con ilusión. Y quien no lo vea, tendrá que diseñar su propia estrategia de alianzas temporales o definitivas para conseguir sus objetivos, tan respetables como los de cualquiera.

VF. *Hasta que llegue el momento del traslado, ¿cuál es ‘la hoja de ruta’ de la dirección de Mercabilbao para estos cinco años de transición?*

AA. La única hoja de ruta que conozco, no solo para estos cinco años, es trabajo. De momento, como antes apuntaba, estamos

“Además de la actualización tecnológica de las instalaciones, las sinergias que representan reunir en un mismo polo los distintos elementos de la cadena de valor, todo ello aderezado con los ingredientes que aportan la investigación, el desarrollo y la innovación, nos dan un sabroso resultado para el futuro”

comenzando con la empresa consultora adjudicataria, el trabajo para definir el plan de viabilidad de ‘Mercabilbao next’, o merca del futuro. Mientras tanto, seguimos trabajando en distintas capas de la información necesaria, tales como análisis de casos

de buenas prácticas en otras partes del mundo, tendencias constructivas, valoraciones y normas patrimoniales y otro sinfín de detalles con los que no os voy a aburrir. Para todo este trabajo es fundamental contar con la colaboración e ideas de las empresas



En el pabellón de frutas de MB. / NR

operadoras y usuarias, algo que venimos realizando y que, también, requerirá la empresa consultora para un mejor contraste y posterior definición y valoración del proyecto.

VF. *¿Veremos al CEO en el nuevo Mercabilbao?*

AA. Eso no es algo que esté en mi mano decidir, ahora bien, si lo que me preguntas es si tengo fuerzas para pilotar este Mercabilbao 1 te diré que sí. También es cierto que en los mercados hay una afición histórica a la lotería y en ese sorteo extraordinario de Navidad, también se pueden dar historias extraordinarias, como reza su mensaje.



GORKA MORENO PALACIOS / Presidente de la Asociación de Mayoristas de Frutas y Hortalizas de Mercabilbao

“El nuevo parque alimentario abre oportunidades”

El cambio de ubicación de Mercabilbao ha sido una noticia acogida con ilusión por los mayoristas de frutas y hortalizas que operan en el mercado. El traslado de las instalaciones de Basauri a Ortuella, previsto para 2027, hace pensar en un futuro prometedor. El proyecto se ha planteado como un parque alimentario y podría permitir abrir el abanico de clientes de los asentadores. Pero, tal y como afirma Gorka Moreno Palacios, “todo va a depender de cómo se configure”, y considera importante que en las nuevas instalaciones tengan cabida más operadores, distribuidoras y plataformas logísticas que les permitan crear sinergias beneficiosas para todos.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué oportunidades abre el cambio de ubicación de las instalaciones de Mercabilbao?

Gorka Moreno Palacios. Según ha comunicado la dirección de Mercabilbao, este proyecto nos llevaría en 2027 a un nuevo parque alimentario ubicado en Ortuella, que abre oportunidades para ampliar y modernizar las instalaciones, mejorar hábitos de trabajo y en el que sería muy importante que pudieran estar también más operadores, distribuidoras y plataformas logísticas para crear sinergias que beneficien a todos. Es una apuesta de futuro.

VF. ¿El nuevo parque alimentario permitiría cambiar el modelo de los mayoristas y ampliar el tipo de clientes?

GMP. Todo va a depender de cómo se configure el nuevo mercado. Inicialmente se ha hablado de crear un parque alimentario, y esto nos permitiría generar sinergias para abrir el abanico de clientes. Pero, realmente, las nuevas posibilidades dependerán de quiénes, además de nosotros, estén presentes en las instalaciones.

VF. En cuanto al desarrollo del presente ejercicio, ¿qué análisis realizan, hasta el momento, los mayoristas de frutas y hortalizas de Mercabilbao?

GMP. El año está siendo complicado, convulso. Comenzó con buenas expectativas porque la situación generada por la pandemia se estaba normalizando y parecía que el ejercicio se podría desarrollar dentro de una relativa normalidad, tras dos años bastante difíciles. No obstante, todavía en enero y febrero la incidencia del covid fue alta en esta zona. En marzo sufrimos la huelga de transporte, que en un primer momento nos afectó bastante, y analizando su repercusión, finalmente la incidencia se prolongó durante casi un mes, hasta que se logró alcanzar la normalidad de stocks en los almacenes. Y a esto se sumó la guerra de Ucrania.

Adicionalmente, las producciones de fruta de hueso de las zonas de Lleida y Aragón resultaron muy afectadas por las heladas del mes de marzo, anticipando una campaña de hueso complicada.

Afortunadamente, a partir del mes de mayo se produjo un repunte en la actividad que nos ha permitido enderezar el ejercicio. Ello, unido al efecto de la inflación, ha puesto en verde los datos de facturación, aunque en volumen el dato sea más ajusta-



Gorka Moreno confirma que el desarrollo del presente ejercicio está siendo complicado y convulso. / AMFHM

“Sería muy importante que en el nuevo parque alimentario pudieran estar también más operadores, distribuidoras y plataformas logísticas para crear sinergias que beneficien a todos”

do con respecto al año anterior. Con todo, el año puede terminar considerándose como positivo.

VF. ¿En qué medida está afectando el fuerte aumento de costes a los mayoristas de frutas y hortalizas de Mercabilbao? ¿Se está pudiendo repercutir este incremento en los precios de venta?

GMP. Es la otra cara de la inflación. Comenzó en noviembre de 2021, cuando todas las agen-



Las instalaciones de Mercabilbao se trasladarán de Basauri a Ortuella. / AMFHM



A pesar de las dificultades, Gorka Moreno considera que “el año puede terminar considerándose como positivo”. / ARCHIVO

cias de transporte nos comunicaron un incremento del precio por la subida de los combustibles. Continuando por el aumento del coste de otros insumos necesarios para desarrollar la actividad. Y repercutir estas subidas en el valor de venta resulta muy difícil, porque en el caso de Mercabilbao somos muchos mayoristas, uno al lado del otro, y hay una gran competencia en precios para atraer a nuestros clientes, los detallistas.

Indudablemente la subida de costes nos afecta. Tenemos que asumir incrementos en embalajes, transporte, energía e incluso de producto que nos resulta imposible repercutir en su totalidad al cliente final. A pesar de que el momento es complicado, tratamos de mantener la rentabilidad, pero hemos tenido que sacrificar parte del margen comercial, y, con toda seguridad, la subida de costes incidirá sobre los resultados finales del ejercicio.

VF. ¿Cómo ha evolucionado el tipo de cliente de frutas y hortalizas que acude a Mercabilbao?

