

## 3 Balance agrario

2022, un "año negro" para la agricultura de la Comunitat Valenciana

**CITROSOL**  
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS  
Más información en contraportada

## 9 Aguacate

La producción española se reducirá al menos en un 25% esta campaña

# valencia fruits

17 de enero de 2023 • Número 3.009 • Año LXI • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Durante la protesta se exigió a Ribera que "gobierne con equidad" para todos o que, de lo contrario, cese en su cargo antes de llevar a cabo su plan para el trasvase. / MITECO

## Los afectados del trasvase plantan cara a Teresa Ribera

El sureste peninsular se manifiesta unido contra el recorte del trasvase Tajo-Segura

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

El 11 de enero miles de regantes, políticos y representantes socioeconómicos de Alicante, Murcia y Almería se desplazaron a Madrid para protestar frente a las puertas del Ministerio de Transición Ecológica ante la decisión de incrementar el caudal ecológico del Tajo y reducir escalonadamente el agua para el trasvase al Segura. La protesta convocada por Scrats y el Círculo por el Agua de las comunidades afectadas tuvo un gran apoyo por parte del sector agrario y también por parte de las instituciones políticas.

Los manifestantes exigieron la dimisión de la ministra titular, Teresa Ribera, por su "actitud radical" y advirtieron de las consecuencias de poner en riesgo el trabajo de miles de agricultores de las provincias afectadas, colocando "al borde del colapso a las economías de sus regiones". Además, insistieron en que el agua "no es una batalla política entre comunidades autónomas, sino un asunto de Estado y un derecho igualitario para todos los españoles".

Junto a los agricultores, también se desplazaron a Madrid

representantes de las patronales del sector agrario y de empresas exportadoras, sindicatos, empresarios, cooperativas y políticos de las tres comunidades afectadas, que independientemente de su signo político acudieron a la cita para defender la llegada del agua a sus territorios.

Como respuesta del Gobierno central, ni Ribera ni el secretario de Estado de Medioambiente, Hugo Morán, dan su brazo a torcer y afirman que las peticiones de los regantes "son incompatibles con el bien común" y que esta decisión, una "garantía ambien-

tal", responde a cinco sentencias del Tribunal Supremo.

Así, habrá que esperar a que el Consejo de Estado dictamine el próximo 19 de enero el Real Decreto que revisa la planificación hidrológica para el periodo de 2022-2027, y que incluye la modificación de los caudales ecológicos del trasvase, antes de remitirlo al Consejo de Ministros para su aprobación definitiva. Valencia, Murcia, Castilla-La Mancha y Andalucía ya han presentado alegaciones.

Más información en página 7



### Esta semana

2 "Balance anual y relevo generacional", artículo de Gonzalo Gayo

4 Tras la recuperación de parte de la producción, el precio de venta del plátano de Canarias desciende más del 35%



5 Ailimpo informa sobre la actualidad de la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo

6 "De plagas y otras bagatelas", artículo de opinión de Cirilo Arandis

8 La meteorología agudiza la siniestralidad en el sector agrario durante el ejercicio 2022

La producción de fruta cayó en Aragón un 13,16% en la pasada campaña

Saint-Charles  
International  
Perpignan  
dossier



### ÍNDICE

Agrocomercio: .....	3
Agrocultivos: .....	7
Agrocotizaciones: .....	10
Noticias de empresas: .....	14

**AgroFresh**  
We Grow Confidence™  
Soluciones innovadoras que te ayudan a extender la frescura y reducir el desperdicio de alimentos  
+34 961 323 415  
AgroFresh.com





valencia  
**fruits**

**Fundadores**

JOSÉ FERRER CAMARENA  
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

**Presidenta**

ROCÍO FERRER ORTIZ

**Vicepresidente**

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

**Gerente**

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

**Director**

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

**Redacción**

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

**Red de corresponsales**

■ corresponsales@valenciafruits.com

**Preimpresión**

RAFAEL CABO CORTELL

ALEGRES DELICADES, S.L.

■ preimpresion@valenciafruits.com

**Administración y Suscripciones**

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ suscripciones@valenciafruits.com

**Publicidad**

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

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



**SUCRO**

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: IMPRICA

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**

# Balance anual y relevo generacional

Por GONZALO GAYO

La agricultura valenciana sigue sin resolver los principales problemas que amenazan su futuro. El envejecimiento de la población agraria y la falta de un relevo pone en evidencia la ausencia de estímulos de una administración valenciana poco operativa para hacer frente a retos que marcarán el futuro del sector y que siguen sin estar a la altura de lo que demandan los agricultores.

En el balance anual del campo, la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) cifra en 800 millones de euros las pérdidas a causa de la subida de los costes de producción, las graves mermas de cosechas por la meteorología, la entrada masiva y sin reciprocidad de importaciones de terceros países, la falta de soluciones para combatir las plagas y enfermedades, los daños récord de la fauna salvaje y los robos en el medio rural. Sin duda, un duro golpe para los más de 100.000 agricultores valencianos que sufren el envejecimiento y empobrecimiento del campo junto a la pérdida de rentas sin que haya un apoyo claro desde la administración valenciana.

El presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, califica el año agrario como “desastroso, con pérdidas históricas”, y reclama a las administraciones “diálogo con el sector para consensuar una hoja de ruta que garantice una sostenibilidad no solo medioambiental, sino también económica”.

La agricultura valenciana sigue registrando peores datos que el resto del sector en España ya que volvemos a liderar el total de tierras agrarias sin cultivar, con casi 165.000 hectáreas, además de encabezar el ranking nacional en edad media agraria y en porcentaje de agricultores mayores de 65 años. Es por ello que los productores denuncian la ausencia de una hoja de ruta que amplíe y modernice nuestras estructuras agrarias y haga frente a los grandes retos de nuestra agricultura en un momento histórico en el que se decide el ser o no ser de cara al futuro.

Las estadísticas oficiales corroboran el envejecimiento de la población agraria y la falta de relevo generacional que padece el sector agrario español y que lidera la Comunitat Valenciana. Además se ostenta el mayor porcentaje de agricultores



La agricultura valenciana continúa sin resolver problemas que amenazan su futuro. / GG

mayores de 65 años, los cuales representan el 50% de los 100.259 titulares totales. Únicamente el 0,3% de los agricultores valencianos tiene menos de 25 años. De hecho, se alcanzan cifras sorprendentes en poblaciones como Guardamar de la Safor (79,12 años), L'Alqueria de la Comtessa (75,17), Bellreguard (74), Daimús (73,54), Piles (73,48), Paiporta (73,18) y Fanzara (73,13), por lo que deberían ponerse en práctica con urgencia planes de empleo para jóvenes agricultores en los municipios valencianos con las ayudas europeas.

Desde AVA señalan que los agricultores mayores aguantan todo lo que pueden, incluso recurriendo a su exigua pensión de jubilación, para mantener cuidados los campos, porque les guardan un gran valor sentimental y, sobre todo, porque los hijos y nietos huyen de un negocio de dudosa viabilidad económica, según relata el presidente Cristóbal Aguado. Y añade que lo peor es que irá a más “mientras la clase política siga de brazos cruzados sin establecer garantías de una rentabilidad estable y digna”.

Aguado recuerda que hay que tomar medidas de cara al futuro en un sector amenazado por la falta de un relevo ge-

neracional. Los agricultores precisan de apoyo para hacer frente al cambio climático que merma las cosechas, la brutal subida de los costes de producción agravada por la guerra de Ucrania, las importaciones procedentes de terceros países sin reciprocidad que hundien los precios de nuestras producciones, la amenaza y lucha contra las plagas normalmente importadas, la nueva PAC que se estrena en 2023 y una Ley de la Cadena Alimentaria insuficiente para resolver el desequilibrio entre origen y destino.

El sector agroalimentario representa el 9,6% de la economía de la Comunidad Valenciana, con una cifra de negocio de 9.392 millones de euros. Genera además el 12% de los puestos de trabajo del conjunto económico con 238.000 personas ocupadas, de los cuales poco más de 100.000 son agricultores.

Pese a estas cifras macroeconómicas, los agricultores valencianos siguen empobreciéndose ante el descenso de sus ingresos debido al incremento de los costes y de unos precios percibidos que siguen siendo bajos.

En el balance anual, AVA recuerda que a la vista de las políticas agrarias insuficientes e incluso lesivas para el mundo rural, 2022 fue un año con múltiples movilizaciones en Valencia y Madrid. AVA-Asaja participó, entre otros actos reivindicativos, en la manifestación del sector agrario el 25 de febrero en Valencia, la histórica manifestación del mundo rural el 20 de marzo en Madrid, la concentración contra la PAC el 23 de noviembre y la concentración de los regantes frente al ministerio para la Transición Ecológica el 29 de noviembre.

También, La Unió denuncia que las respuestas de las diferentes administraciones no han sido las adecuadas ante todos esos problemas, de ahí las protestas realizadas por la organización a lo largo del año. Se iniciaron el 28 de enero en Madrid por parte de los ganaderos y prosiguieron con una manifestación unitaria por las calles de Valencia el 25 de febrero con la participación de 8.000 agricultores y 250 tractores para lanzar un SOS por la supervivencia del campo valenciano. “Si nuestros gobernantes no reaccionan, la organización augura nuevas movilizaciones para este 2023”, señalan desde La Unió.

Este segundo semestre del año España ostentará la presidencia de la Unión Europea, lo que debería suponer una oportunidad para introducir en el discurso político europeo todos aquellos problemas y las soluciones para el sector agrario español y valenciano. Esperemos que las administraciones, y especialmente la valenciana, apoyen decididamente a nuestros agricultores e impulsen de forma decidida la modernización y digitalización del sector agrario con importantes ayudas al relevo generacional.

LA PLANTA BAJA

LUISFU





# Agrocomercio

## 2022, un “año negro” para la agricultura valenciana

En su balance anual, AVA-Asaja cifra las pérdidas del sector agropecuario de la Comunitat Valenciana en 800 millones de euros durante el ejercicio del año pasado

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

AVA-Asaja califica 2022 como un “año negro” para la agricultura y la ganadería valenciana y su presidente, Cristóbal Aguado, augura un 2023 “muy complicado”, debido sobre todo a la complejidad y las elevadas exigencias establecidas en las nuevas normativas europeas aprobadas y al periodo de incertidumbre que se abre en un año electoral. El balance de la organización del pasado ejercicio agrario cifra las pérdidas del sector en 800 millones de euros, un 25% más que el año anterior, a causa de la subida sin precedentes de los costes de producción, las graves mermas de cosechas por las anomalías meteorológicas, la entrada masiva y sin reciprocidad de importaciones de terceros países, la falta de soluciones para combatir las plagas y enfermedades, los daños récord de la fauna salvaje y los robos en el medio rural. De esta cifra global de pérdidas en la Comunitat Valenciana, 330 millones corresponden a Valencia, 240 a Castellón y 230 a la provincia de Alicante.

Ante la crítica rentabilidad de los agricultores y ganaderos valencianos, AVA-Asaja reclama a las administraciones “que se pongan las pilas” y una hoja de ruta que garantice una sostenibilidad no solo medioambiental, sino también económica. “La situación es preocupante y requiere un análisis en profundidad. Viendo los resultados habría que afrontar 2023 de una forma constructiva, objetiva, científica, razonando; constituyendo una mesa de diálogo en la que participen todos los partidos políticos y organizaciones para diseñar el futuro de la agricultura de la Comunitat Valenciana”, ha reclamado Cristóbal Aguado.

El balance agrario de la organización revela que, a pesar de la inflación del 15% de los alimentos en los puntos de venta, los precios a pie de campo no cubrieron en muchos cultivos los costes de producción, arrojando unas pérdidas de mercado de 300 millones para los productores. Todos los costes agropecuarios siguieron subiendo en 2022 hasta alcanzar máximos históricos. Según datos oficiales, los insumos que más se encarecieron son los fertilizantes (+62%) —si bien algunos compuestos nitrogenados y la urea se han llegado a doblar o triplicar—, la energía (+49%) —entidades de riego han pagado facturas cuatro o cinco veces superiores debido al incremento desmesurado del precio de la electricidad y al establecimiento por parte del Gobierno del ‘tope



El presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, en la presentación del balance. / ÓO

**Cristóbal Aguado, augura un 2023 “muy complicado”, debido a la complejidad y las elevadas exigencias establecidas en las nuevas normativas europeas**

al gas’—, los piensos (+34%) y los fitosanitarios (+20%). El gasóleo agrícola bajó su precio a finales de año pero a lo largo del ejercicio se mantuvo un 70% más caro.

Por otra parte, las sucesivas adversidades meteorológicas (heladas, falta de horas de sol en primavera, lluvias persistentes y torrenciales, pedrisco, sequía o calor en invierno) provocaron desplomes de cosechas en los principales cultivos como los

cítricos (-20%), la uva (-25%), el olivar (-85%), la almendra (-55%), el arroz (-10%), los cereales (-25%) o el kaki (-70%). Esta siniestralidad, muchas veces no cubierta por el seguro, provocó pérdidas de 285 millones en la Comunitat Valenciana.

Además, la continuada supresión de materias fitosanitarias y la generación de resistencias a los pocos productos autorizados mantuvieron los ataques de pla-

**Todos los costes agropecuarios alcanzaron en 2022 máximos históricos**

gas y enfermedades. Los daños representaron 150 millones, sobre todo en cítricos (Cotonet de Sudáfrica, araña roja y mosca del Mediterráneo), kakis (cotonets, moscas blancas y mancha foliar), arroz (Pyricularia y malas hierbas) y almendras (avispa y Xylella fastidiosa). Pese a ello, la UE presentó en 2022, en línea con el Pacto Verde, una propuesta de reglamento que plantea nuevos recortes e incluso la prohibición de todos los fitosanitarios en ‘zonas sensibles’ que suponen más del 30% de la agricultura española y más del 80% de la agricultura valenciana. Sobre este aspecto, Cristóbal Aguado ha advertido que “no se podrá realizar ningún tratamiento químico en estas zonas para luchar contra las plagas. Las limitaciones, sin bases científicas, nos pueden llevar a un desastre en Europa y en la Comunitat Valenciana”.

La organización agraria también destaca que las instituciones comunitarias continuaron oponiéndose a establecer ‘cláusulas espejo’ o reciprocidad a las importaciones foráneas que desplazan las producciones europeas en su propio mercado. La única nota positiva fue el establecimiento del tratamiento en frío a los cargamentos de naranjas sudafricanas a fin de evitar la introducción y propagación de la falsa polilla, pero se excluyó las mandarinas y pomelos pese a entrañar el mismo riesgo.