GMP. Antes incluso de la llegada de la pandemia ya se estaba detectando un cambio. El detallista nacional va cumpliendo años, no encuentra relevo por diferentes motivos, y su puesto viene a ocuparlo el cliente extranjero, sobre todo paquistaníes, y en menor medida sudamericanos, que van abriendo nuevas fruterías. Y esta es la tendencia que se mantiene ahora mismo y que marca la venta a pie de pasillo desde hace unos años, tanto aquí como en el resto de Europa.

VF. ¿Con qué perspectivas afrontan los mayoristas la recta final del año?

GMP. Las previsiones son positivas. Aun manteniéndonos en un contexto complejo, los precios ya se han estabilizado bastante desde finales de octubre y el nivel de inflación no es tan elevado como en el verano.

Esto, aunque es cierto que las Navidades ya no son lo que eran antiguamente, a nivel de consumo de productos típicos como la piña o la uva, ha hecho comenzar el mes de un modo bastante dinámico.

El objetivo es terminar el año de la misma manera, analizar internamente el resultado del ejercicio y arrancar con ilusión el 2023.

VF. Para concluir, ¿cómo definiría el papel del sector de la alimentación en estos tiempos tan complicados?

GMP. La alimentación es un valor seguro. En los tiempos complicados del covid hemos seguido abiertos, para proporcionar alimentos a la población a precios asequibles. Nuestro sector se defiende bien ante situaciones complicadas. Es esencial para la sociedad. Ahora lo que toca es modernizarse y digitalizar nuestras empresas, para asegurar el futuro inmediato. El horizonte del nuevo parque es, en ese sentido, un reto.

Frío Vizcaya se expande con nuevas delegaciones bajo la marca Grupo Freire Refrigeración

Estar más cerca de los clientes e innovar en soluciones de frío ecoeficientes son los principales enfoques del grupo

■ JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Frío Vizcaya es una empresa dedicada al diseño, ejecución y mantenimiento de instalaciones frigoríficas industriales orientada, sobre todo, al sector agroalimentario. Tras más de treinta años de experiencia, las instalaciones de la firma vasca garantizan las condiciones más óptimas y eficientes para la conservación y manipulación de alimentos.

Hasta la fecha, su objetivo era ofrecer soluciones globales en los sectores del frío industrial, comercial y de la climatización. Ahora, con el propósito de mejorar el servicio a los clientes y estar presentes en nuevos mercados, Frío Vizcaya se constituye como Grupo Freire Refrigeración, “un proyecto que define una nueva etapa de crecimiento, innovación y *know-how* que aúna el esfuerzo y trabajo acumulado a lo largo de los años bajo la marca Frío Vizcaya” y que supone una expansión territorial ya que “contará con delegaciones en Vizcaya, Álava y próximamente en Cantabria”, explica Idoia Beobide, CEO del Grupo.

Si bien a lo largo de los años la empresa ha ido ampliando tanto sus zonas de trabajo como sus clientes en diferentes puntos de España —Málaga, Salamanca, gran parte de Aragón y Castilla-La Mancha, entre otros—, fue el pasado 2021 cuando Frío Vizcaya decidió dar un paso más, a través de la incorporación de Beobide, y reorganizarse a nivel interno y ofrecer soluciones más especializadas e innovadoras. No obstante, según indica la CEO, el objetivo sigue siendo el mismo: “identificar las necesidades del cliente en eficiencia, seguridad y rendimiento como base para un buen diseño de la instalación”.

■ INGENIERÍA FRIGORÍFICA

Más allá de simplemente centrarse en la instalación frigorífica, una de las características que distingue al Grupo Freire Refrigeración es su apuesta por la ingeniería frigorífica. “Nuestras instalaciones, individualizadas y centralizadas, ofrecen soluciones muy específicas y personalizadas a nuestros clientes según su forma de trabajar, sus infraestructuras y sus necesidades” afirma la CEO del Grupo, quien remarca que, aunque diversas, todas las instalaciones de la compañía “se caracterizan por la eficiencia”.

■ INSTALACIONES SOSTENIBLES

Las evidentes consecuencias del cambio climático y las consiguientes normativas de la Unión Europea en materia de gestión medioambiental también han sido claves para el Grupo Freire que, tal y como explica Beobide, ha añadido a su portfolio “soluciones innovadoras y ecológicas con refrigerantes de amoníaco o CO2 y gases naturales inflamables y semi inflamables que abarcan todo el sector agroalimentario y que tienen un muy bajo potencial de calentamiento global” además de ofrecer servicios de mantenimiento medioambiental.

En esta línea, la CEO de la compañía señala que, “aunque tenemos un nicho de mercado tradicional y muy bien establecido, hemos decidido apostar por soluciones y diseños diferentes e in-

novadores, y es ahí donde entran las instalaciones ecoeficientes”.

■ AHORRO ENERGÉTICO

Otro de los servicios que representan un elemento diferencia-



Idoia Beobide lleva al frente de la firma vasca desde el pasado 2021. / GFR

dor en el Grupo es su preocupación por el ahorro energético. “La energía en la industria alimentaria suponía entre un 1 y un 3% del coste del producto”, explica Beobide, pero con su precio disparado, “ahora estamos hablando de que en muchas áreas supone entre un 15 y un 20%”.

Por ello, “estamos realizando estudios energéticos a nuestros clientes para ver la viabilidad de las instalaciones actuales con las que cuentan y si les conviene mejorarlas o, directamente, cambiarlas por una nueva”, incorporando a su vez otros equipos complementarios y que incrementan el impacto positivo.



GARAIA

PRODUCTOS DE TEMPORADA DE LOS BASERRITARRAS LOCALES KOOP

Mungia, Bizkaia

garaia.net

AITOR DE LAS HERAS / Gerente de Garaia Koop

“La supervivencia de la horticultura vasca pasa por la reorganización del sector”

Desde la cooperativa vizcaína, su gerente, Aitor de las Heras muestra una gran preocupación ante la grave situación que atraviesa el sector de hortalizas en el País Vasco. El máximo responsable de Garaia es realista y confirma que “la cruda realidad es que la horticultura en Euskadi está muriendo poco a poco”, y la clase política no está ayudando a revertir la situación. A pesar de todo, la principal cooperativa hortícola de Vizcaya sigue aunando esfuerzos para ofrecer a sus socios las mejores liquidaciones. “No es una tarea fácil pero en ello estamos”.

Valencia Fruits. ¿En qué punto se encuentran las producciones de Garaia en el mes de diciembre? ¿Qué análisis realiza de los diferentes cultivos?

Aitor de las Heras. En hortalizas, las campañas de tomate y pimiento ya han finalizado y solo queda la parte final de la temporada de lechuga. En fruta, estamos a punto de comenzar la campaña 2022-2023 de kiwi.