Por último, AVA-Asaja indica en su informe que la excesiva e incontrolada fauna salvaje, sobre todo el jabalí, incrementó sus perjuicios un 15% y ya causa 40

millones de daños anuales. Los robos de cosechas de alto valor, instalaciones de riego y materiales metálicos siguieron siendo una lacra generando 25 millones de pérdidas en el sector agrario valenciano.

■ **LA PAC COMO PRINCIPAL ENEMIGO**

Durante la presentación del balance, Cristóbal Aguado centró gran parte de sus críticas en la política agraria de la Unión Europea y sus elevadas exigencias en un momento muy complicado. Para el presidente de AVA-Asaja “la PAC es actualmente el enemigo número uno de la agricultura, especialmente de la valenciana. En Europa no piensan en el sector agrario. Están expulsándonos del campo a conciencia, y desde luego esta PAC de mediterránea no tiene nada. Y es tan exigente que choca frontalmente con la estructura agraria que predomina en la Comunitat”.

El presidente de la organización agraria denunció que con las nuevas normativas aprobadas por Bruselas el trabajo burocrático se va a multiplicar y “su aplicación va a resultar casi imposible”.

Un agricultor de minifundio valenciano “no puede soportar gestionar un cuaderno digital de campo y tener que contratar un asesor técnico, que debe acudir a los campos, ver la evolución de las plagas, autorizar los tratamientos y especificar incluso la dosis que se debe aplicar. Para el productor pequeño, contratar al asesor va a costar más que el valor de la producción de la explotación. Y, además, el agricultor debe ser un experto en el mundo digital para tener actualizados todos estos datos”.

Por ello, Cristóbal Aguado ha expuesto que “el 70% de la agricultura valenciana no podrá hacer frente a las exigencias de la PAC. 2023 es un año ya de por sí complicado y la política europea no nos lo pone fácil. Los controles de Europa sobre la agricultura van a ser exhaustivos y si la administración valenciana no ofrece soluciones para cumplir con las exigencias de la Política Agraria Común, la Comunitat puede sufrir penalizaciones millonarias”.

Tras las pérdidas sufridas en 2022, y el escenario tan complejo que se presenta en 2023, el presidente de AVA-Asaja señaló que “produce tristeza el desamparo que nos transmiten nuestros agricultores. Nuestros productores se sienten derrotados”.

En este contexto, y a la vista de las políticas agrarias insuficientes e incluso lesivas para el mundo rural, 2022 fue un año con múltiples movilizaciones en Valencia y Madrid.

AVA-Asaja participó, entre otros actos reivindicativos, en la manifestación del sector agrario el 25 de febrero en Valencia, la histórica manifestación del mundo rural el 20 de marzo en Madrid, la concentración contra la PAC el 23 de noviembre y la concentración de los regantes frente al ministerio para la Transición Ecológica el 29 de noviembre.



Los productores valencianos atraviesan una situación complicada. / ÓSCAR ORZANCO



■ A 14 DE ENERO

## Exportados 209.902.430 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2022/2023, a 14 de enero, se han enviado a países terceros, en exportación (209.542.785) y reexportación (359.645), un total de 209.902.430 kilos según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2021/2022, a 15 de enero de 2022, lo exportado eran 219.197.310 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 22/23		Campaña 21/22	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	655.762		208.824	989
Angola	24.975		24.300	
Arabia Saudita	3.423.937		5.465.370	
Argentina	279.242		220.456	
Argelia		3.518		
Armenia	8.823		15.971	
Australia			118.070	
Bahrain	62.553		79.162	
Bielorrusia			926.273	4.950
Bosnia-Herzegovina	345.932		131.781	
Brasil	5.870.385		4.703.722	
Cabo Verde	142.394	10.736	158.197	19.524
Canadá	18.573.486		19.951.020	
China			41.670	
Colombia	329.365		209.591	
Congo (República)	2.995			
Corea del Sur	19.754		58.956	
Costa de Marfil	64.195	3.952	35.185	24.452
Costa Rica	447.297		520.485	
Curaçao	99.490		95.537	
Ecuador	233.180			
El Salvador	154.111		63.403	
Emiratos Árabes Unid	2.823.707		2.780.787	
Estados Unidos	805.217		314.816	
Gabón	5.320		31.043	
Ghana	22.460		57.283	
Gibraltar	143.560	15.635	141.418	13.726
Gran Bretaña	122.895.007	72.005	123.226.744	78.923
Guatemala	172.993		66.136	
Guinea			6.013	4.003
Guinea Ecuatorial	111.358	31.918	117.200	54.328
Guinea-Bissau	9.520	3.150	5.240	
Honduras	200.209		135.636	
Hong-Kong	138.260		67.198	
Irlanda	31.051		67.897	
Islandia	552.976		607.004	
Kazajistán	624		799	
Kuwait	292.731		143.540	
Liberia	15.428	1.346	11.004	
Malasia	44.804		219.877	
Mali	17.399	7.520	13.797	6.795
Mauritania	1.579	1.126	3.592	12.674
Moldavia	205.168		232.997	38.610
Nigeria	197.720		72.530	
Noruega	20.503.930	8.806	21.421.237	640
Omán	267.825		371.102	
Panamá	582.774		474.034	
Qatar	740.589	1.120	1.213.102	
Rep. Centroafricana	9.597	53.325	18.920	118.455
Senegal	8.720		5.421	60
Serbia	612.759		904.747	
Sierra Leona	6.609		7.028	
Singapur	23.552		1.452	
Sri Lanka			47.884	
Sudáfrica	656.660		979.243	
Sudán			14.080	
Suiza	25.383.834	145.489	29.920.090	104.472
Ucrania	1.186.059		1.956.135	6.529
Uruguay	134.911		23.184	
<b>Por variedades (Kg):</b>				
Clausellina	235.590	960	287.637	800
Satsuma	10.760.636		13.296.183	198
Clementina	75.243.187	24.340	83.460.866	11.027
Clementina con hoja	8.932.802	2.320	9.483.725	769
Clemenvilla	5.205.669		4.349.909	
Hernandina	61.223		22.031	
Fortuna			131.772	
Mineola			3.057	
Ortanique	248.757		303.884	
Ellendale			70	
Otras mandarinas	12.208.286	16.654	6.708.836	10.734
Uso industrial			241.412	
Nadorcott	1.212.343	6.600	1.027.009	31.201
■ TOTAL MANDARINAS	114.108.492	50.874	119.316.390	54.728
Navelina	50.197.179	2.457	49.244.363	31.596
Navel	4.671.904	6.735	6.023.899	2.897
Navel Late	10.467	1.731	62.754	2.108
Lane Late	281.964		94.891	
Salustiana	1.144.904		1.872.553	9.368
Cadenera	6.042		26.099	
Sanguina	193		32.790	
Sanguinelli	26.132		49.644	
Valencia Late	206.545	49.422	276.001	168.116
Verna	107.426	1.420	858.113	3.094
Otras	5.968.666	65.443	3.431.055	60.633
Uso industrial	131.360		88.523	
Navel Powel	97.736		130.891	
Barberina	17.232		135.112	
■ TOTAL NARANJAS	62.867.750	127.207	62.326.687	277.812
■ TOTAL LIMONES	30.083.588	170.615	34.927.216	149.031
■ TOTAL POMELOS	2.472.075	10.949	2.124.769	7.498

# El precio del plátano de Canarias desciende más del 35%

La recuperación de parte de la producción ha generado una caída muy rápida y significativa del valor de venta

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El año 2022 ha finalizado dibujando una pronunciada curva descendente en cuanto al precio al consumidor del Plátano de Canarias. A partir del mes de agosto, pico máximo ascendente (3,29 euros/kilo de precio medio en la península), el precio de venta al público del plátano ha ido en descenso, alcanzando actualmente su punto más bajo. Concretamente, el valor por kilo al consumidor se sitúa actualmente en 2,05 euros de media. Un descenso del 18% si lo comparamos con su precio en el mismo mes de 2022.

La pérdida de más de 70 millones de kilogramos de producción con motivo de la erupción volcánica en La Palma en 2021 tensionó el mercado del plátano durante buena parte del año 2022. Sin embargo, la recuperación de parte de la producción perdida por la erupción, gracias a un clima con temperaturas más elevadas de las habituales en el último trimestre de 2022, ha generado una caída muy rápida y significativa de su precio.

Un descenso que no ha sido equilibrado, pues, según señalan desde Asprocan, afecta principalmente a los productores, debido a la falta de agilidad en el traslado de la reducción de precios en origen a los precios al consumidor, lo que está generando fuertes pérdidas a los agricultores.

A pesar de que se espera que la subida de precios de los alimen-



El precio del plátano de Canarias lleva cayendo desde agosto de 2022. / ARCHIVO

**Los productores son los principales sacrificados en la pérdida de ingresos desde origen hasta el punto de venta**

tos en general se mantenga en este comienzo de año, los plátanos de Canarias materializan en estos momentos una bajada del 35% de su precio desde su punto más alto a mediados de 2022.

En palabras de Domingo Martín, presidente de Asprocan (Asociación de Productores de Plátano de Canarias), "como consecuencia de la

pérdida de producción causada por la erupción de La Palma y los altos precios derivados de la misma, en el año 2022 fue inevitable una pérdida de cuota de mercado en favor de la banana, que salió beneficiada del ensanchamiento de la demanda que habíamos venido logrando en los últimos años. No ha sido hasta final del año cuando comenzó a reducirse el precio en los puntos de venta, a pesar de que los productores ya percibían un precio sustancialmente inferior meses antes. Es imprescindible que los cambios de precio en origen se vean repercutidos al consumidor de forma rápida y con márgenes más razonables para todos los eslabones de la cadena".

## La Diputación de Huesca concede medio millón de euros para el cultivo de la trufa negra

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Diputación de Huesca ha concedido en las tres últimas anualidades casi medio millón de euros en ayudas para fomentar el cultivo de la trufa negra en diversas comarcas de la provincia.

Desde hace dos décadas, la institución realiza una importante labor para promover dicho cultivo no solo a través de estas subvenciones, sino también prestando servicio técnico a los productores, a través del Centro de Investigación y Experimentación en Truficultura, ubicado en Graus, y junto a otras entidades y organismos, organizando cursos de formación.

Durante 2022, se concedieron subvenciones a 28 proyectos de diferente índole por un montante de 144.000 euros. En concreto, 124.000 se destinaron a la mejora de plantaciones trufas y otros 20.020 a nuevas instalaciones.

La trufa negra cuenta cada año con más espacio para la



Plantaciones trufas en el centro de investigación de Graus. / JAVIER ORTEGA

producción en toda la provincia de Huesca, y con las últimas 65 nuevas hectáreas incorporadas, se han alcanzado casi las 2.000 has.

Según ha informado la Diputación, este crecimiento su-

pone que la trufa negra "se haya convertido en algunas zonas del territorio altoaragonés en un importante motor de desarrollo e impulso poblacional, diversificando una economía tradicional y permitiendo la instalación de nuevos vecinos en pequeños municipios".

A esta labor se suma el apoyo que la institución presta a la Asociación de Cultivadores y Recolectores de Aragón, con sede en Graus, para la difusión de la trufa y sus múltiples aplicaciones en la cocina.

Para ello, colabora cada año con el Mercado de la Trufa Fresca de Graus, único de estas características en España, que abre semanalmente durante la campaña para la adquisición de este producto, recién recogido del campo, y permite además su degustación en diferentes composiciones gastronómicas. Este año, está previsto que el mercado se celebre todos los sábados hasta el 11 de marzo.





## ACTUALIDAD

# GlobalG.A.P

El sector de limón y pomelo de España necesita estar al día en todo lo referente a la mejora de la eficiencia y la valoración del producto. Más aun, cuando actualmente los desafíos a los que nos enfrentamos -pandemia, subida de costes en todos los eslabones de la cadena de producción y repercusión de la inflación en la decisión de compra del consumidor- afectan directamente a la rentabilidad final obtenida en las explotaciones.

A la vez y de manera continuada, desde la gran mayoría de los mercados de destino se demandan más requisitos referidos a los estándares de **calidad, sostenibilidad y seguridad alimentaria** en la producción. Uno de estos requisitos es abordado por la certificación GlobalG.A.P., sello reconocido internacionalmente, puesto que se trata de un conjunto de protocolos de buenas prácticas de producción de alimentos en origen.

### ¿QUÉ ES GLOBALG.A.P.?

GlobalG.A.P. nace del acrónimo Buenas Prácticas Agrícolas en inglés (Good Agricultural Practices) y es un estándar de producción agronómica, cuyo antecesor fue EurepG.A.P., creado en los años 90 por las **principales cadenas de supermercados de Europa**. Esta certificación tiene como principal objetivo homogeneizar a nivel mundial unas prácticas agrícolas acordes con la regulación vigente en las materias de seguridad alimentaria, conserva del medioambiente y trabajo; en pos de un sistema de producción sostenible.

Dentro de la certificación, se puede encontrar módulos opcionales que complementan la norma centrándose en aspectos como las relaciones laborales (**GRASP**) e incluso el manejo eficiente del agua de riego (**Spring**).

### ¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS DE GLOBALG.A.P.?

Contar con este certificado, dota a los productos de un gran prestigio dentro del cada vez más competitivo mercado europeo e internacional. Además, no hay que olvidar que los consumidores han desarrollado durante los últimos años una gran sensibilidad por los productos agrícolas procedentes de prácticas respetuosas con el medioambiente.

### 5 VENTAJAS DE GLOBALG.A.P.:

1. Agrega valor a sus productos al cumplir una norma reconocida mundialmente.
2. Permite obtener acceso -a nivel local y mundial- a nuevos clientes, mercados, proveedores y minoristas.
3. Reduce su exposición a los riesgos reputacionales vinculados a la inocuidad de los alimentos y los productos.
4. Mejora la eficiencia en la gestión y los procesos de su explotación.

Por tanto, el limón y pomelo certificado con GlobalG.A.P. logra una mayor cotización dentro del canal de distribución de los supermercados europeos. Esta ventaja, en un contexto de reducción de la rentabilidad de las explotaciones, derivado por el aumento de la energía, costes de producción e inflación, puede contribuir a paliar en cierta forma el desafío que supone superar los principales retos a los que se enfrenta nuestro sector.

Esta mayor aceptación de los productos en los mercados europeos, estará basada en:

- ▶ Inocuidad alimentaria.
- ▶ Uso de métodos de producción sostenibles.
- ▶ Bienestar de los trabajadores.
- ▶ Uso responsable del agua.

Y a su vez, también facilita la venta de limones y pomelos y aproxima a productores e industrias de estos productos al cumplimiento de la legislación vigente, reduciendo al máximo la posibilidad de sanción en el caso de inspección de la autoridad competente.