En cuanto al análisis de los diferentes cultivos, en general el año no hay sido demasiado bueno. Hemos movido bastantes menos kilos en comparación al año pasado principalmente debido a factores meteorológicos. En tomate la bajada ha sido del 14% y en pimiento del 10%. A nivel de ventas hemos podido subir el precio por esta menor oferta, pero no ha sido suficiente para cubrir los costes de producción de los agricultores y de la propia cooperativa, que también ha sufrido con los incrementos desmedidos de los envases, la energía...

Si de cara al año que viene esta situación se mantiene igual será un año de gran incertidumbre. De hecho, muchos agricultores ya se están planteando reducir el uso de calefacción en sus invernaderos de tomate si no se consigue repercutir este aumento de costes en los precios finales. La situación de muchos productores es realmente complicada porque ven que los números no salen y están al borde del abandono de la actividad. Es duro y triste decirlo, pero esta es la realidad.

VF. En el plano comercial, ¿cómo han funcionado las ventas?

AdIH. Tras el aumento registrado en las cadenas de supermercados en 2021, durante este ejercicio las ventas se han resentido, primero por la falta de producto y luego por una demanda menor en los lineales. A pesar de ello, hemos sido capaces de aumentar los precios en tomate, por ejemplo, un 18%, aunque no ha sido suficiente de cara al agricultor.

Lo deseable para el año que viene sería poder aumentar este porcentaje, sin embargo, lo veo bastante complicado después de ver cómo han ido las ventas este año. La situación es muy delicada.

VF. Con este telón de fondo, ¿cómo se presenta 2023 y cuáles son las directrices que se ha marcado Garaia?

AdIH. Tal como he comentado, 2023 será un año complicado y de gran incertidumbre tanto para los agricultores como para la propia cooperativa. En campo, los productores ya han informado de que van a retrasar la cose-



Aitor de las Heras (a la derecha de la imagen) afirma que “prudencia” será el leitmotiv la cooperativa en 2023. / NR

cha para ahorrar en energía de la calefacción de sus invernaderos. Esto significa que, bajo la previsión de una cosecha similar a otros años, esta llegará más tarde y todo de golpe. Esto además será extensible a toda la producción hortícola del País Vasco. Con lo cual el escenario que prevemos para los meses de abril y mayo es que una vez el producto llegue al mercado, los precios serán bajos debido a la sobreoferta.

Los socios productores son conocedores de esta previsión. Han recibido la información de los precios liquidados en 2022 y las expectativas para 2023, también hemos comunicado cuál sería el volumen de cosecha deseable para el año que viene y la fecha en la que iniciar a traer producto a la cooperativa. Pero no podemos obligarlos a seguir este calendario, nosotros solo podemos sugerir cómo plantear la producción para tener después una comercialización más ordenada. Desgraciadamente, tal como está la situación en el campo cumplir con estas sugerencias es muy complicado.

En la parte que nos toca, estando presentes ya en todas las cadenas de supermercados que operan en el territorio vasco, el reto de la cooperativa es conseguir que estas cadenas aumenten sus volúmenes de compra o amplíen sus referencias de acuerdo a las posibilidades de oferta de Garaia. Y esto, ciertamente, no es tarea fácil.

VF. ¿Garaia se ha planteado retomar la idea de abrir mercados fuera del territorio vasco?

AdIH. Ahora mismo fuera del País Vasco solamente envia-

“La producción hortofrutícola vasca es limitada y no puede cubrir las necesidades de las cadenas fuera de los momentos puntuales de sobreproducción”

“El Gobierno vasco debería de apoyar al sector organizado, profesional, al que crea empleo, invierte y paga impuestos”

“Para Garaia, el kiwi es un producto que ofrece más estabilidad en el mercado y tiene unas condiciones de conservación mejores que las hortalizas”

“La premisa del año que viene será optimizar al máximo los recursos que tiene la cooperativa para abaratar costes”

mos producto a Mercamadrid. No descartamos la idea de plantear a alguna cadena la posibilidad de suministrar producto en otras plataformas del territorio nacional.

De hecho, ya hay acuerdos con una cadena de supermercados vasca que está abriendo tiendas en Madrid para suministrar nuestros tomates a su plataforma madrileña.

Vender fuera está bien, pero tenemos que ser realistas. La producción hortofrutícola vasca es limitada y no tiene la capacidad de cubrir las necesidades de las cadenas de supermercado fuera de los momentos puntuales de

sobreproducción.

VF. ¿La unión de la producción de toda la comunidad autónoma vasca no podría ser una solución a los problemas que afronta el sector?

AdIH. La solución que considero más efectiva es la reorganización del sector formando una estructura más fuerte y potente mediante la unión de las cooperativas hortícolas de las tres provincias (Vizcaya, Guipúzcoa y Álava). De esta forma se conseguiría un ahorro en las economías de escala y unas capacidades de producción mayores para abordar otras zonas de mercado o incluso sin salir del País Vasco

poder negociar con las grandes cadenas ofreciendo volumen, más referencias y ampliación de calendario.

VF. ¿Y quién debería de gestionar esta reorganización en su opinión?

AdIH. Deberían de ser el Gobierno Vasco y las diputaciones de las tres provincias vascas. El problema es que las políticas de ayudas y subvenciones que plantea el Gobierno Vasco están mal orientadas y no son efectivas para solucionar los problemas reales del sector agrícola vasco. Son ayudas de ‘pan para hoy y hambre para mañana’ que evidencian el desconocimiento de los políticos ante la realidad de la agricultura.

Lo que deberían de hacer es apoyar al sector organizado, profesional, al que crea empleo, invierte y paga impuestos. Hoy por hoy, ese apoyo al sector hortícola es prácticamente inexistente, y la cruda realidad es que la horticultura en el País Vasco está muriendo poco a poco. Llegará un momento en el que comprar productos locales será como comprar un producto exótico.

VF. ¿La situación es algo más optimista en el mundo del kiwi?

AdIH. La producción de kiwi en general está creciendo al igual que su consumo. Se consume buen kiwi porque la gente está dispuesta a pagar por él. En el caso de Garaia, los precios de liquidación de la campaña pasada han sido buenos.

Respecto a la campaña 2022-2023, que está a punto de iniciar la comercialización, hay ciertos problemas de calibres debido a la sequía. Hay productores más afectados que otros, hay quien ha podido regar más que otros... es decir que los daños son bastantes dispares. En el cómputo general esperamos más o menos una cifra similar al año pasado gracias a que los productores que no han sufrido estos problemas de falta de agua tienen más volumen y buenos calibres, pero la media será de un calibre más pequeño.

Para Garaia el kiwi es un producto que ofrece una gran estabilidad en el mercado y tiene, además, unas condiciones de conservación mejores que las hortalizas. Ya hemos empezado a vender las producciones más tempranas (a fecha 2 de diciembre) aunque será a partir de la tercera semana de diciembre cuando realmente las ventas comenzarán a tomar ritmo y volumen con un kiwi en su punto óptimo de maduración.