En definitiva, GlobalG.A.P. se centra en la sostenibilidad y en AILIMPO entendemos la sostenibilidad tanto del limón como del pomelo de España bajo un múltiple enfoque basado en tres pilares: económico, social y medioambiental. Enfoque que sólo es posible abordar con GlobalG.A.P. en relación con las buenas prácticas agrícolas y sostenibles y con GRASP, que ayuda a los productores a establecer un buen sistema de gestión social.

### LA EVOLUCIÓN EN ESPAÑA DE LAS CERTIFICACIONES GLOBALG.A.P. Y GRASP EN LIMÓN Y POMELO

Desde hace años, el limón y pomelo de España -como resultado de la impli-

cación de los productores- se ha adaptado con gran éxito a la certificación GlobalG.A.P. y su add-on GRASP. Así, cerca de 20.000 hectáreas de limón ya están certificadas en nuestro país, siendo el segundo en cuanto a superficie detrás de Argentina. En tanto, el pomelo tiene 1.800 hectáreas certificadas y está solo por detrás de Estados Unidos y a la par con Israel.

En limón, la superficie GlobalG.A.P. ha crecido un 143% (más de 11.600 hectáreas) entre 2016 y 2022, situándose en la actualidad en 19.825 hectáreas. Mientras que el aumento en GRASP ha sido todavía mayor. Si en 2016 la superficie certificada solo ocupaba 2.586 hectáreas, actualmente ocupa casi el mismo espacio que el certificado por GlobalG.A.P.

En pomelo también se ha producido un aumento importante de la superficie certificada bajo GlobalG.A.P. en los últimos 6 años, pasando de las 1.144 hectáreas de 2016 a las 1.819 hectáreas de 2022 (+59%). En cuanto a la implantación del add-on GRASP, la actual superficie es de 1.438 hectáreas, lo que supone un incremento del 201% frente a 2016.

Aunque los datos reflejan el gran trabajo que se ha realizado en cuanto al compromiso del sector por la sostenibilidad ambiental, social y económica, todavía queda camino por andar para lograr que toda la producción se certifique, lo que ayudaría a que el limón y el pomelo producido en España siga siendo un referente en materia de sostenibilidad.

En consecuencia, desde AILIMPO tenemos claro que la certificación GlobalG.A.P. y su add-on GRASP se han configurado como un imprescindible para mejorar la sostenibilidad ambiental, social y económica ante la incertidumbre geopolítica y sus consecuencias, así como para hacer frente a los problemas internos del sector del limón y pomelo español.

Pese a que el sector ha crecido de forma muy significativa en superficie certificada bajo este protocolo, desde AILIMPO consideramos imprescindible seguir incrementado la certificación con el objetivo de ofrecer una producción diferencial, que nos ayude a mantenernos como líderes mundiales en la producción de limón y pomelo sostenible.

## OPINIÓN



Por JOSÉ ANTONIO GARCÍA (\*)

## Sostenibles con datos, evidencias y métricas. Alianza entre el sector financiero y sector agrario

El sector agrícola se configura como un agente con estrategias de inversión en activos basados en la naturaleza, como la agricultura sostenible, la agricultura regenerativa y los proyectos de absorción de carbono.

Por su parte, el sector financiero está sujeto al Reglamento europeo de Divulgación de Finanzas Sostenibles (SFDR) UE 2019/2088, que tiene como objetivo conseguir una economía sostenible. Para lograr un impulso efectivo en este sentido los flujos de capital desde la banca deben dirigirse hacia iniciativas que promuevan la sostenibilidad. Y aquí nace el reto del trabajo conjunto entre sector financiero y sector agrario: ser sostenibles y desarrollar juntos un sistema adecuado y homologado de métricas de seguimiento de sostenibilidad que garantice la eficacia real de las iniciativas sostenibles, elimine el "greenwashing", genere valor añadido a los retailers, y por supuesto permita al sector financiero cumplir con sus obligaciones de reporte sostenible.

Finalmente, una referencia a dos temas clave en los próximos años: la agricultura del carbono y la agricultura regenerativa que van íntimamente ligados entre sí y a la sostenibilidad.

La agricultura del carbono se define como un modelo de negocio que recompensa a los agricultores por adoptar prácticas mejoradas de gestión de la tierra que den lugar al almacenamiento de carbono en el suelo. Los incentivos financieros pueden proceder de fuentes públicas o privadas, o una combinación de ambas. Los créditos de la agricultura del carbono que generan los agricultores podrían venderse en los mercados voluntarios de carbono o ser recompensados por programas de incentivos públicos o privados y, por tanto, convertirse en un "producto" adicional además de los alimentos.

La agricultura regenerativa tiene como objetivo que el suelo no sea únicamente un soporte para los cultivos, sino que se considere un factor clave para aprovechar la fotosíntesis de las plantas, para cerrar el ciclo del carbono y así mejorar la salud del suelo mediante el aumento de la materia orgánica y mejorar la biodiversidad y la microbiología y al mismo tiempo incrementar la capacidad de retención de agua y el secuestro de carbono con la consiguiente reducción del CO2 atmosférico.

(\*) Director de Ailimpo

Evolución España certificación limón GlobalG.A.P. y Grasp

		2016	2018	2020	2022	Dif % 22 vs 1
Superficie Has	GlobalGAP	8.157	12.185	17.652	19.825	143 %
	Grasp	2.586	9.337	15.497	19.749	664 %





## OPINIÓN

# De plagas y otras bagatelas



Por CIRILO ARANDIS (\*)

**T**ras el paréntesis que han supuesto las fiestas navideñas, toca volver a lo cotidiano, a lo que coloquialmente venimos en llamar la cruda realidad. Ante todo, mis mejores deseos, ya sea por lo que haya acontecido, como por lo que se nos avecina en este 2023, que ya ha abierto las primeras hojas de un nuevo libro que viene a ser una continuación del que cerramos el año anterior. Todo aquello que para bien o para mal nos sorprendió ahí está, y todo aquello que quedó inconcluso ahí sigue de igual manera. Al menos espero que este periodo, en el que todo son buenos deseos, sirva para afrontar el complejo escenario que se nos presenta con la mejor voluntad y con toda la ilusión del mundo.

La principal novedad es la aplicación y puesta en valor de la nueva, pero ya vieja, PAC. Aprobado el Plan Estratégico de la PAC, se abre todo un sinfín de aspectos normativos, tanto en nuevas obligaciones como en la gestión de las ayudas previstas para el sector. Una PAC que debía estar aplicándose desde 2021, pero que ha necesitado dos años de prórroga para su puesta en marcha. Quizás la causa sea eso de que Europa es un espacio de debate y de consenso, frente a otras opciones en la política que se dan en otros lugares del mundo. Con todo, lo cierto es que el resultado ha sido menos presupuesto y más obligaciones. La trasposición a nuestro ordenamiento queda plasmada en ocho Reales Decretos que suman más de mil páginas que, si quieres dedicarte a esto de la agricultura, al menos, te deben sonar, pues son de aplicación. Seguro que todo este desarrollo normativo es necesario para garantizar la seguridad jurídica, aunque también es evidente que casa muy poco con el concepto de simplificación de la PAC.

De entre toda esta literatura publicada en el BOE destaca la obligatoriedad de inscripción en el Sistema de Información de Explotaciones Agrarias, el SIEIX, que consiste en un conjunto de bases de datos y registros administrativos interconectados, en el que se recogerá toda la información disponible de las explotaciones agrarias de España. Además, existirá la obligación de tener actualizado el cuaderno de campo de forma digital, introduciendo todos los tratamientos efectuados en nuestras parcelas. El cuaderno estará interconectado con otro registro, el de las compras de los fitosanitarios. Es evidente que, ante este desafío normativo, el agricultor organizado va a tener el asesoramiento adecuado, y aquí es donde debemos poner en valor el hecho de pertenecer a una cooperativa. Este escenario agranda la brecha, cada vez mayor, entre el concepto y valor de la liquidación a un socio organizado, y el valor de la venta de su cosecha por parte de un productor no asociado, que tendrá que buscar y pagar aparte este asesoramiento.



En 2022 se han detectado un total de 138 envíos de cítricos contaminados con plagas de cuarentena. / ARCHIVO

**"Aprobado el Plan Estratégico de la PAC, se abre todo un sinfín de aspectos normativos, tanto en nuevas obligaciones como en la gestión de las ayudas previstas para el sector"**

**"Otro de los temas normativos más significativos en este inicio de año es el relativo a la publicación del Real Decreto 1055/2022, de envases y residuos de envases. Es cierto que persigue un buen fin, reducir el uso de plástico, pero también es cierto que legisla en un sentido que potencia la venta de frutas a granel, pues deberá de ser esta la presentación del producto si el lote de venta es inferior a 1,5 kilogramos"**

**"Legislar es fácil, y el papel lo aguanta todo, y es por eso por lo que supuso un cierto alivio leer varias noticias de prensa en las cuales se informaba que el Consejo Europeo ha remitido un mensaje a la Comisión Europea, de tal forma que, en el plazo de seis meses a contar desde la entrada en vigor del Reglamento sobre Uso Sostenible de Productos Fitosanitarios, se debe presentar un nuevo estudio de impacto"**

Otro de los temas normativos más significativos en este inicio de año es el relativo a la publicación del Real Decreto 1055/2022, de envases y residuos de envases. Es cierto que persigue un buen fin, reducir el uso de plástico, pero también es cierto que legisla en un sentido que potencia la venta de frutas a granel, pues deberá de ser esta la presentación del producto si el lote de venta es inferior a 1,5 kilogramos. De igual manera será de aplicación la normativa en relación con la prevención del desperdicio alimentario, según la cual, en determinados puntos de venta será de obligación la existencia de espacios en los que se ofertarán productos "feos" y, por consiguiente, fuera de la tipificación de la normalización. En

el contexto en el que el consumo de frutas y hortalizas tiene una curva descendente, promover la indiferenciación del producto, no parece la mejor manera de hacerlo atractivo al consumidor, y si tenemos en cuenta el diferencial de costes con nuestros competidores de países terceros, más parece que se les esté poniendo una alfombra roja a su llegada, potenciando sus puntos fuertes en detrimento de nuestras virtudes.

Legislar es fácil, y el papel lo aguanta todo, y es por eso por lo que supuso un cierto alivio leer varias noticias de prensa en las cuales se informaba que el Consejo Europeo ha remitido un mensaje a la Comisión Europea, de tal forma que, en el plazo de seis meses a contar desde la entrada en vigor del Reglamento so-

bre Uso Sostenible de Productos Fitosanitarios, se debe presentar un nuevo estudio de impacto. Conviene recordar, que el Consejo Europeo está compuesto por los jefes de Estado o de Gobierno de los 27 Estados miembros de la Unión Europea, además del presidente del Consejo Europeo y la presidenta de la Comisión Europea. De igual manera, también conviene recordar, que la norma sobre cuyo impacto debe pronunciarse la Comisión, pretende una reducción del uso de productos fitosanitarios del 50%. En un contexto de constante detección de plagas de cuarentena de los envíos de frutas y hortalizas procedentes de países terceros, pese a las posibles buenas intenciones de la medida propuesta, es evidente que es necesario evaluar y saber su impacto real.

El hecho cierto es que la Comisión ya presentó en diciembre pasado una evaluación de impacto, elaborada a partir de datos recopilados y analizados antes del estallido de la guerra de Ucrania. Es por ello por lo que el Consejo Europeo entiende la necesidad de un nuevo informe que considere el actual escenario, así como saber el impacto a largo plazo en la seguridad alimentaria y en la competitividad del sector agrícola europeo. El informe de diciembre no proporciona un análisis cuantitativo adecuado sobre el impacto potencial de la propuesta en el sector agrario europeo y el posible aumento de la dependencia exterior en un tema tan sensible como la alimentación; no considera el impacto de la prohibición de fitosanitarios en áreas sensibles, sobre todo en el caso de no existir alternativas eficaces; y no establece requisitos equivalentes a las importaciones de países terceros.

Este posicionamiento de los líderes políticos de la Unión Europea se muestra consecuente con lo que de verdad está ocurriendo en los puntos de inspección fitosanitaria, que deben controlar la sanidad vegetal de las mercancías recibidas en las fronteras europeas. Se siguen detectando más envíos contaminados de lo que sería deseable. Con estas

cifras, la conclusión es que cada vez tenemos mayor riesgo de padecer los efectos perniciosos de nuevas plagas, de cuya detección en Europa, cada vez más próximas a España, estamos teniendo noticias. La detección en Portugal de una nueva subespecie de Xylella en cítricos, así como el foco de *Batrocera dorsalis*, o mosca oriental, en Italia, no nos dejan más opción que firmeza en la normativa y en su ejecución, si queremos, no ya cultivar con un bajo uso de fitosanitarios, sino simplemente poder cultivar.

Según los datos oficiales de detección de plagas de cuarentena en cítricos provenientes de países terceros en el año 2022, que podemos consultar en el sistema de alertas comunitario, Europhyt, se han detectado un total de 138 envíos contaminados, el cuarto mayor dato en los últimos once años. De estos, 80 lo son de Mancha negra o CBS, 4 de *Thaumotobia* y 54 de *Xanthomonas citri*. A la cabeza del ranking Brasil, con 46 detecciones de *Xanthomonas*, prácticamente todos en lima, y Sudáfrica con 46 detecciones en Mancha negra. Por lo que respecta a *Thaumotobia*, y pese a haberse decretado la obligatoriedad del tratamiento en frío, todavía se detectaron 3 envíos contaminados procedentes de Sudáfrica, 2 en el mes de julio, y otro en el mes de octubre. Sin duda, las sospechas de la mala praxis en la ejecución de la exigencia del tratamiento en frío podrían tener en estos valores un nuevo respaldo.

Entre estos datos, sorprende el hecho de que de los tres positivos de Sudáfrica en *Thaumotobia*, una vez que es obligatorio el tratamiento en frío, dos lo sean en naranjas, pero uno lo es en mandarinas. Una vez más, el sector español tiene razón avallada con datos de la necesidad de ampliar la exigencia del tratamiento en frío a mandarinas y pomelos. De momento, es un único positivo en mandarinas, pero cabe preguntarse cómo actuaría un país adalid del liberalismo, como es el caso de Estados Unidos, si se diera este escenario. Yo se lo digo, es muy posible que, como ya ha ocurrido, cerrando el comercio con ese país.