El objetivo este año es mantenernos en volúmenes similares al año pasado. Prevemos precios ligeramente superiores a 2022, aunque sin llegar a repercutir todos los costes de producción. Este aumento, si bien es necesario, nos preocupa de cara al consumidor. A pesar de que hemos dicho que el cliente final sí está dispuesto a pagar más por un kiwi de calidad, lo cierto es que tal y como están las economías familiares no sabemos cómo va a reaccionar este año.

VF. Con el panorama descrito, ¿Garaia se plantea algún proyecto en 2023?

AdIH. Es un año en el que es mejor ser prudente y ver cómo evoluciona la situación económica. La premisa del año que viene será optimizar al máximo los recursos de la cooperativa para abaratar costes e intentar, en la medida de lo posible, repercutir en los precios de venta el aumento de costes de los productores.

ANDIMA ORMAETXE / Director de operaciones, comercial y logística de la Autoridad Portuaria de Bilbao

“Mantenemos una larga trayectoria en el comercio hortofrutícola con Reino Unido”

El director de operaciones, comercial y logística del Puerto de Bilbao, Andima Ormaetxe, explica que la participación del puerto bilbaíno con el comercio británico viene derivada del compromiso de las navieras por dar servicio a las empresas importadoras y exportadoras hortofrutícolas españolas e inglesas. Además, en noviembre se realizó una presentación en Liverpool y Londres donde los servicios para las frutas y verduras tuvieron un gran peso.

ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. El Puerto de Bilbao mueve en torno a 100.000 toneladas anuales de frutas y hortalizas, de las cuales aproximadamente el 90% son exportaciones, ¿a qué mercados se suelen destinar estos productos?

Andima Ormaetxe. Destacan, sobre todo, República de Irlanda y Reino Unido, con los que el Puerto de Bilbao es líder en el transporte marítimo español. Precisamente, en noviembre, la comunidad portuaria de Bilbao realizó una presentación en Liverpool y Londres, donde los servicios para frutas y hortalizas han estado muy presentes.

El Puerto de Bilbao mantiene una larga trayectoria y amplia participación en el comercio hortofrutícola entre España y Reino Unido, derivada del compromiso de las navieras por dar servicio a las empresas importadoras y exportadoras, tanto españolas como británicas. Por ello, es un buen aliado en ese comercio, y aproximadamente el 23% del comercio despachado en modo marítimo y el 19% del total de mercancías intercambiadas utilizan los servicios y las instalaciones del Puerto de Bilbao. Son cifras importantes y, de hecho, seguimos creciendo de manera importante en los tráficos ro-ro con las islas británicas. Esta subida también la esperamos con otros países del norte de Europa, porque hay un importante nicho de mercado susceptible de pasar de la carreta a ser embarcado desde Bilbao.

VF. Y respecto a las importaciones que recibe, ¿cuáles son los principales países que optan por realizar sus envíos de frutas y hortalizas al puerto bilbaíno?

AO. República de Irlanda es el principal mercado en las importaciones, seguido de Perú, Países Bajos o Chile.

VF. ¿Por qué cree que un profesional del mundo hortofrutícola debería decantarse por el Puerto de Bilbao?

AO. Hay tres adjetivos que nos identifican: agilidad, flexibilidad y cercanía con nuestros clientes. A ello se suma el gran número de servicios marítimos que ofrecen las navieras, sobre todo al norte de Europa e Islas británicas, que nos conectan a más de 800 puertos de todo el mundo. Paralelamente, la intermodalidad y la digitalización permiten flujos logísticos ágiles y eficientes. La terminal de contenedores, la más importante del norte de España, dispone de 540 tomas para contenedores reefer y de un acceso automatizado que agiliza y simplifica toda la operativa, incluida la de los transportistas de productos frescos; contamos con terminales ro-ro y multipropósito; tenemos almacenes de perecederos y cámaras de congelación a -25 grados, así como de frío positivo. Además,



Ormaetxe destaca como novedades el módulo Brexit y la plataforma telemática e-puerto bilbao. / PUERTO DE BILBAO

tenemos un moderno puesto de control fronterizo, con 16 bocas y operativo las 24 horas con todo tipo de habilitaciones que facilita la operatividad en el tránsito de las mercancías.

Además, contamos con una comunidad portuaria con una amplia experiencia en el tráfico de perecederos, capaz de almacenar, mantener y reparar contenedores frigoríficos los 365 días del año, evitando esperas y roturas de la cadena de frío.

También ha habido un importante cambio este año que nos hace más competitivos: la firma de un convenio de estiba que nos aporta flexibilidad y estabilidad, como mínimo, los próximos seis años. Es, sin duda, el mejor acuerdo y el más longevo que existe en los puertos españoles. Además, hemos creado una alianza con Mercabilbao, y así, juntos, somos el mayor hub alimentario del norte de España y nuestra comunidad portuaria es la mejor aliada para cualquier estrategia de internacionalización de las empresas del sector hortofrutícola.

VF. Una de las principales novedades del Puerto de Bilbao es el módulo Brexit, ¿en qué consiste?

AO. El Brexit ha supuesto un reto y, a su vez, una oportunidad que el Puerto de Bilbao ha sabido capitalizar, logrando una gran agilidad, flexibilidad y eficiencia operativa, gracias al esfuerzo y trabajo de las empresas transitorias, navieras y transportistas de la comunidad portuaria, y la colaboración de la Aduana.

Ha tenido gran importancia la plataforma telemática que la autoridad portuaria ofrece a sus clientes para agilizar los procesos y las operaciones. En 2020 se incorporó a esta plataforma el módulo Brexit de cara a que las operaciones del Reino Unido



El Puerto de Bilbao mueve unas 100.000 t anuales de frutas y hortalizas. / PB

fuera de la Unión Europea sean igual de ágiles y rápidas. De esta manera, ayudamos a la competitividad de las navieras y clientes del Puerto de Bilbao.

VF. Respecto a la digitalización, ¿en qué medida la plataforma telemática e-puertobilbao supone una ventaja para la agilización de procesos y operaciones?

AO. Una de las últimas aplicaciones relacionadas con la agilización de procesos es la tecnología All Read basada en inteligencia artificial y machine learning para la llegada y salida de trenes al Puerto de Bilbao. Permite leer la composición de cada tren, incluyendo el número de plataformas, número de contenedor y placas de mercancías peligrosas. ¿Esto qué supone? Planificar las llegadas y las salidas de trenes y mejorar el control de entrada y salida de contenedores.

Además, hemos incorporado un par de servicios basados en la información disponible a través de la “Ventanilla Única Puerto y Aduana”. El primero, relacionado con los consignatarios para que puedan consultar en tiempo

real del estado aduanero, incorporando información de datado a sus sistemas. Y el segundo para las terminales, de forma que pueden consultar e incorporar los datos a sus sistemas de la mercancía que se descargan de cualquier barco que opere en su terminal.

Por otro lado, estamos trabajando para que los clientes del puerto dispongan de una trazabilidad completa del recorrido de sus mercancías a lo largo de las cadenas logísticas de importación y exportación.

También se han incorporado mejoras como en el servicio de preavisos de entrada para los transportistas, que se ha adaptado al tráfico ro-ro, incorporando la posibilidad de preavisar la entrada de semirremolques y camiones; el servicio de coordinación del posicionamiento de los contenedores en el Puesto de Control Fronterizo para que los servicios de inspección puedan planificar mejor sus operaciones; y, finalmente, se ha mejorado el servicio de trazabilidad y consultas del estado aduanero de las mercancías.

VF. La logística portuaria siempre ha tenido una gran importancia en el país, sin embargo, ¿cree que ha ganado peso en estos últimos años a raíz de la pandemia?

AO. Tras la Covid se ha ganado conciencia del servicio esencial que presta el transporte y la logística para abastecer a la industria y a la ciudadanía. Creo que esa lección la hemos aprendido.

Los puertos somos eslabones esenciales de esa cadena logística y hay que mirarlos y mimarlos todavía más para que esa cadena no se rompa. Tenemos que dejar de obsesionarnos tanto con los números y fijarnos más en el valor de los productos y lo que supone para su hinterland o para la ciudadanía traer o exportar ciertos productos más allá de las toneladas.

Un ejemplo claro han sido las mascarillas, que suponen pocas toneladas, pero son esenciales y su escasez fue una auténtica preocupación en los primeros meses de pandemia. Ahí los puertos fuimos claves en su importación, como lo somos en gran cantidad de productos que hay a nuestro alrededor.

La pandemia fue un punto de inflexión, sí, pero considero que lo será más la sostenibilidad, y ahí los puertos tenemos ante nosotros grandes retos y oportunidades.

VF. Pensando a largo plazo, ¿cuáles son los retos que se marca el Puerto de Bilbao de cara al futuro?

AO. El primero es seguir creciendo en exportaciones, como por los problemas que afronta el transporte por carretera relacionados, por ejemplo, con la escasez de conductores o las dificultades que plantea el tránsito terrestre por el Eurotúnel. Para ello seguiremos incorporando nuevos servicios a nuestra plataforma electrónica para que todos los trámites sean más ágiles y seguros. Trabajamos para impulsar la intermodalidad y crecer en cuota de transporte ferropuertoario.

En lo que se refiere a importaciones hortofrutícolas, esperamos también mejorar nuestros servicios para incrementar el tráfico con el continente americano y queremos explorar nuevos mercados en África.

Otro gran reto es ser un Green Port y vamos camino de ello porque tenemos importantes actuaciones para seguir siendo un referente medioambiental en sostenibilidad económica, social y medioambiental. Nuestro proyecto más reciente es la electrificación de los muelles para que los barcos puedan apagar sus motores cuando estén en nuestro puerto, lo que reducirá la contaminación y los ruidos. Un proyecto que será una realidad en 2025.

ALFONSO SÁENZ DE CÁMARA / Director general de Udapa, S. Coop.

“En estos 30 años hemos demostrado que en Álava se puede vivir de la patata”

El director general de Udapa, Alfonso Sáenz de Cámara analiza el papel que ha jugado esta cooperativa alavesa en el desarrollo de la agricultura del entorno y en todo el territorio vasco. A punto de cumplir 30 años de vida, Udapa puede presumir de ser uno de los pocos proyectos tractores capaces de propulsar la agricultura en Euskadi, impulsando toda la cadena de valor, desde la producción hasta el mercado. Con muchos proyectos en la mano, Sáenz de Cámara señala que una de las cosas que más le llena de orgullo es poder seguir generando riqueza en su entorno, en esas tierras alavesas que han visto nacer, crecer y desarrollar el gran proyecto de Udapa.

Valencia Fruits. ¿Cuál considera que ha sido la aportación de Udapa Sdad Coop al modelo agrícola de Euskadi? ¿Cómo ha contribuido en su desarrollo?

Alfonso Sáenz de Cámara. Udapa surge en 1993, un periodo de cambios marcado por varios hitos, como la adhesión de España en la CE y una gran crisis del sector agrario en el año 92. En ese escenario, la cooperativa se creó como una sociedad limitada, un proyecto transversal de todas las organizaciones del sector agrario alavés para potenciar la nueva estrategia de la patata con el conocido Label vasco de calidad. Sus promotores aunamos fuerzas para relanzar un proyecto bajo la convicción de que se podía seguir viviendo de la patata en Álava, pero con una nueva estrategia más abierta y poniendo el foco en el cliente y sus nuevas demandas, en los propios agricultores y agricultoras, y en el conjunto de los consumidores.

En estos 30 años hemos logrado ser tractores de la agricultura en Álava y en nuestro entorno. Tenemos y sentimos esta responsabilidad. Por ello, habiendo llegado hasta este punto siendo conscientes de nuestra contribución, el paso siguiente es abrir horizontes, pero con la misma misión que en nuestros inicios.

VF. ¿Cuáles son estas contribuciones que certifican a Udapa como tractor de la agricultura alavesa y vasca?

ASC. Hemos conseguido afianzar la producción de la zona demostrando efectivamente que de la patata se puede vivir. Apostando por la I+D hemos puesto en marcha la línea de V gama 'Udapa fácil' gestionada por la cooperativa Paturpat, con la que hemos abierto un nuevo nicho de mercado que a futuro presenta perspectivas de negocio interesantes a nivel industrial y de cara a la producción. Junto a Garlan, otra importante cooperativa alavesa más orientada a la patata de industria, se ha puesto en marcha el proyecto GUpat que tiene como objetivo fidelizar y acompañar las producciones más alejadas de nuestro entorno del mismo modo que acompañamos a las de Euskadi. Apostamos por la investigación y desarrollo de variedades autóctonas como el caso de Edurne y Beltza, variedades desarrolladas conjuntamente con el centro tecnológico Neiker...

Treinta años después, Udapa sigue muy comprometida con sus raíces, con la tierra que la vio



Alfonso Sáenz de Cámara señala que Udapa cerrará 2022 con una facturación superior a los 50 millones de euros. / UDAPA

nacer, crecer y desarrollarse. Hoy esa responsabilidad sectorial está igual de presente que en sus comienzos, siendo consciente de que se ha convertido en un agente importante en el País Vasco.

VF. Udapa es ejemplo de cooperativa que defiende a capa y espada el lema 'con y para los agricultores', pero ¿cómo se plasma esto en la realidad?