No quiero finalizar este artículo sin volver a recordar lo fructífera que fue la visita de altos funcionarios de la DG Sante de la Comisión Europea a Valencia, y que sirvió para poner el valor el trabajo que desde Bruselas se está llevando a cabo en materia de sanidad vegetal. En esa línea de objetividad, a la vista de los datos, es en la que nos tenemos que mover y actuar en función de las circunstancias. Es seguro que la decisión del Consejo de Europa de solicitar un nuevo informe de impacto en un contexto cambiante también quiere ir en esa misma decisión. En todo caso, no se trata de rectificar errores, si no de adecuar las políticas a los hechos, y en este caso, a los riesgos ciertos.

(\*) *Presidente de Frutas y Hortalizas de Cooperativas Agro-alimentàries*



# Agrocultivos

## Clamor unánime contra el recorte del trasvase Tajo-Segura

Las comunidades afectadas esperan la respuesta del Consejo de Estado ante el rechazo de la ministra Teresa Ribera de modificar el Plan Hidrológico del Tajo

■ J. LUZ / R. FUERTES. REDACCIÓN.

“En el Levante, sin el trasvase, desierto y paro”. Bajo este lema, una multitud de regantes, políticos y representantes socioeconómicos de Alicante, Murcia y Almería se desplazaron el 11 de enero a Madrid para protestar frente a las puertas de Ministerio de Transición Ecológica ante la decisión de incrementar el caudal ecológico del Tajo y reducir escalonadamente el agua para el trasvase al Segura.

Durante la protesta, el presidente del Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura (Scrats), Lucas Jiménez, se dirigió directamente a la vicepresidenta tercera y ministra titular, Teresa Ribera, para que dimita de su cargo si no abandona su “actitud radical” y su “planificación hidrológica totalmente política”. En caso de aprobarse el nuevo decreto, los regantes estiman que “estos recortes de agua disponible supondrían la pérdida de 27.314 hectáreas de superficie regable, la desaparición de 15.000 empleos y una reducción del valor patrimonial de 5.692 millones de euros”, según sus cálculos.

### ■ GRAN ACOGIDA

La protesta convocada por Scrats y el Círculo por el Agua de Murcia, Alicante y Almería, que incluyen a organizaciones agrarias, empresarios, regantes, cooperativas, colegios profesionales y universidades, tuvo una gran acogida por parte del sector agrario y también por parte de las instituciones políticas.

Los manifestantes afirmaban que es “conveniente” llevar agua a esa zona no solo por el bien de su agricultura, su turismo y su medioambiente, sino también por el bien del país. “A la cuenca del Segura no se le puede restar un solo metro cúbico de agua. Hay que sumarle recursos, no restarle, y menos aún por contiendas políticas territoriales”, aseguraban las organizaciones convocantes en un manifiesto. Y es que asociaciones como Proexport pusieron por delante de todo la defensa del trasvase y lo dejaban todo para ir a Madrid: “Hoy nuestra oficina permanecerá cerrada. Todo el equipo de Proexport, y sus empresas asociadas, estarán hoy defendiendo los derechos de un sector maltratado por el Miteco”, anunciaban desde su perfil de Twitter.

En la misma línea, Asaja Alicante movilizó al campo alicantino y denunciaba ante el Miteco que “sin agua del trasvase Tajo-Segura la agricultura firma su sentencia de muerte”, añadiendo que se trata de “una decisión tomada de forma unilateral, que carece de justificación técnica



El presidente de Scrats leyendo el manifiesto en la protesta. / CARM

**El Consejo de Estado dictaminará el próximo 19 de enero el Real Decreto que revisa la planificación hidrológica y que incluye la modificación de los caudales ecológicos del trasvase Tajo-Segura**

**Una multitud de regantes, políticos y representantes socioeconómicos de Alicante, Murcia y Almería se desplazaron el 11 de enero a Madrid para protestar frente a las puertas de Miteco ante la decisión de reducir el agua para el trasvase al Segura**

y que se ampara únicamente en un ‘capricho político’ de la actual ministra, Teresa Ribera, para la que el sector en bloque pide su dimisión”.

De hecho, en el escrito que presentaron los manifestantes pedía a la ministra que reconsiderara su “decisión sectaria y radical de recortar innecesariamente el trasvase”, después de que un informe técnico dejara entrever en un borrador de proyecto de real decreto que es posible no elevar caudales ecológicos actuando en el Alto Tajo e invirtiendo en modernización de regadíos y depuración.

Así, los manifestantes exigieron inversiones “en acciones rea-

les para el río Tajo, que mejoren la calidad de las aguas y la vida de los ciudadanos que viven en sus riberas”, sin “dejarse llevar por ideas preconcebidas” que aumenten la brecha del déficit hídrico en la cuenca del Segura.

Además, advirtieron de las consecuencias de poner en riesgo el trabajo de decenas de miles de agricultores de las provincias afectadas, colocando “al borde del colapso a las economías de sus regiones” e insistieron en que el agua “no es una batalla política entre comunidades autónomas, sino un asunto de Estado y un derecho igualitario para todos los españoles”. “Estamos cansados de tener que mendigar lo que por derecho nos corresponde. Aguas excedentarias, sobrantes de la cuenca del Tajo, no de ninguna comunidad autónoma, pertenecen al Estado. A esas aguas tenemos tanto derecho como cualquier otro español, máxime cuando llevamos usándolas, pagándolas y amortizando su infraestructura desde hace 43 años”, afirmaban los convocantes.

En el manifiesto se exigió a Ribera que “gobierne con equidad” para todos o que, de lo contrario, cese en su cargo antes de llevar a cabo su plan para el trasvase.

### ■ PRESENCIA INSTITUCIONAL

Junto a los agricultores, se desplazaron a Madrid representantes de las patronales del sector agrario y de empresas exportadoras, sindicatos, empresarios, cooperativas y políticos de las tres comunidades afectadas que, independientemente de su signo político, acudieron a la cita para defender la llegada del agua a sus territorios.

Entre ellos asistió una delegación de la Generalitat Valenciana, encabezada por la consellera de Agricultura, Isaura Navarro; el presidente de la Región de Murcia, Fernando López Miras, junto con el con-

sejero Antonio Luengo, y la consejera andaluza de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Carmen Crespo.

El Consell reclamó revocar la decisión unilateral del Gobierno central sobre el trasvase Tajo-Segura, en lo que se refiere al aumento de los caudales ecológicos y “sin respetar lo que se acordó en el Consejo Nacional del Agua”.

Isaura Navarro destacaba en declaraciones tras la concentración que la necesidad de que “llegue agua suficiente a nuestros cultivos”, señalando la importancia de este aporte hídrico para mantener la soberanía alimentaria en Europa.

Las reclamaciones de la Comunitat llegan en la línea de que no se incrementen los caudales ecológicos sin tener en cuenta el criterio técnico, que es lo que consideran que se está haciendo desde el Gobierno central, y con una política deficiente de depuración de aguas en algunas comunidades.

El presidente de la Generalitat, Ximo Puig, no pudo acudir a la cita de Madrid por tener un compromiso previo con el sector textil valenciano, pero ha estado siguiendo lo sucedido durante la semana y al ser preguntado el sábado en el acto de entrega de los premios SER Viajeros en Cullera, aseguraba que “el agua no puede ser un motivo permanente de confrontación territorial”, defendiendo que el trasvase Tajo-Segura es “irrenunciable”.

López Miras, por su parte, reivindicaba desde Madrid que “en España hay agua suficiente para repartirla entre todos los españoles, y debe llegar a todos en las mismas condiciones, algo que no está ocurriendo hoy”, acusando al Gobierno central de “recortar el trasvase sin un solo informe científico o técnico que avale que esa decisión va a traer consigo algún beneficio medioambiental, social o económico”.

“Estamos denunciando una injusticia a sabiendas. Una decisión política que firma la sentencia de muerte al Tajo-Segura, a sus usuarios y a sus regantes”, afirmaba la consejera andaluza, Carmen Crespo.

### ■ EL MITECO NO CEDE

En respuesta a la protesta del sector, la vicepresidenta tercera y ministra de Transición Ecológica, Teresa Ribera, se ha mostrado inflexible al afirmar que las peticiones de los regantes son “incompatibles con el bien común” y que la nueva planificación hidrológica, a diferencia de las anteriores, “responde por primera vez a la realidad del cambio climático”.

Por su parte, el secretario de Estado de Medioambiente, Hugo Morán, ha insistido en que se aplicará a rajatabla la subida de caudales en el Tajo —tal y como está recogido actualmente en el Plan Hidrológico— ya que esta decisión responde a cinco sentencias del Tribunal Supremo que obligaban al establecimiento de este caudal siendo, además, una “garantía ambiental”.

## El Consejo de Estado se pronuncia

El Consejo de Estado ha informado que dictaminará el próximo 19 de enero el Real Decreto que revisa la planificación hidrológica de 12 demarcaciones para el período 2022-2027 y que incluye la modificación de los caudales ecológicos del trasvase Tajo-Segura.

El expediente del Real Decreto llega al Consejo de Estado con todos los documentos acumulados en su tramitación y con la petición de audiencia de las comunidades autónomas afectadas —Valencia, Murcia y Andalucía— para que se emita un informe desfavorable sobre el proyecto de real decreto en el que se incluye la regulación y el recorte del trasvase Tajo-Segura, alegando el cambio de redacción que sufrió la disposición adicional novena —la cláusula que estipula la revisión del estado de la cuenca— y la falta de rigor técnico a la hora de establecer las medidas.

El trámite ha recaído en la sección octava del Consejo de Estado, que preside el consejero permanente Enrique Alonso García, y cuyos letrados están estudiando la documentación para emitir un dictamen que debatirá el pleno de la institución y que será remitido al Gobierno para que tenga en cuenta sus recomendaciones antes de la aprobación definitiva de la planificación hidrológica por el Consejo de Ministros.



# La meteorología agudiza la siniestralidad

Las indemnizaciones abonadas por el seguro agrario han alcanzado su máximo histórico a lo largo de 2022 con un importe de 769 millones de euros

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las indemnizaciones abonadas por Agroseguro a los agricultores y ganaderos asegurados por los siniestros ocurridos durante el año 2022 se han situado en 768,85 millones de euros, un 6,5% más que la cantidad registrada el año anterior.

Esto supone la cifra anual más alta del sistema español de Seguros Agrarios Combinados —supera los 732 millones abonados en 2012, ejercicio de grave sequía—, y confirma la acusada realidad climática actual, ya que los años 2017, 2018, 2020, 2021 y 2022 —es decir, los más recientes— son, junto a 2012, los de mayores indemnizaciones en los 42 años de historia del seguro agrario.

Según señala Agroseguro, el máximo histórico alcanzado en 2022 se explica por la reiteración y severidad de fenómenos meteorológicos adversos. En primer lugar, de forma destacada, la grave helada sufrida durante el primer fin de semana de abril, que provocó daños de alta intensidad en producciones del valle del Ebro e interior peninsular, especialmente en frutales y almendro. En concreto, y a causa de las heladas, Agroseguro ha abonado indemnizaciones por valor de 259 millones. Junto a esto, además, el año 2022 también se ha caracte-



Las indemnizaciones alcanzan la cifra más alta en los 42 años de historia del sistema español de seguros agrarios. / VF

rizado por largos periodos de altas temperaturas (olas de calor) que, combinados con la falta de precipitaciones, han resultado muy perjudiciales para los cultivos cuyo desarrollo coincide con el verano y el comienzo del otoño, principalmente el girasol y olivar.

En total, Agroseguro ha abonado 117 millones a agricultores y ganaderos por daños por sequía.

El año pasado se caracterizó por la grave helada de comienzos de abril, las tormentas de pedrisco y los daños ocasionados por la falta de precipitaciones, las altas temperaturas y los golpes de calor

Por otra parte, las fuertes borrascas cargadas de pedrisco, el viento y la lluvia, en ocasiones responsable de desbordamientos e inundaciones, suman indemni-

zaciones por valor de 165 millones en daños.

Al igual que en el año precedente, el número total de siniestros se ha situado por encima

■ BALANCE UAGA

## La producción de fruta cayó en Aragón un 13,16% en 2022

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La producción final agraria en Aragón alcanzó en 2022 los 5.640 millones de euros, un 11,5% más que en 2021, sin embargo, la renta de los agricultores y ganaderos cayó un 8,7%.

Se perdieron 200 profesionales y la agricultura familiar continuó su declive en un año marcado por los efectos de la guerra de Ucrania, el incremento de los precios de los fertilizantes y el gasóleo, la siniestralidad (heladas, pedrisco) con unos partes de Agroseguro por valor de 110 millones de euros.

Este es un resumen del balance que la Unión de Agricultores y Ganaderos de Aragón (UAGA) hizo la semana pasada y que se condensa en la frase “el campo aragonés ha sufrido en 2022 un año agrario más que agrario.”

El secretario general de la organización, José María Alcubierre, y los responsables provinciales Oscar Moret (Huesca), José Antonio Miguel (Zaragoza) y Alberto Escura (Teruel) fueron los encargados de presentar los datos en una rueda de prensa.

Según indicaron, la campaña de fruta estuvo condicionada por las heladas de abril que afectaron a todas las comarcas y ocasionaron importantes pérdidas sobre todo en variedades tempranas.

A las heladas se sumaron las olas de calor en mayo y junio, episodios de pedrisco durante la campaña y varios incendios que afectaron a las producciones, tanto de almendra como de fruta.

La coyuntura de baja producción europea favoreció las exportaciones, propiciando una revalorización del producto, pero la escasez de volúmenes no fue suficiente como para cubrir los costes de las explotaciones.

Las producciones de fruta y almendra fueron un 14,11% menos de media que el año anterior alcanzando un total de 386.268 toneladas. El descenso en la fruta fue del 13,16%, pasando de las 439.200 toneladas a las 381.500.

Todas las producciones sufrieron reducciones, que van desde el 15 al 25%, salvo la cereza que se cosechó cerca de un 50% más que la campaña anterior, y en pera con un 5% más.



José María Alcubierre, secretario general de UAGA, fue el encargado de la presentación del balance de 2022. / J. ORTEGA

La superficie en Aragón dedicada a los frutales (albaricoque, cereza, ciruela, melocotón, nectarina, peral y manzana) ha disminuido en los últimos cinco años. En 2018 se declararon en la PAC 39.422,9 hectáreas mientras que el año pasado fue de 35.824,39 hectáreas, un 9,26% menos. Los mayores descensos se registraron en peral, manzano, melocotón y albaricoque.

Los productores de fruta, incluidos los de almendro, ingresaron en el ejercicio 2022 más de 393 millones de euros frente a los 341 del año anterior, siendo la almendra y la cereza las que alcanzaron mayor precio.

Según UAGA, el valor final de la fruta, a pesar del descenso

en la producción, fue positivo debido a los mejores precios en el mercado. “Ha habido mucha demanda y los precios de salida en origen han sido buenos”. Añade que “hay cierto temor dentro del sector, en el momento en que llegue un año normal de producción de fruta ya que eso provocaría precios bajos y obligaría a muchas explotaciones a cerrar”.