ASC. Udapa apuesta desde sus inicios por el modelo de producción agraria basada en agricultores y agricultoras profesionales, y una de las mayores satisfacciones es comprobar la plena confianza de nuestros y nuestras socias-colaboradoras en este proyecto. Saben que pueden contar con nosotros y lo hemos demostrado en más de una ocasión cuando han necesitado ayuda para mantener su actividad. Es muy gratificante poder transmitir ese compromiso real al agricultor y agricultora, y que estos tengan la certeza de que forman parte de un proyecto fuerte, sólido y estable que les permite seguir con su trabajo y vivir de él.

Los y las productoras ven en Udapa una buena gestión, responsabilidad, cercanía, proximidad, una empresa que vela por una agricultura profesional. Nosotros intentamos darles horizonte, relevancia, protagonismo social... Nunca me cansaré de decir ahora que tanto se habla de la sostenibilidad en nuestro sector, que una parte importante es la sostenibilidad económica. Los agricultores y agricultoras,

“Udapa sigue muy comprometida con sus raíces, con la tierra que la vio nacer, crecer y desarrollarse. Hoy esa responsabilidad sectorial está igual de presente que en sus inicios, siendo consciente de que se ha convertido en un agente importante en el País Vasco”

“Una de las mayores satisfacciones es comprobar la plena confianza de nuestros y nuestras socias-colaboradoras en el proyecto Udapa”

como profesionales que son, también tienen que poder vivir de su trabajo. Abogamos por ello y trabajamos para que así sea, por un sector profesional que pueda vivir dignamente, que proporcione a la sociedad buenos productos alimenticios, con seguridad alimentaria y que sean demandados por las y los consumidores.

VF. ¿Cuál es la clave para tener éxito comercial sin perder las raíces ni el planteamiento inicial del proyecto?

ASC. Antonio Cancelo, uno de los directivos del Grupo Mondragón decía que: “no hay éxito cooperativo y social si no hay éxito económico”. El objetivo real de una cooperativa no es maximizar el resultado final a toda costa y generar beneficios cuanto más altos mejor, aunque sí es necesario. Sin renunciar a ello, en Udapa existen y prevalecen otros principios. Evidentemente tenemos que generar economía, riqueza,

pero el fin no está en el resultado final sino en qué hacer con él. Esa es la clave. Uno de los principios importantes en los fundamentos del cooperativismo, y en los que se basa Udapa, es la generosidad. En Udapa creemos que debemos seguir creciendo no solo en el negocio sino en el ámbito social. Si tú no ofreces las oportunidades que a ti te han brindado en el pasado, el proyecto cooperativo no funciona. Debemos ser capaces de que la premisa de “cuanto más crezca el proyecto, más ganaremos todos” se interiorice mucho más.

En estas tres décadas de trayectoria empresarial, Udapa se ha caracterizado por su mente abierta y por estar atenta a las tendencias. Hemos sido visionarios, hemos apostado por la modernización y hemos reinvertido en nuestro propio negocio. Fruto de ello, en 2019 construimos un pabellón con cámaras frigoríficas

para potenciar la producción local que supuso una inversión de 15 millones de euros entre la compra del terreno y la construcción de las instalaciones. Entre 2020 y 2021 se invirtieron alrededor de 4 millones para la ampliación de las líneas de producción en Paturpat. Y en 2022 hemos instalado una nueva sala de fabricación en Udapa que ha supuesto una inversión de 5 millones de euros.

Bajo un enfoque de austeridad, siendo prudentes y estudiando al máximo cada euro invertido, pero pensando siempre en el futuro, este modelo de negocio nos ha permitido realizar todas estas ampliaciones. Hemos apostado por crear riqueza para garantizar el futuro de nuestro entorno.

A día de hoy contamos con almacenes totalmente tecnificados y robotizados que dignifican el trabajo eliminando las tareas más pesadas y repetitivas. Además, son almacenes altamente eficientes que disponen de exhaustivos sistemas de control y nos permiten ser competitivos y tener precio.

Son cosas que se han podido ir haciendo gracias al rédito económico logrado con este modelo de negocio. Cuando hay beneficios con el primero que tienes que ser generoso es con tu propio negocio porque es la maquinaria de la cual dependen las familias que componen Udapa.

VF. ¿Cómo se presenta el ejercicio de 2023?

ASC. El año 2022 ha sido muy complicado debido principalmente al aumento de costes, que en nuestro caso ha sido de un 29,5% más en comparación a 2021, mientras que al mercado solo hemos conseguido repercutir un 13%, con lo cual hemos sufrido bastante. Si bien no ha sido un ejercicio fácil, Udapa cerrará el año con una facturación superior a los 50 millones de euros. Una cifra importante y nada desdeñable dentro del mundo de la patata. El reto o más bien deseo para el año que viene es tener cierta estabilidad. Es necesario un periodo de un poco de tranquilidad y en este escenario seguir apostando por la producción del entorno y ofrecer a los y las consumidoras producciones de proximidad. De hecho, para el año que viene tenemos una previsión de crecimiento en la producción del entorno gracias a GUpat, proyecto ya mencionado que desarrollamos en colaboración con Garlan.

Sobre este proyecto GUpat, destacar que además de promover la producción local, queremos extrapolar este modelo que seguimos en Álava de fidelización y acompañamiento de la producción a otras regiones como Castilla y León, Andalucía incluso Murcia. A las y los agricultores que apuesten por nuestro sistema de producción ofrecemos una ventaja competitiva con el tema de la patata de siembra con semillas de producción propia, aportando así confianza y estabilidad. Asimismo, les acompañamos técnicamente y, sobre todo, cuentan con la garantía de que comercializaremos el cien por cien de su cosecha en fresco, industria, transformación... dependiendo de las calidades.

Este es nuestro gran reto para 2023. A partir de ahí, otro de los objetivos es seguir creciendo en la medida de lo posible siendo fieles a nuestro modelo de negocio, y abriendo camino también en países vecinos como Portugal.

Empresas y organizaciones de la cadena alimentaria vasca y de la industria tecnológica y de bienes de equipo de Euskadi se unen en N0Waste, el proyecto que busca investigar y aplicar nuevas tecnologías para reducir y valorizar los residuos generados en el suministro de productos de alimentación frescos y perecederos. Este proyecto estratégico permitirá a Euskadi situarse como proveedor tecnológico clave para la sostenibilidad económica y medioambiental del sector agroalimentario, incrementado así sus niveles de competitividad y exportación.

A través de N0Waste, se aspira a desarrollar procesos de producción alimentaria más sostenibles, flexibles y con cero defectos, apoyándose para ello en el uso de tecnologías como la Inteligencia Artificial y el Big data. Entre los retos sectoriales a los que dará respuesta, destaca la capacidad de evaluar el interior del producto fresco sin que este sufra ningún percance, mediante algoritmos avanzados de Inteligencia Artificial como el Deep Learning. Asimismo, se busca incrementar el nivel de circularidad de este tipo de productos con el uso de materiales para envases reciclados y reciclables, como los films monocapa.

Otro de los principales desafíos de N0Waste será aumentar el nivel de transparencia de los frescos hacia las personas consumidoras, mejorando a su vez la capacidad de detectar los 'puntos negros' dentro de la cadena de frío y la distribución. Todo ello, gracias a la trazabilidad unitaria y la toma de decisiones mediante IoT, Blockchain e Inteligencia Artificial. Por último, se favorecerá la valorización del residuo que habitualmente desecha la cadena alimentaria (también denominado *upcycling*) a través de la generación de biohidrógeno y biometano con alto nivel de pureza.

■ PARTICIPANTES

Para abordar con garantías los citados retos, se ha generado un consorcio sectorial y tecnológico que comprende tanto la cadena alimentaria (productores y distribución), como empresas tecnológicas y de bienes de equipo que fortalecerán la cohesión territorial y las propuestas de valor de sectores productivos clave de Euskadi.

De esta manera, Udapa y Eroski impulsarán las investigaciones y las demostraciones en entornos de interés, que abarcarán desde los procesos de producción hasta la tienda.

Como proveedores de investigaciones y soluciones tecnológicas, N0Waste cuenta con empresas multidisciplinarias, que van desde el ámbito digital con Izertis, Segula Technologies y Tecnipesa, pasando por el desarrollo de nuevos materiales por parte de Plastigaur, hasta desarrolladores de soluciones de generación de biogás como son Lointek, Orloga y Ondoan.

Por su parte, Barrenetxe y Harakai Urkaiko —ambos proveedores de productos 'kilómetro cero' de Eroski— se encargarán de suministrar residuos para la generación de biometano, y de validar las investigaciones en trazabilidad y envases.

N0Waste cuenta con Tecnaia para el desarrollo digital, de nuevos materiales y obtención de biometano, y con el CEIT para la generación de biogás. Basque

Proyecto N0Waste, cómo reducir y valorizar los residuos en la cadena alimentaria

Food Cluster, como agente de intermediación de referencia del sector alimentario vasco, contribuirá a la difusión y la transferencia de los resultados al sector y a las personas consumidoras.

Se estima que los residuos del sector agroalimentario son responsables del 8% de las emi-

siones globales de gases de efecto invernadero, y su reducción supone uno de los mayores retos que existen en la actualidad.

Según los datos de la FAO, un tercio de la producción alimentaria se pierde antes de llegar al mercado, y hasta 6 de los 17 Objetivos de Desarrollo Soste-

nible establecidos por la ONU tienen relación directa con esta problemática.

En Euskadi, la industria vasca es generadora de tecnologías, materiales y bienes de equipo para el sector alimentario, y dispone de una cadena agroalimentaria y de distribución de gran

arraigo cultural y económico. En concreto, dentro de la categoría de frescos y perecederos, se producen alimentos de alta calidad y valor añadido, incluyendo una estrategia de producto de 'kilómetro cero', susceptible de un mayor riesgo en la generación de residuos.

Por todos estos motivos, resulta estratégicamente necesario que la cadena agroalimentaria y el sector tecnológico impulsen la investigación de tecnologías que minimicen el residuo y sean capaces de valorizarlo, incluso cuando el producto sea definitivamente descartado del circuito alimentario.



MAYORISTAS EN PABELLÓN DE FRUTAS Y VERDURAS

NOMBRE	TELÉFONO	E-MAIL
FRUTAS SUSANA, S.L.	943 37 48 74	info@frutas-susana.com
CHAMPIÑONES OTAZU, S.L.	943 49 01 11	raulotazu@gmail.com
FRUTAS ADARRA, S.L.	943 37 62 51	frutas.adarra@gmail.com
FRUTAS ALDEMART, S.L.	943 37 62 54	frutasaldemart@hotmail.es
FRUTAS TXIKI, S.A.	943 37 62 55	txikifrutas@gmail.com
FRUTAS DIONI, S.L.	943 69 31 77	bugati@frutasdioni.com
FRUTAS GOYO, S.L.	943 37 62 58	frutashoyo@wanadoo.es
FRUTAS IMAZ, S.L.	943 37 62 59	frutasimaz@merkabugati.com
HIJOS DE JOSE RICART, S.L.	943 37 62 61	ricart@merkabugati.com
FRUTAS DIAZ DE ILARRAZA, S.L.	943 37 62 63	frutasdiazdeilarraza@merkabugati.com
FRUTAS LANDETXA, S.L.	943 37 62 70	landetxa@frutaslandetxa.com
FRUTAS CELORRIO, S.L.	943 37 62 65	frutascelorrio@merkabugati.com
FRUTAS GOMEZ URBIRIA, S.L.	943 37 62 66	frutasgomez@merkabugati.com
FRUTAS BETI-ONA, S.L.	943 37 62 67	frutasbetiona@merkabugati.com
FRUTAS SAN JUAN, S.L.	943 37 62 68-64	administracion@frutassanjuan.com
FRUTAS SORAYA MARTÍNEZ, S.L.	943 36 96 40	info@fsmartinez.com
BASERRIKO PRODUKTOAK-GILBE	943 49 32 94	jon@gilbe.com

Paseo de Arrapide, 75 · 20160 ZUBIETA - SAN SEBASTIÁN · Telf.: 943 37 64 02 · Fax: 943 37 61 72
frutas@merkabugati.com · www.merkabugati.com

JOSÉ ANTONIO IBÁÑEZ E IÑIGO VICENTE / Presidente de la Asociación de Mayoristas y administrador respectivamente de Merkabugati

“Ha sido un año complicado en el que hemos intentado ajustar los números al máximo”

La situación que atraviesa Merkabugati, el mercado mayorista de frutas y hortalizas de Guipúzcoa, no dista mucho de la que se vive en el resto de mercados nacionales. Con un aumento de costes generalizados, el trabajo de los responsables de la plataforma se ha centrado en gestionar todos los recursos disponibles para que todas las empresas que en ella operan sigan con su actividad y restarles preocupaciones en los gastos de funcionamiento. No ha sido un ejercicio fácil, pero se ha intentado capear el temporal de la mejor forma posible.

Valencia Fruits. A punto de concluir el año, ¿qué balance realizan del ejercicio 2022 de Merkabugati?

José Antonio Ibáñez. Para nosotros ha sido un año difícil, al igual que para todo el mundo, por la situación internacional y sus efectos, que se han traducido en un desmedido aumento de costes y una inflación que ha diezmado la economía de muchas familias.

En el mercado, las empresas hemos tenido que hacer frente a subidas importantes en energía, transporte, y unas ventas muy flojas durante todo el año.

VF. ¿Se ha notado un aumento de los precios de los productos?