Además del Brexit, para UAGA los principales problemas del sector de la fruta son la falta de acceso a la mano de obra estacional; el incremento de los costes en materia de exportación; el embargo ruso y la subida de los costes de producción.

Indica que la producción tanto de fruta como de almendra cons-

Los fruticultores españoles han recibido 240 millones en indemnizaciones, la mayor cantidad alcanzada por una línea de seguro agrario

de los 1,6 millones, con una superficie siniestrada de casi dos millones de hectáreas (1.995.589 ha). Todas estas cifras constatan los graves efectos que la realidad meteorológica provoca sobre el campo y confirman la importancia del seguro agrario como forma de protección del futuro y viabilidad de las explotaciones agrícolas y ganaderas.

■ FRUTICULTORES

Por producciones, destacan las indemnizaciones récord abonadas a los fruticultores, que en el ejercicio 2022 alcanzaron una cifra de 240,2 millones, como consecuencia de las graves heladas del mes de abril, y a los productores de cultivos herbáceos, con 126,1 millones de euros.

Además, la inestabilidad meteorológica ha sido responsable de daños por valor de 52,1 millones en producciones de cítricos, así como cuantiosas indemnizaciones en frutos secos (44,6 millones), hortalizas (42,5 millones) y uva de vino (38,4 millones). El resto corresponde a otras producciones entre las que también destacan el olivar (22,9 millones), la uva de mesa (11,1 millones), la cereza (10,8 millones) y el kaki (10,5 millones). Por último, en el caso de los seguros pecuarios, las indemnizaciones se han situado en 154,5 millones, con 54,2 millones abonados a los ganaderos asegurados en las diferentes líneas de ganado vacuno.

El campo aragonés ha sufrido en 2022 un año agrario más que agrario

tituye “un factor fundamental” en la ordenación del territorio para garantizar el asentamiento de la población, crear empleo, favorecer la integración de los inmigrantes.

También impedir los vacíos territoriales y propiciar un desarrollo sostenible mediante prácticas y cultivos respetuosos con el medio ambiente a través de un uso racional de las avanzadas tecnologías emergentes en el sector primario.



# Merma en la producción de aguacate

La producción española se reducirá al menos en un 25% esta campaña

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La producción de aguacate durante esta campaña en España se reducirá al menos en un 25% respecto al pasado año, lo que se notará en una menor disponibilidad en el mercado, ya que en otros países competidores también ha mermado la cosecha del llamado “oro verde”, cuyo consumo sigue ganando adeptos en Europa.

Esta escasez da “esperanzas” a los agricultores de que la campaña sea algo mejor en precios que la anterior, aunque no compensará —en ingresos— la esperada caída de la producción, que la principal comercializadora nacional de aguacate, Trops, eleva a un 40% respecto a la de la temporada 2021/22.

Tanto la falta de precipitaciones como las altas temperaturas de este verano han afectado al cultivo, de manera que se está recolectando menos y calibres de fruto más pequeños, ha explicado el presidente de la Asociación Nacional de Tropicales, Domingo Medina.

Su previsión es que la campaña española, que se desarrolla desde octubre a principios de junio, alcance entre 50.000 y 60.000 toneladas entre todas las variedades, de las que Hass —ahora en plena recolección— es la más común.

## SEQUÍA

En la comarca malagueña de la Axarquía, una de las principales zonas productoras, la sequía ha impactado especialmente en los últimos meses y la producción no alcanzará la cuota de años anteriores, cuando suponía la mitad del total nacional.

El gerente de Trops, Enrique Colilles, calcula que en la zona de mayor influencia del embalse malagueño de La Viñuela, se recolectará el 70% menos de un año normal.

Este descenso se debe tanto a la falta de lluvias como a sus plantaciones, que “son viejas, empiezan a perder productividad”, mientras que en otras zonas españolas con árboles más jóvenes se emplean técnicas de cultivo y manejo con las que se obtiene un mayor rendimiento, ha apuntado Medina.

En la anterior campaña, la producción española “fue récord” y también lo fue en países como Israel o Marruecos, que compiten en los mismos meses que cuando se comercializa la variedad Hass, de piel rugosa y muy apreciada por el consumidor.

Ello supuso que hubiese “mucho oferta” en el mercado, que este año se reducirá en torno a un 25%, según las previsiones de la asociación, un descenso que Trops cuantifica en el 40%, y en



La falta de precipitaciones y las altas temperaturas de este verano han afectado al desarrollo del cultivo considerado como el ‘oro verde’. / ARCHIVO

el que también influirá la vejería (alternancia productiva) de los árboles.

Medina resta importancia al menor tamaño de los aguacates porque “no supone una merma de calidad”, y cree que no habrá problemas en el mercado por ello, ya que “otros países, como Chile, también tienen problemas de “riego endémico” y en los últimos años han comercializado calibre pequeño o mediano con buena aceptación.

Los agricultores confían que el precio que perciben se sitúe en torno a los 2,50 euros y 3 euros el kilo, por encima de la anterior campaña en Málaga.

En la Axarquía, las últimas lluvias han ayudado algo a los árboles, ya que los suelos están “muy contaminados en sales”, y ello beneficiará principalmente a la fruta de recolección tardía.

“En el mercado va a haber menos fruta, no solo por la menor producción en España, sino también en otros países”, ha indicado Colilles.

Con la campaña nacional, por ejemplo, coinciden Marruecos e Israel, donde también se espera un descenso de producción en torno al 40% respecto al año pasado.

Los precios estarán “a niveles de 2019”, según el gerente de Trops, quien ha explicado que en 2021 se situaron un 30% por debajo de los últimos cinco años por la alta producción.

En cuanto al impacto que tendrá en el precio final que paga el consumidor, ha asegurado que estas variaciones “se suelen notar menos” en la venta al público porque “la distribución intenta que los precios sean bastante estables”.

No obstante, sí ve probable que haya “muchas tensiones” en el mercado porque “el aguacate gusta, cada vez tiene más demanda y quienes lo prueban se hacen adictos”.

Trops, que normalmente acapara en torno al 45% de la producción española de aguacate y del 55% de mango, se centrará este año, a la hora de exportar, en mantener a sus principales clientes.

“Tenemos la suerte de que se la van a rifar (la producción)” que van a comercializar, unas 18.000 toneladas, el 70% de Andalucía. Para los agricultores puede que los precios sean mejores (por kilo), pero “los ingresos se van a ver mermados porque no van a subir tanto como para compen-

sar la caída de la producción”, ha explicado.

España, Alemania, Francia y Reino Unido son los principales clientes internacionales de Trops, que también tiene una destacada posición en los países escandinavos y Suiza, cuyo volumen de demanda es mucho menor. Como anécdota, ha apuntado que, entre los países europeos de mayor población, Italia es el único que consume poco aguacate. En el resto, el consumo de este alimento graso pero saludable, sigue creciendo.

## LA VENTANA DE ESPAÑA

Los principales competidores de España son Chile, Israel, Marruecos y Perú, aunque no todos están de forma simultánea en el mercado, lo que permite que haya oferta durante todo el año.

En el inicio de la campaña, hasta noviembre, predomina el producto de Chile, y después la “ventana” fuerte de España se abre entre enero y abril, unos meses en los que también entra aguacate de Israel y Marruecos, para luego ir dando paso a los de Perú en primavera.

México tiene disponibilidad todo el año, pero “casi todo lo comercializa en Estados Unidos, y solo mira a Europa cuando ese mercado está saturado”, ha apuntado Medina.

En Andalucía, además de en Málaga y la costa de Granada, se cultiva aguacate en Cádiz, en localidades como San Martín del Tesorillo y Castellar de la Frontera, y este cultivo ha irrumpido “con fuerza” en Huelva, que “en unos años tendrá peso en el mercado”, según pronostica Medina.

Además está Canarias, que “no tiene muchas posibilidades de aumentar el cultivo”, y Valencia, donde la rentabilidad del cítrico ha caído y las plantaciones de aguacate están creciendo, principalmente de la variedad Lamb Hass, que no entra en competencia directa con la producción de Hass.

# Joaquim Aguilera, nuevo decano del Colegio de Ingenieros Agrónomos de Levante

Sustituye a Baldomero Segura, que ha ejercido como decano del COIAL durante los últimos 24 años

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Joaquim Aguilera ha tomado posesión como nuevo decano de la Junta de Gobierno del Colegio de Ingenieros Agrónomos de Levante (COIAL). Ingeniero agrónomo por la ETSIA de la UPV, es permit manager en la empresa METKA-EGN SPAIN, del grupo empresarial multinacional Mytilineo, que se dedica al desarrollo y construcción de proyectos llave en mano de energías renovables y cuenta con 4.500 trabajadores, 50 de ellos en España.

Joaquim Aguilera sustituye en el cargo a Baldomero Segura, que ha estado al frente del colegio desde 1997, quien, a pesar de abandonar el decanato, seguirá como presidente del Consejo de Colegios de Ingenieros Agrónomos de España, puesto que acaba de renovar por cuatro años el cargo que ocupa desde 2006.

Además, salen de la junta tres vocales: Ismael Escrivá, Manuel

Delgado de Molina y José Antonio de la Torre, que han sido sustituidos por Francisco Javier Ribal, que entra como interventor, y Antonio Gutiérrez, Jesús Paniagua y Juan Manuel Buitrago, estos tres últimos como vocales. Completan la junta Elena Picó como secretaria y como vocales Raquel Aguilar, Eduardo Llorens y Alfonso Marsal. Un cambio tranquilo, pero que ha supuesto un salto generacional en el ente que ordena la profesión de la ingeniería agronómica.

Joaquim Aguilera conoce perfectamente el funcionamiento de esta entidad colegial, puesto que ha pertenecido a la Junta de Gobierno durante doce años, siete como secretario y cinco como vocal y vicedecano. En su intervención, sus primeras palabras han sido para “agradecer el trabajo del decano saliente, Baldomero Segura, y a los compañeros que dejan la junta tras una dedica-

ción de tantos años al colegio”, y ha querido subrayar “la capacidad de Segura para moderar los asuntos que se debatían. Siempre ha sido capaz de lograr consensos gracias a su ecuanimidad y a su capacidad de conciliación”.

Aguilera define como “continuista” la estrategia que va a desarrollar en esta nueva etapa del COIAL. “Queremos mantener la posición que hemos conseguido como punto de encuentro del sector agroalimentario y medioambiental de la Comunidad Valenciana y les Illes Balears y seguir evolucionando en la percepción que se tiene del colegio. Hasta ahora nos habíamos volcado en mejorar la percepción de nuestros colegiados, ahora toca trabajar para que se entienda la trascendencia del trabajo de los ingenieros agrónomos, se conozca nuestro criterio técnico en los temas importantes para la sociedad y, además, que se conozca y



Baldomero Segura y Joaquim Aguilera. / COIAL

reconozca la utilidad de los colegios en la defensa del consumidor de servicios profesionales”.

La nueva junta de gobierno también apuesta por profundizar en el ámbito de la formación: “Actualmente desarrollamos diversos programas formativos muy reconocidos y queremos seguir siendo la referencia para la actualización del conocimiento y la transferencia tecnológica de los ingenieros agrónomos. Estamos inmersos en cambios muy profundos en la forma de trabajar y de abordar los problemas que requieren capacidad de reacción y agilidad para ir acompañados con las nuevas demandas. También tenemos que gestionar el éxito de empleo que venimos teniendo en los últimos años. Para ello creo que es

imprescindible trabajar conjuntamente con nuestras escuelas para que los perfiles que formen en la actualidad se ajusten a los conocimientos, competencias y habilidades que va a requerir la gestión de la tecnología cuando se incorporen al mercado laboral”, afirma Aguilera.

Por su parte, el decano saliente, Baldomero Segura, ha enviado un comunicado a todos los colegiados, a los miembros de su Junta de Gobierno y a los trabajadores del COIAL en el que ha querido agradecer a todos ellos “la confianza que habéis depositado en mi persona estos años, felicitar a Joaquim y su equipo, deseándoles éxito en el desempeño de su labor, para el que siempre podrán contar con mi colaboración”.



# Agrocotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 12 de enero de 2023, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna. (Últimos precios recibidos).

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	4,00
Aguacate	3,75
Almendra	7,00
Pomelo	1,30
Avellana	6,50
Kaki	2,00
Carambolas	4,00
Castañas	3,50
Cerezas	9,00
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	3,00
Lichis	4,00
Lima	1,50
Limón	0,80
Fresa	2,80
Fresón	2,80
Granada	1,20
Mandarina Clementina	1,20
Satsuma	1,30
Otras	2,20
Mangos	3,00
Maracuyá	8,00
Melón Galia	0,75
Amarillo	0,80
Piel de Sapo	1,60
Otros	1,10
Moras	16,50
Nashi	2,10
Nectarina Blanca	3,00
Amarilla	3,00
Níspero	3,75
Nueces	4,00
Olivas	1,80
Papayas	3,75
Pera Blanquilla	0,80
Verano	0,50
Invierno	1,30
Temprana	1,10
Piña	1,30
Pitahaya	10,00
Plátanos Canarias	1,00
Importación	1,00
Manzana Bicolor	1,00
Amarilla	0,90
Verde	1,30
Roja	1,00
Otras	1,40
Melocotón Amarillo	2,50
Rojo Pulpa Blanca	1,20
Rojo Pulpa Amarilla	1,20
Ciruela	2,80
Uva Blanca	3,50
Negra	3,00
Rambután	12,50
Sandía con semilla	1,30
Sin semilla	0,60
Naranja	1,00
Chirimoya	4,00
Otras Frutas	0,90
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Berenjena Larga	1,25
Redonda	1,10
Ajo Seco	2,80
Tierno	0,70
Apio	0,70
Acelgas	0,50
Batata	1,00
Borraja	1,00
Brócoli	0,65
Brécol	1,00
Calçots	0,12
Calabaza	0,50
Calabacín	1,20

Cardo	0,90
Alcachofa	1,50
Cebolla Seca	0,75
Figueras	0,90
Tierna	1,00
Pepino	1,40
Col Repollo	0,70
Bruselas	1,60
Lombarda	0,60
China	0,70
Coliflor	1,00
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,60
Larga	0,60
Otras	0,70
Endivia	1,10
Escarola	0,70
Espárragos Blancos	5,00
Verdes	6,00
Espinaca	0,70
Haba	2,00
Hinojo	1,30
Perejil	0,50
Judía Bobi	4,00
Perona	1,70
Fina	1,80
Otras	3,50
Nabo	0,80
Zanahoria	0,60
Patata Blanca	0,65
Temprana	0,50
Roja	0,60
Pimiento Lamuyo	1,60
Verde	1,60
Rojo	1,20
Guisante	5,00
Puerro	1,15
Rábano	0,40
Remolacha	0,50
Tomate Maduro	0,60
Verde	1,60
Chirivía	1,40
Otras Hortalizas	0,70
<b>OTROS PRODUCTOS</b>	<b>Euros/kg</b>
Seta Girgola	5,00
Rovellón-Níscalo	8,00
Champiñón	2,00
Otras Setas	10,00
Maíz	0,50
Pera Blanquilla	1,75
Caña de Azúcar	0,95
Menestra	0,95
Otros Varios	1,50

### Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 10 al 13 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	3,50
Mandarina Clementina	1,30-1,40
Limones	1,30
Manzana Golden	1,00
Naranja Navelina	0,80-0,75
Pera Blanquilla	1,40
Piñas	1,60-1,50
Plátanos	1,00
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Alcachofas	2,10-1,60
Lechuga	0,55
Cebolla	0,65
Coliflor	0,70-0,90
Judía Verde	3,10-3,50
Patatas Calidad	0,55
Pimientos Verdes	1,90-1,95
Tomate Maduro	0,90-0,95
Tomate Verde	1,80-1,00
Zanahoria	0,60

### Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 2 al 8 de enero de 2023. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	4,00
Castaña	4,86

Cereza / Picota	12,88
Ciruela	0,90
Chirimoya	3,54
Dátil	5,20
Fresa / Fresón	3,10
Granada	1,77
Kaki Pérsimon	2,00
Kiwi / Zespri	2,56
Lima	3,50
Limón	1,03
Mandarina Clementina / Fortuna / Nadorcott	1,39
Clemenules	1,15
Clemenvilla	1,32
Mango	2,51
Manzanas O.V.	2,24
Pink Lady	1,97
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,47
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,29
Royal Gala / Cardinale	1,34
Starking / Red Chief / Glostes / Galaxia	1,31
Melón / Galia / Coca	1,73
Mora	14,00
Naranja Navel	0,77
Navelina	0,84
Salustiana	0,69
O. V. / Malta / Minolta / Barberina	1,48
Navel Late / Nanelate / Lanelate	0,60
Nuez	4,85
Papaya	4,50
Pera Conferencia / Decana	1,51
Ercolini / Etrusca	2,04
Blanquilla o Agua	1,79
Limonera	1,18
Piña	1,38
Plátano	1,06
Banana	0,91
Pomelo / Rubi Start	1,28
Uva	2,71
Otros Frutos Secos	12,00
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Acelga	0,86
Ajo Seco	2,70
Tierno	12,50
Alcachofa	1,17
Apio	1,14
Berenjena	1,17
Batata / Boniato	1,09
Brócoli / Brecol	1,76
Calabacín	0,95
Calabaza / Marrueco	0,84
Cardo	1,22
Cebolla / Chalota	0,88
Cebolleta	1,16
Champiñón	2,26
Col Repollo	0,59
Lombarda	0,85
Coliflor / Romanescu	1,03
Escarola	1,10
Endivia	2,47
Espárrago Verde	5,87
Espinaca	1,23
Haba Verde	2,03
Judía Verde Fina (Brasileña)	4,11
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	3,21
Lechuga O.V.	0,72
Cogollo	1,90
Iceberg	0,84
Nabo	0,85
Pepino	0,99
Perejil	1,50
Pimiento Verde	1,33
Rojo (Asar)	1,26
Puerro	1,63
Rábano / Rabanilla	1,96
Remolacha	1,90
Seta	3,98
Tomate	
O.V.	1,32
Cherry	2,48
Daniela	1,03
Zanahoria	0,82
<b>PATATAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Nueva o Temprana	0,73
Añeja	0,58
De Siembra	0,69

### Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 9 al 13 de enero de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	4,22
Fuerte	4,45
Otras Variedades	5,45
Almendra	1,50
Cereza Picota	13,95
Chirimoya Otras Variedades	5,15
Ciruela Santa Rosa	1,95
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nou	2,35
Fresa	4,95
Fresón Otras Variedades	9,95
Granada Otras Variedades	1,75
Guayaba Otras Variedades	2,59
Higo Chumbo	2,45
Seco	3,45
Verdal	6,95
Kaki Rojo Brillante o Persimón	2,65
Otras Variedades	2,71
Kiwi Kiwigold	5,95
Pulpa Verde	4,35
Limón Fino o Primafiori	0,95
Otras Variedades	0,95
Verna	0,95
Litchi o Lichi	4,45
Mandarina Clemenlate	0,95
Clemenule	0,95
Clemenvilla o Nova	0,95
Ortanique	0,95
Manga Kent	4,34
Manzanas Fuji	2,05
Golden	1,80
Royal Gala	1,65
Granny Smith	1,55
Otras Variedades	1,60
Staking o Similares	1,65
Reineta	2,05
Melón Piel de Sapo	2,20
Amarillo	1,75
Naranja Valencia Late	0,96
Otras Variedades	0,98
Lane Late	0,98
Navelina	0,95
Navel	1,03
Navel Late	0,96
Nuez	3,95
Papaya Grupo Solo y Sunrise	1,75
Papayón (2-3 kg/ud)	1,43
Pera Conferencia	1,30
Otras Variedades	1,80
Limonera	1,95
Agua o Blanquilla	1,55
Pistacho	9,25
Piña Golden Sweet	6,45
Plátanos Canarias Primera	1,45
Canarias Segunda	1,30
Canarias Extra	1,60
Pomelo Rojo	0,95
Amarillo	0,95
Sandía Con Semilla	2,15
Sin semilla	2,15
Uva Red Globe, Roja	2,70
Negra Otras Variedades	2,85
Resto de frutas	1,30
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	1,45
Ajo Blanco	2,55
Tierno o Ajete	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	1,69
Berros	1,95
Boniato o Batata	1,25
Brócoli, Brecol o Brócoli	1,53
Calabacín Blanco	2,08
Verde	0,55
Calabaza de Verano	0,95
De Invierno	0,93
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,85
Morada	1,15
Recas o Similares	0,85

Cebolletas o Cebolla Tierna	0,95
Col China o Pekinensis	1,75
Lombarda o Repollo Rojo	1,08
Repollo Hojas Rizadas	0,57
De Bruselas	3,95
Coliflor	1,19
Endivia	1,30
Escarola Rizada o Frisé	1,51
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Blanco	3,45
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Hinojo	2,45
Judía Verde Boby	2,73
Verde Otras Variedades	5,18
Verde Elda	4,95
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,43
Maíz o Millo	1,08
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o Tipo Holandés	1,04
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,75
Rojo Lamuyo	1,93
Verde Italiano	2,29
Verde Padrón	3,17
Otras Variedades	1,83
Puerro	2,43
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	1,47
Liso Rojo Canario	1,35
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	2,63
Jengibre	2,25
Ñame o Yame	3,85
Yuca o Mandioca o Tapioca	0,95
Hortalizas IV Gama	5,50
V Gama	7,50
Resto Hortalizas	0,80
<b>PATATAS (Granel)</b>	<b>Euros/kg</b>
Blanca, Otras Variedades	1,45
Blanca Spunta	1,65
Otras Variedades	0,95
Roja Otras Variedades	1,35

### Mercamurcia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 9 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Murcia. Precios orientativos de mayorista a detallista, puestos en mercado y con envasado standard.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte	3,40
Hass	2,80
Otras Variedades	2,40
Almendra Seca	7,00
Castaña	3,50
Cereza Otras Variedades	12,00
Chirimoya Otras Variedades	2,70
Ciruela Otras Variedades	0,90
Coco en Seco	0,90
Dátil Deglet Nour	3,60
Medjool	9,00
Otras Variedades	3,00
Fresón Otras Variedades	2,50
Granada Mollar Elche	1,80
Otras Variedades	1,60
Guayaba	2,60
Higo Chumo	4,50
Kaki Otras Variedades	1,50
Kiwi Otras Variedades	2,30
Pulpa Verde	3,00
Lima Mejicana	2,50
Limón Fino o Primafiori	0,45
Mandarina Clemenules	1,00
Otras Variedades	1,70
Clemenvilla o Nova	0,95
Mango Haden	3,00
Tommy Atkins	2,50
Otras Variedades	2,00
Manzana Golden	1,10



## MERCADOS NACIONALES

Starking o Similares.....	1,10
Granny Smith.....	1,40
Royal Gala.....	1,20
Fuji.....	1,10
Verde Doncella.....	1,25
Pink Lady.....	1,80
Melón Piel de Sapo.....	1,60
Mebrillo Común.....	0,90
Naranja Navel.....	0,50
Navelina.....	0,40
Nuez.....	3,75
Papaya Solo Y Sunrise.....	2,80
Papaya o Papayón.....	3,00
Otras Variedades.....	2,20
Pera Conferencia.....	1,20
Ercolini / Morettini.....	1,50
Agua o Blanquilla.....	1,00
Limonera.....	1,10
Piña Otras Variedades.....	1,25
Golden Sweet.....	1,50
Plátano Canarias Extra.....	1,20
Canarias 1ª.....	1,00
Canarias 2ª.....	0,90
Americano o Banana.....	0,95
Macho.....	2,60
Otras Variedades.....	0,85
Pomelo Rojo.....	0,80
Sandía Sin Semillas.....	0,80
Uva Sin Semilla Negra.....	3,00
Sin Semilla Blanca.....	2,40
Blanca Otras Variedades.....	1,00
Tamarindo.....	3,00
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelga Hojas Lisas.....	0,50
Ajo Blanco.....	2,60
Morado.....	2,50
Tierno o Ajete.....	3,50
Otras Variedades.....	2,20
Alcachofa Blanca Tudela.....	1,30
Otras Variedades.....	1,20
Apio Verde.....	0,50
Apionabo.....	0,65
Berenjena Otras Variedades.....	1,30
Morada.....	1,40
Boniato o Batata.....	0,85
Bróculo o Brócoli o Brécol.....	1,10
Calabacín Verde.....	1,00
Blanco.....	1,10
Calabaza de Verano.....	0,75
De Invierno.....	1,80
Otras Variedades.....	0,85
Cardo.....	0,95
Cebolla Grano de Oro.....	0,70
Babosa.....	0,50
Morada.....	0,80
Cebolleta o Tierna.....	0,75
Blanca Dulce de Ebro.....	1,20
Francesa o Echalote.....	1,20
Chirivía.....	1,00
Col Repollo Hojas Rizadas.....	0,80
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,65
De Bruselas.....	3,00
Hojas Lisas.....	1,25
Coliflor.....	1,00
Endivia.....	2,20
Escarola Rizada o Frisée.....	1,20
Lisa.....	1,20
Espárrago Verde o Triguero.....	3,00
Espinaca.....	1,10
Guindilla Verde.....	1,50
Roja.....	1,60
Guisante.....	4,00
Haba Verde o Habichuela.....	1,15
Hinojo.....	0,90
Judía Verde Fina.....	7,00
Boby.....	3,50
Perona.....	3,00
Laurel.....	0,90
Lechuga Romana.....	0,50
Iceberg.....	0,65
Cogollo.....	1,00
Hoja de Roble.....	1,50
Lollo Rosso.....	1,50
Otras Variedades.....	0,35
Nabo.....	1,00
Pepino Corto Tipo Español.....	1,00
Perejil.....	1,10
Pimiento Verde Italiano.....	1,60
Roja Lamuyo.....	1,40
Amarillo California.....	1,40
Roja California.....	1,50
Verde Padrón.....	2,60
Puerro.....	0,75
Rábano y Rabanilla.....	1,40
Remolacha Común o Roja.....	0,65
Seta Champiñón.....	2,10
Girgola o Chopo.....	3,60
Tomate Liso Rojo Daniela /	
Long Life / Royesta.....	0,90
Liso Rojo Rama.....	1,00
Liso Rojo Pera.....	1,10

Cherry.....	1,50
Liso Verde Rambo.....	0,90
Liso Rojo Tipo Canario.....	0,75
Liso Verde Mazarrón.....	0,90
Asurcado Verde Raf.....	2,50
Kumato.....	1,50
Otras Variedades.....	1,20
Muchamiel.....	3,00
Zanahoria en Rama.....	0,70
Nantesa.....	0,55
Jengibre.....	2,50
Ñame o Yame.....	1,40
Oca o Quimbombó.....	2,50
Tamarillo Otras Variedades.....	4,50
Yuca o Tapioca o Mandioca.....	2,60
Hortalizas IV Gama.....	2,50
<b>PATATAS Euros/kg</b>	
Nuevas.....	0,70
Blanca Spunta Granel.....	0,65
Glanca Agria Granel.....	0,60
Blanca Agria Confeccc.....	0,50
Roja Otras Variedades Granel.....	0,75

## Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 10 al 13 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

<b>FRUTAS Euros/kg</b>	
Chirimoyas.....	3,69
Mandarina Clementina.....	0,79
Limonas.....	0,94
Manzana Golden.....	1,65
Roja.....	1,30
Naranja Navelina.....	1,13
Pera Blanquilla.....	1,87
Piñas.....	1,24
Plátanos.....	0,88
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas.....	1,36
Lechuga.....	0,75
Cebolla.....	0,70
Coliflor.....	0,58
Judía Verde.....	2,91
Patatas Calidad.....	0,54
Pimientos Verdes.....	1,50
Tomate Verde.....	1,50
Zanahorias.....	0,60

## Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 10 al 13 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

<b>FRUTAS Euros/kg</b>	
Chirimoyas.....	3,58-3,00
Mandarina Clementina.....	1,18-1,19
Limonas.....	0,83-0,75
Manzana Golden.....	1,22-1,10
Roja.....	1,38
Naranja Navelina.....	0,43-0,49
Pera Blanquilla.....	1,63-1,70
Piñas.....	1,33-1,43
Plátanos.....	0,80-0,85
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas.....	1,27-1,49
Lechuga.....	0,52-0,50
Cebolla.....	0,72-0,83
Coliflor.....	0,80-0,88
Judía Verde.....	3,63-2,44
Patatas Calidad.....	0,75
Pimientos Verdes.....	1,63-1,69
Tomate.....	
Maduro.....	1,15-1,56
Verde.....	1,57-1,76
Zanahorias.....	0,68

## Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 10 al 13 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

<b>FRUTAS Euros/kg</b>	
Chirimoyas.....	2,50-2,25
Mandarina Clementina.....	0,90
Limonas.....	0,90
Manzana Golden.....	0,90
Roja.....	1,20
Naranja Navelina.....	0,50
Pera Blanquilla.....	1,10-1,25
Piñas.....	1,40-1,25
Plátanos.....	0,80-0,90
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas.....	1,00
Lechuga.....	0,50
Cebolla.....	0,60
Coliflor.....	0,80
Judía Verde.....	6,50-5,50

Patatas Calidad.....	0,60-0,65
Pimientos Verdes.....	1,50
Tomate Maduro.....	0,50-0,75
Verde.....	1,00-1,25
Zanahorias.....	0,55-0,70

## Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 13 de enero de 2023, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

<b>FRUTAS Euros/kg</b>	
Aguacate (ud.).....	2,00
Piña.....	0,75
Melocotón.....	1,20
Nectarina.....	1,58
Ciuela.....	0,75
Melón.....	0,85
Manzana Golden.....	0,85
<b>VERDURAS Y HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Judía.....	1,95
Guindilla.....	1,65
Pimiento Verde Italiano.....	1,55
Padrón.....	0,80
Tomate Pera.....	1,30
Boniato Rojo.....	0,85
<b>OTROS Euros/kg</b>	
Almendra.....	14,00
Dátil Seco.....	4,00
Nuez California.....	1,40

## Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 12 de enero de 2023. Información de EFEAGRO. (Últimos precios recibidos).