JAI. Sí, se ha notado una ligera subida general en todos los productos, pero este incremento ha sido dispar dependiendo del cultivo, de entre un 5% y un 20%. Los precios desde origen han llegado más altos porque los propios productores han tenido que repercutir sus aumentos de costes. Pero ha sido en los productos con problemas de oferta, debido a problemas meteorológicos, en los que más se ha notado el incremento de precios. De todas formas, han sido subidas asumibles y comprensibles ya que los costes los hemos sufrido todos, y todos hemos intentando en la medida de lo posible repercutirlos.

VF. ¿Estos precios más caros han condicionado la decisión de compra de los consumidores finales?

JAI. En ciertos productos el ritmo de venta ha sido más lento. Lo que antes se vendía en un día, se ha vendido en tres. La gente sigue comprando, pero ajusta más su gasto en la cesta de la compra y sacrifica ciertos productos dependiendo del precio.

VF. ¿Qué perspectivas hay para las ventas navideñas?

JAI. Realmente las cosas han cambiado mucho con la pérdida de la estacionalidad de los productos. Al haber de todo, todo el año, fechas tan señaladas como las Navidades ya no tienen esas perspectivas de ventas en referencias como las uvas, la piña, ciertas hortalizas, que eran antiguamente los productos estrella en esas fechas. Hoy día, diciembre se ha convertido en un mes más del calendario comercial, no se consume más fruta y verdura por ser Navidad.

VF. Las producciones locales tienen un peso importante en Merkabugati. Teniendo en cuenta la delicada situación de muchos ‘baserritaras’ (agricultores) con unas perspectivas de futuro poco halagüeñas, ¿preocupa perder a este tipo de proveedores?



Iñigo Vicente y José Antonio Ibáñez analizan las dificultades del ejercicio. / NR

JAI. Evidentemente es algo que nos preocupa. Ellos mismos nos trasladan su dura realidad cuando vienen a traer sus productos al mercado. Sin embargo, por el momento no se ha notado un descenso de oferta. Los productores locales están haciendo todo lo posible para aguantar y sacar adelante sus explotaciones. Por nuestra parte, intentamos ayudarles subiendo, lo que podemos, los precios, aunque para las empresas tampoco está

siendo fácil repercutir todos los gastos. Creo que este año va a ser decisivo en este aspecto. Es posible que más de un agricultor se verá obligado a abandonar al ver que los números no salen.

VF. ¿Cómo ha sido la gestión de Merkabugati en este año tan complicado económicamente?

Iñigo Vicente. Desde la parte administrativa, Merkabugati también ha sufrido este aumento de costes con gastos de comunidad más altos. Nuestro trabajo

“Las empresas del mercado hemos tenido que hacer frente a subidas importantes en energía, transporte, y unas ventas muy flojas durante todo el año”

“Nuestro trabajo se ha centrado en tener el menor gasto posible y que las cuotas de comunidad no fueran una inquietud más para las empresas”

se ha centrado en tener el menor gasto posible en este aspecto y en ayudar a las empresas del mercado para que estas se preocuparan exclusivamente de sus ventas y que estos gastos de comunidad no fueran una inquietud más.

Ha sido un año complicado intentando ajustar lo máximo posible los números. Y la única inversión realizada durante 2022, conjuntamente con la Mancomunidad San Marcos, ha sido la reparación la zona de reciclado de envases y gestión de residuos de Merkabugati.

VF. Ahora que mencionan la zona de reciclado y la gestión de residuos, ¿cómo definirían la apuesta de Merkabugati por la sostenibilidad y el respeto al medioambiente?

JAI. En este tema podemos confirmar que Merkabugati lleva años de adelanto en compara-

ción a otros mercados mayoristas de frutas y hortalizas. Desde 2001, este mercado cuenta con un sistema de gestión de residuos, envases y reciclaje. Después de 22 años, podemos decir que es un sistema bien estructurado, con un excelente funcionamiento.

IV. El paso siguiente en este reto de ser más sostenibles es la instalación de placas solares. Ya se han estudiado varios proyectos, y conocemos la problemática que tenemos para poner en marcha el proyecto. La asamblea general fijada para julio de 2023 será el momento para decidir este y otros aspectos clave para el futuro funcionamiento de Merkabugati.

VF. Conseguir atraer a más clientes ha sido históricamente uno de los retos históricos de Merkabugati. Tras acciones de promoción y otras iniciativas de prospección realizadas en el pasado, ¿cuál es ahora mismo su área de influencia?

IV. No ha habido muchos cambios, seguimos siendo la primera referencia para los clientes de la capital, municipios cercanos y para el cliente francés de Bayona hacia la frontera. La ‘asignatura pendiente’ siguen siendo los municipios guipuzcoanos más cercanos a Vizcaya como Eibar, Elgoibar, Deba... que les resulta más cómodo y económico abastecerse en Mercabilbao, al ahorrarse el pago de la autopista AP8 —una de las más caras y con más curvas de España—.

VF. Hablando precisamente de Mercabilbao, su próximo traslado a Ortuella con más espacio, nuevas construcciones y todos los servicios disponibles ¿podría restar clientes a Merkabugati?

IV. Sin entrar a valorar este anuncio del nuevo Mercabilbao, su ubicación, el diseño presentado, la situación de la mitad de las empresas que operan en ese mercado... mi opinión particular es que más que restar puede ser una oportunidad para captar más clientes. Ahí lo dejo.

VF. Hablando de clientes, ¿hay cambios en la tipología de compradores de Merkabugati?

JAI. No hay cambios en este sentido. Las grandes cadenas no vienen y el cliente tradicional es el tendero de barrio de toda la vida, el extranjero que en su día montó su frutería y el cliente francés. Sus cadenas de supermercados siguen sin venir a comprar a Merkabugati.

Si bien no hay cambios en la tipología, lo que se está viendo es que cada vez hay menos fruterías en el territorio guipuzcoano. Las que han cerrado por jubilación no han encontrado alguien que se hiciera cargo o quisiera comprar el negocio. Incluso el cliente extranjero que tenía dos o tres tiendas, ahora ya no quiere invertir en más locales, ha visto lo duro que es este negocio y prefiere seguir con lo que tiene. Tampoco se ven nuevos inmigrantes, establecidos ya en territorio guipuzcoano, decidan abrir una frutería.

VF. ¿Al igual que el mercado vizcaíno, Merkabugati se ha planteado su ampliación o traslado para mejorar su operatividad?

JAI. Merkabugati tal como está ahora mismo con su ubicación, sus dimensiones, servicios, etc. es suficiente y su operatividad no es problema. Para la actividad del día a día las instalaciones ofrecen todo lo necesario tanto a proveedores como a compradores. ¡No necesitamos un mercado más grande sino más clientes!



Las instalaciones de Merkabugati ofrecen todo lo necesario a proveedores y compradores. / NR