<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
<b>ALFALFA</b>	
Alfalfa Rama campo 1ª.....	250,00
Rama campo 2ª.....	220,00
<b>AVENA</b>	
Avena	
Blanca.....	289,00
Rubia.....	294,00
Forraje Avena.....	S/C
<b>CEBADA NACIONAL</b>	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl.....	287,00
Pienso +62 kg/hl.....	292,00
<b>CENTENO</b>	
Centeno.....	286,00
<b>GIRASOL</b>	
Pipa Alto Oleico.....	S/C
Pipa de Girasol.....	S/C
<b>MAÍZ NACIONAL</b>	
Maíz sobre Secadero.....	303,00
<b>TRIGO NACIONAL</b>	
Trigo	
Duro Proté=13%.....	424,00
Duro Proté=12%.....	414,00
Extensible Chamorro.....	372,00
Forraje.....	312,00
Gran Fuerza w 300.....	412,00
Media Fuerza w -300.....	402,00
Panificable.....	322,00
Triticales.....	304,00
<b>LEGUMINOSAS</b>	
Veza Grano.....	440,00
Yero Grano.....	410,00

## Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 10 de enero 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
<b>ALFALFA</b>	
Harina de Alfalfa.....	280,00
<b>CEBADA</b>	
Importación.....	309,00
Nacional P.E. (62-64).....	318,00
<b>CENTENO</b>	
Centeno.....	S/C
<b>COLZA</b>	
Importación 34/36%.....	420,00
<b>GARROFA</b>	
Harina.....	270,00
Troceada.....	280,00
<b>REMOLACHA</b>	
Pulpa de Remolacha.....	366,00
<b>GIRASOL</b>	
Importación 34%.....	S/C
Semillas de Girasol.....	555,00
Torta de Girasol.....	S/C
Importación 28/3.....	315,00
<b>MAÍZ</b>	
DDGs de	
Maíz Importación.....	395,00
Importación.....	306,00
Importación CE.....	320,00
<b>MUO</b>	
Importación.....	625,00

## 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 2 al 8 de enero de 2023. Precios origen. Semana 50/2022.

**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**

La campaña española del limón se ha desarrollado durante la Navidad con estabilidad y sin sobresaltos. Debido a la merma de producción en Europa y en Turquía, el suministro al mercado europeo ha sido controlado y moderado. 2023 arranca con prudencia a la espera de ver la reacción de la demanda post vacaciones y de la revisión a final de enero del aforo de la cosecha pendiente de recolectar. En todo caso, en el escenario de una menor cosecha global esta campaña, no parece necesario ni lógico entrar en la dinámica de promociones que solicitan algunos clientes.

## POMELO

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

El mercado del pomelo se mantiene estable, condicionado porque la oferta de pomelos mediterráneos sigue siendo limitada. La demanda se mantiene tranquila y habrá que esperar a la próxima semana para ver la dinámica de consumo. En el segmento de los pomelos tropicales, la oferta de pomelo de Florida se mantiene en un nivel históricamente bajo debido a la merma de cosecha de producción y a los elevados fletes.

<b>SOJA</b>	
Harina	
Soja Import. 47%.....	609,00
Harina Soja Nacional 47%.....	605,00
Aceite Crudo de Soja.....	1.230,00
Salvados de Soja.....	328,00
<b>SORGO</b>	
Importación.....	S/C
<b>TRIGO NACIONAL</b>	
Salvado de Trigos Finos.....	297,00
Forrajero.....	338,00
Panificable, mín. 11.....	348,00
Triticales.....	S/C
<b>FRUTOS SECOS Euros/Tm</b>	
<b>ALMENDRAS</b>	
Común 14 mm.....	5.900,00
Largueta 12/13 mm.....	6.450,00
Largueta 13/14 mm.....	7.000,00
Marcona 14/16 mm.....	10.700,00
Marcona 16 mm.....	11.200,00
<b>AVELLANA</b>	
Negreta en grano.....	7.300,00
<b>PIÑÓN</b>	
Castilla.....	52.000,00
Cataluña.....	51.500,00
<b>LEGUMBRES Euros/Tm</b>	
<b>GUISANTE</b>	
Forrajero.....	S/C
Forrajero	
Importación.....	S/C
<b>ACEITE</b>	
Palmiste Importación.....	S/C
Crudo	
de Palma.....	1.080,00

## Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 10 de enero de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
<b>TRIGO DURO</b>	
Grupo 1.....	448,00
Grupo 2.....	444,00
Grupo 3.....	440,00
Grupo 4.....	S/O
<b>TRIGO BLANDO</b>	
Grupo 1.....	S/O
Grupo 2.....	S/O
Grupo 3.....	S/O
Grupo 4.....	320,00
Grupo 5.....	320,00
<b>OTROS PRODUCTOS</b>	
Tricale.....	S/O
Cebada.....	308,00
Avena.....	S/O
Maíz.....	S/O
Sorgo.....	S/C
Habas.....	S/O
Guisantes.....	S/O
Girasol Alto Oleico.....	660,00
Girasol.....	570,00
Colza.....	S/O
Próxima sesión 25 de enero de 2023.	
<b>ALMENDRA Euros/Tm</b>	
Soleta.....	4,00
Floración Tadia Monovarietal.....	4,00
Belona.....	5,70
Guara.....	4,15
Antoñeta.....	S/O

Constantí.....	5,05
Comuna Tradicional.....	3,70
Ecológica.....	S/O
Próxima sesión 24 de enero de 2023.	
<b>CÍTRICOS (07/12) Euros/Kg</b>	
<b>NARANJAS</b>	
Navelina Calidad 1ª.....	S/O
Navelina Calidad 2ª.....	S/O
Salustiana Calidad 1ª.....	0,25-0,28
Salustiana Calidad 2ª.....	0,22-0,24
Lane Late Calidad 1ª.....	0,36-0,40
Mandarina Híbrida Tango.....	0,70-0,80
Industria Grupo Navel.....	0,21
Industria Grupo Blanca.....	0,21
Los precios son orientativos, en árbol, origen Córdoba. Sin IVA incluido. Para la naranja de industria, los precios son sobre camión.	
Nota: La lonja retoma su actividad después del parón navideño. Se deja de cotizar la Navelina en fresco. Repetición general de la cotización de Salustiana calidad 1ª y se empieza a cotizar la Salustiana Calidad 2ª. Se cotiza por primera vez la Lane Late calidad 1ª. Repetición para la mandarina híbrida Tango. La parte superior de las horquillas se corresponden con calibres altos y extras. Ligera subida de la cotización de industria Grupo Navel y se comienza a cotizar la industria Grupo Blanca con la misma cotización que la Navel.	
Próxima sesión el 17 de diciembre de 2022.	

## Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 11 de enero de 2023, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
Trigo Pienso.....	310,00
Cebada.....	295,00
Triticale.....	295,00
Centeno.....	287,00
Avena.....	293,00
Maíz.....	312,00
<b>FORRAJES Euros/Kg</b>	
Alfafa --Paquete Rama.....	345,00
Paquete Deshidratado.....	410,00
Paja 1ª (Cebada).....	58,00
Veza Forraje de 1ª.....	280,00
Forraje.....	200,00
<b>PATATAS Euros/Kg</b>	
Agria.....	350,00
Jaerla.....	S/C
Kennebec.....	450,00
Red Pontiac.....	440,00
Red Scarlett.....	330,00
Hermes.....	320,00
Yona.....	330,00
<b>ALUBIAS Euros/Kg</b>	
Canela.....	1,60
Negra.....	3,25
Palmeña	
Redonda.....	2,20
Planchada.....	1,80
Pinta.....	1,40
Riñón de León.....	1,70
Redonda.....	1,35



## MERCADOS NACIONALES

## Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 1, del 2 al 8 de enero de 2023, 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		
Hernandina	0,50	Castellón
Hernandina	0,42-0,47	L. Valencia
OTRAS MANDARINAS E HÍBRIDOS		
Clemenvilla	0,30-0,66	Alicante
Clemenvilla	0,47-0,52	Castellón
Clemenvilla	0,25-0,59	Valencia
Clemenvilla	0,25-0,55	L. Valencia
Nadorcott	0,70-0,85	Alicante
Nadorcott	0,60-0,77	Castellón
Nadorcott	0,62-0,84	Valencia
Nadorcott	0,63-0,86	L. Valencia
Ortanique	0,26-0,28	Alicante
Ortanique	0,21-0,34	Valencia
Ortanique	0,21-0,30	L. Valencia
Tango	0,70-0,85	Alicante
Tango	0,77-1,00	Castellón
Tango	0,66-0,88	Valencia
Tango	0,68-0,90	L. Valencia
NARANJAS NAVEL		
Navel Lane Late	0,33-0,38	Alicante
Navel Lane Late	0,33-0,36	Castellón
Navel Lane Late	0,25-0,40	Valencia
Navel Lane Late	0,25-0,36	L. Valencia
Navel Powell	0,30-0,36	L. Valencia
Navelina	0,22-0,28	Alicante
Navelina	0,18-0,23	L. Valencia

Washington Navel	0,19-0,27	Castellón
Washington Navel	0,19-0,28	Valencia
Washington Navel	0,19-0,28	L. Valencia
NARANJAS BLANCAS		
Salustiana	0,29	Castellón
Salustiana	0,17-0,26	Valencia
Salustiana	0,19-0,25	L. Valencia
LIMÓN FINO		
Limón Fino	0,30-0,40	Alicante
POMELO ROJO		
Pomelo Rojo	0,20-0,30	Alicante
FRUTAS Euros/Kg Zona		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Granada Mollar	0,53	Alicante
HORTALIZAS Euros/Kg Zona		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,42-0,55	Alicante
Ajo Tierno	2,80	Alicante
Alcachofa Consumo Fresco	0,30-1,08	Alicante
Consumo Fresco	0,42-1,20	Castellón
Consumo Fresco	0,26-0,88	Valencia
Industria Corazones	0,25-0,91	Alicante
Industria Perolas	0,17-0,22	Alicante
Industria Troceado	0,26-0,29	Alicante
Apio Verde	0,18-0,40	Alicante
Berenjena Rayada	0,86-1,12	Alicante
Boniato Rojo	0,40-0,69	Alicante
Blanco	0,44-0,77	Castellón
Calabacín	0,65-0,86	Alicante

Blanco	1,25-1,49	Castellón
Calabaza		
Redonda	0,43-0,60	Alicante
Redonda	0,79-0,88	Valencia
Tipo Cacahuete	0,24-0,34	Alicante
Tipo Cacahuete	0,44-0,62	Valencia
Cebolla Tierna (Manojo 3 uds)	0,41-0,68	Alicante
Tierna	0,75	Castellón
Tierna	0,44-0,75	Valencia
Col China	0,45	Castellón
Lombarda	0,30-0,35	Castellón
Brócoli	0,40-0,85	Alicante
Brócoli Industria	0,20-0,27	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,26-0,38	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,29-0,39	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,22-0,33	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,25-0,67	Castellón
Coliflor Blanca	0,41-0,70	Alicante
Blanca	0,37-0,57	Castellón
Blanca	0,43-0,54	Valencia
Escarola Hoja Rizada	0,27-0,32	Alicante
Hola Rizada	0,50	Castellón
Hoja Rizada	0,35-0,41	Valencia
Hoja Ancha Lisa	0,33	Castellón
Espinaca	0,91-1,22	Alicante
Haba Muchamiel	1,06-1,72	Alicante
Lechuga Maravilla	0,30-0,57	Castellón
Romana	0,15-0,25	Alicante
Romana	0,18-0,35	Castellón

Romana	0,22-0,26	Valencia
Little Gem	0,15-0,35	Alicante
Iceberg	0,15-0,35	Alicante
Trocadero	0,45	Alicante
Patata Blanca	0,43-0,77	Alicante
Pepino Blanco	0,86	Alicante
Tomate		
Acostillado	1,08-1,40	Alicante
Redonda Lisa	0,85	Castellón
Raff	1,28	Castellón
Daniela	0,86-0,90	Alicante
FRUTOS SECOS Euros/Kg Zona		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	3,66-3,76	Alicante
Comuna	3,60	Castellón
Largueta	5,11-5,21	Alicante
Marcona	6,86-6,96	Alicante
Marcona	6,80-7,30	Castellón
Planeta	3,66-3,76	Alicante
INDUSTRIALES Euros/Kg Zona		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	4,90-5,05	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	5,50-5,55	Castellón
Garrofa Entera	1,10-1,20	Castellón
MIEL		
De Miflores	3,20-3,40	Castellón
De Romero	4,40-4,50	Castellón

## Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 9 de enero de 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALMENDRA	
Guara	3,60
Comuna Ecológica	5,90
Pelona	2,70
Belona	5,10
Constantí	4,70
Vairo	3,55
Lauranne	3,45
Común	3,50
Largueta	5,05
Marcona	6,80
PIÑÓN	
Alameda	52,00
Castilla	52,00
AVELLANA Euros/Libra	
San Giovanni	1,67
Tonda	1,79
Corriente	1,79
Negreta	2,04

## Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 3 de enero de 2023. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	324,00
Cebada P. E. (+64)	308,00
Avena	307,00
Centeno	298,00
Tricale	308,00
Maíz, (14°)	315,00
LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Guisantes	S/C
Garbanzo Pedrosillano	1.250,00
Lenteja Armaña	1.600,00
OLEAGINOSAS Euros/Tm	
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol (Alto Oleico)	S/C
Colza	S/C
FORRAJES Euros/Tm	
Forrajes (Avena)	S/C
Alfalfa Empacada	S/C
Veza (Henificada)	S/C
Paja Paquete Pequeño	S/C
Paja Paquete Grande	64,00

## Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 12 de enero de 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa	
Empacada	212,00
Avena	292,00
Cebada	
Nacional de 62 Kg/Hl.	295,00
Centeno	285,00
Girasol	S/C
Girasol 9-2-44	550,00
Paja	
Empacada	62,00

Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl.	310,00

## Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 10 de enero de 2023. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	345,00
Grupo 4	S/O
Grupo 5,	
Pienso	S/O
Pienso Importación	325,00
TRIGO DURO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	S/O
Grupo 4	S/O
Triticale Nacional	
Importación	320,00
Avena Importación	335,00
Nacional	S/O
Cebada, Igual y más de 64	S/O
Menos de 64	S/O
Importación Origen Puerto	315,00
Maíz Importación origen Puerto	310,00
Nacional	S/O
Habas Nacional	S/O
Importación	450,00
Guisantes Nacional	S/O
Importación	427,00
Girasol Alto oleico +80%	660,00
Convencional	565,00
Colza	S/O
<i>Próxima sesión el 24 de enero de 2022.</i>	

## Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 4 de enero de 2023. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2021-2022).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero	318,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl	311,00
Pienso -62 kg/Hl.	305,00
AVENA	
Rubia	325,00
Pienso	318,00
TRIGO	
Duro Pr>12	S/C
Pienso +72 Kg/Hl.	S/C
Fuerza +300w +14 pr.	S/C
Fuerza -300 +12,5 pr.	S/C
Panificable	
Pr>11, W<200	S/C
Chamorro	S/C
Triticale	320,00
Centeno	S/C
Guisante	442,00
Yeros	S/C
Garbanzo	
sin limpiar	S/C

Veza	S/C
Alfalfa 1ª	300,00
NOTA: Ligero despunte de los cereales en consonancia con el mercado nacional. Escasa demanda.	
<i>Próxima reunión el 19 de enero de 2023.</i>	

## Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 9 de enero de 2023. Campaña 2022-2023.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina	0,20-0,25
Navel	0,21-0,28
Navel Lane Late	0,25-0,37
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett	0,32-0,40
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	Sin operaciones
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	0,21-0,25
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	
Clemenrubi, Orogrós	
y Basol	Sin existencias
Orunules	Sin existencias
Marisol	Sin existencias
Mioro	Sin existencias
Arrufatina	Sin existencias
Clemenules	
Orogrande	0,32-0,44
Hernandina	0,47-0,51
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	0,28-0,51
Tango	0,70-0,85
Nardocott	0,70-0,80
Ortanique	0,23-0,32
Orri	Sin operaciones
Nota: Aumenta el interés por las variedades tardías. El próximo Boletín de precios se publicará el lunes 16 de enero de 2023.	
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 12 de enero de 2023.	
ARROCES Euros/Tm	
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible Valencia	S/C
J. Sendra,	
disp. Valencia	S/C
Monsianell,	
disp. Valencia	S/C
Fonsa,	
disp. Valencia	S/C
Guadamar,	
disp. Valencia	S/C
Furia,	
disp. Valencia	S/C
Gladío y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/C

Sirio, disp. Valencia	S/C
Puntal	S/C
Bomba,	
disp. Valencia	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	300,00-305,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia	480,00-500,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia	520,00-550,00
CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Maíz Importación,	
disp. Puerto Valencia	S/C
Maíz Nacional,	
destino Valencia	315,00
Cebada	
Nacional, dest. Val.	316,00
Avena Rubia,	
dest. Valencia	337,00
Blanca, dest. Valencia	337,00
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	Sin Operaciones
Trigo importación	332,00
Precios por tonelada a granel.	
TURTS Y HARINAS Euros/Tm	
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona	606,00
disponible Cartagena	616,00
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	315,00-316,00
disponible Andalucía	270,00-271,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona	Sin operaciones
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	
	366,00-367,00
Import. disp. Andalucía	369,00-370,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	294,00
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	1.000,00-1.200,00



## MERCADOS NACIONALES

ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia .....	S/C
Largueta 13/14 mm, Valencia .....	S/C
Precios tonelada, mercancía envasada.	
(Pocas operaciones)	
Marcona	
prop, Valencia .....	S/C
Largueta prop, Valencia .....	S/C
Comuna	
prop, Valencia .....	3.900,00
Belona	
prop, Valencia .....	4.400,00
Comuna ecológica,	
Valencia .....	S/C
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm,	
disponible Valencia .....	7.400,00
PATATAS Euros/Tm	
Agria, disponible Valencia .....	550,00
Lavada Nueva,	
origen España, disp. Val. ....	480,00
Agria Nueva,	
origen España, disp. Val. ....	580,00
Lavada Ágata,	
origen Francia, disp. Val. ....	550,00
Nuevas de	
Cartagena .....	440,00
Eliode, Monalisa o Similares,	
origen Francia, disp. Val. ....	480,00
Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.	
CEBOLLAS Euros/Tm	
Variedad Sprin,	
disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo .....	500,00
Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas se entienden sin nuestra garantía ni responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja.	
La Rioja	
Observatorio de precios agrarios, del 2 al 8 de enero de 2023, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).	
CEREALES	
Trigo Media Fuerza .....	31,85
Trigo Pienso .....	31,25
Cebada Malta .....	S/C
Cebada Pienso .....	28,45
Tricale .....	29,85
CHAMPIÑONES Y SETAS Euros/Kg	
Champiñón, Granel (Pie Cortado) ...	2,30
Bandeja (Pie Cortado) .....	2,60
Industria 1ª raíz .....	0,95
Industria 2ª .....	0,92
pie cortado .....	0,92
Seta Ostra Granel .....	3,00
Ostra Bandeja .....	3,60
Seta Shii-Take Granel .....	5,00
HORTALIZAS Euros/Kg	
Acelga Amarilla .....	0,80
Verde .....	0,40
Borraja .....	0,45
Lechuga Rizada .....	3,65
Cogollos .....	2,00
Escarola .....	8,40
Apio .....	0,40
Cardo .....	0,25
Repollo Hoja Rizada .....	0,30
Coliflor .....	6,50
Brócoli .....	0,60
Romanescu .....	6,70
Alcachofa	
Fresco .....	3,00
Zanahoria Industria .....	9,00
FRUTAS Euros/Kg	
GRUPO PERA	
Ercolini 50+ .....	0,55
Limonera 60+ .....	0,55
Blanquilla DOP .....	0,60
Blanquilla 58+ .....	0,58
Conferencia DOP Palot 75+ .....	0,75
Conferencia 75+ .....	0,70
Industria .....	0,08
GRUPO MANZANA	
Golden 70+ .....	0,55
Fuji 70+ .....	0,65
(*) Los precios percibidos por el agricultor en palot son precios de cosecha.	
FRUTOS SECOS Euros/Kg	
ALMENDRA	
Común .....	0,67
Largueta .....	1,17
Marcona .....	1,49
Floración Tardía .....	1,28
Ecológica .....	1,37

## 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 19 de diciembre de 2022 al 8 de enero de 2023.

## CEREALES

■ **De invierno:** **Almería:** En la comarca de **Los Vélez** se ha sembrado el 90% de la superficie del cereal y están naciendo. Las lluvias han sido muy escasas, sólo 40 l/m<sup>2</sup> en zonas como **Topares**. La mayoría se ha sembrado en seco y le está costando salir. El 90% de los agricultores no han abonado en fondo debido a los costes del abono. **Cádiz:** Los cereales están nacidos, comenzando el desarrollo de hojas. En las comarcas **Campiña de Cádiz, Costa Noroeste y La Janda**, predominan parcelas en fase de desarrollo de hojas, con 2-3 hojas desplegadas y hasta 8-9 hojas desplegadas. Han comenzado en zonas como **Jerez –Arcos de la Frontera** los abonados de cobertera en un 10% de las explotaciones, con urea 46% y dosis de unos 200 kg/ha. En el mes próximo se valorará la aplicación de herbicida. **Córdoba:** Se observan parcelas de **avena**, con unas 3 hojas fuera. Se le han aplicado abonados de fondo del tipo 15-10-0, de liberación lenta. La nascencia está siendo regular, se están cerrando ahora. Los **triticales** se han sembrado con semilla propia en muchos casos, abonados tipo 15-10-0. Se encuentran con 3 hojitas y se están cerrando ahora. Los cereales en general se han beneficiado de las lluvias y están tirando de crecimiento con temperaturas elevadas para esta fecha. Los **trigos** se encuentran nacidos en muchas zonas y en otras, más tardías, las parcelas no están aún completas de plantas. **Granada:** En la comarca de **La Vega**, los **trigos blandos** y las **cebadas cerveceras** presentan una buena nascencia, con un color verde intenso y una altura de unos 3-6 cm. Presentan de 4 a 6 hojitas. En las comarcas de **Guadix, Baza y Huéscar**, los cereales están naciendo y los ya nacidos tienen entre 1-2 hojitas, están retrasados y con una nacencia poco uniforme. **Huelva:** Con las últimas lluvias las siembras se suspendieron, pero en zonas como **Andévalo y Costa** las superficies ya llegan al 80% del total por sembrar. Se han realizado abonados de fondo prácticamente en todas las fincas y todas las zonas. Las variedades más empleadas están siendo en **trigo duro**, la variedad **Amilcar**, en **trigo blando la variedad Arthur Nick** y en **triticales la Imperioso. Jaén:** Con carácter general, los **trigos y cebadas** están nacidos, con buen desarrollo y favorecidos por las últimas lluvias. En la comarca **Sierra de Cazorla**, los cereales están nacidos, los más adelantados llegan a los 15-20 cm de altura, completos y con buen estado de desarrollo. En la comarca **Sierra de Segura y Sierra Mágina**, se observan parcelas nacidas en fase de desarrollo de hojas. En las comarcas de la **Campiña Norte, La Loma, El Condado y zonas de Sierra Morena**, un 20% de agricultores han aplicado abonado de fondo del tipo 15-15-15, con dosis de 200 kg/ha. Se han empleado entre otros la variedad **Planet** en las **cebadas cerveceras**, en la **avena**, la **Hamel**, y en el **trigo duro la Atoris. Málaga:** En la comarca **Norte**, se observan parcelas con el cereal nacido, con unas 3-4 hojas desplegadas, completas de plantas y buen color, sin amarillear. Hay algunas zonas donde comienza la nascencia, muy claritas con apenas el 20% de las plantas emergidas. Las precipitaciones han sido muy positivas para estos cultivos. Por la zona de **Bobadilla** se han observado algunas parcelas que están notando la falta de urea y comienzan a amarillear. **Sevilla:** En las comarcas de **El Aljarafe y La Vega**, el cultivo se encuentra nacido con varias hojitas desplegadas, comenzando la aplicación de abonados con nitrógeno en cobertera. En zonas como **Los Alcores, Campiña, Estepa y Sierra Sur** se observan parcelas nacidas con 4-6 hojitas fuera y el cultivo amarilleando. Con las lluvias no se ha podido entrar en muchas parcelas, pero se espera poder realizar abonados de cobertera en los próximos días. En zonas como **Arahal y Paradas**, se observan **trigos** paralizados y más amarillos que en otras zonas, en el entorno de **Morón de la Frontera-Puebla de Cazalla** sucede lo mismo.

## LEGUMINOSAS

Las **habas** se encuentran en la mayoría de los casos sembradas, encontrándose predominantemente en el estado fenológico BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas). En **Sevilla**, las habas para greening tienen un buen desarrollo, 6-8 hojitas, en zonas de **La Vega-La Campiña**. Hay parcelas de **habas** en zonas como **Arahal-Paradas**, con poca densidad de plantas. Se siembran las parcelas de **garbanzos**, en **Sevilla** con densidades en el Blanco-Lechoso en torno a 80 kg/ha y en la Pedrosillano de unos 130 kg/ha. Las **alfalfas** en **Cádiz**, se encuentran en estado fenológico de reposo invernal relativo, presentan unos 25 cm de altura, no ha hecho frío, lo que ha permitido un buen desarrollo, aunque las hojas están secas. En **Granada**, las **alfalfas** se encuentran muy paradas por los fríos, en reposo invernal, algunas amarilleando. En los **guisantes** se observan distintos estados, desde zonas como **Granada** donde aún no han comenzado las siembras, a otras donde se observa ya el estado fenológico de Desarrollo de hojas.

## TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

**Cádiz:** Se están recolectando **patatas tardías** con la variedad **Spunta** como una de las más empleadas por los agricultores. El cultivo se ha desarrollado muy sano, sin enfermedades ni plagas reseñables. Las **patatas tempranas** se encuentran en fase BBCH 1-9 (Nascencia), se han sembrado en las últimas semanas. La campaña de los **boniats** se encuentra al 60-70%. La variedad **Beauregard** es una de las empleadas. **Málaga:** Se observa alguna recolección de **patata tardía**, pero la mayoría aún no se ha tocado. Se ha quemado la mata con secante y se le aplican tres o cuatro aplicaciones para el mildiu debido a la humedad relativa de las últimas semanas. La variedad **Soprano** es una de las más empleadas y se plantó en agosto con una densidad de plantas en torno a los 1.600 kg/ha.

## CULTIVOS INDUSTRIALES

En el cultivo de la **remolacha azucarera**, en la comarca **Campiña de Cádiz**, en la zona de **Jerez de la Frontera** se observan parcelas de **remolacha azucarera** nacidas, con 4-5 hojitas, sembradas antes de las lluvias de diciembre. Se observan parcelas con 8 hojas desplegadas y también con 2-4 hojitas que están muy retrasadas.

## CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Al aire libre:** **Almería:** En la comarca del **Bajo Almanzora** se observan parcelas de **lechugas Iceberg** principalmente, también **romanas** y **mini**. Se han plantado escalonadamente en el mes de noviembre y las primeras ya se están recolectando. Se están dando pasas entre las calles para eliminar hierbas. Se suelen plantar en filas de dos, cuatro líneas de **lechugas** por mesa. En zonas de costa se colocan mallas anti pájaros para salvaguardar el cultivo. En la comarca del **Río Nacimiento** se observan parcelas de **brócolis** en estado fenológico de desarrollo alcanzando el tamaño de recolección junto con otras recién plantadas. En los meses de noviembre y diciembre se plantaron muchas fincas. La distancia entre calles es de unos 140 cm y de 70 cm entre planta y planta. El desarrollo de la planta es óptimo y debido a las altas temperaturas de estas fechas está algo adelantado. **Cádiz:** En la provincia, se están recolectando zanahorias y otras se encuentran en estado fenológico de engorde de raíz; las más tardías se encuentran en desarrollo de hojas. Una de las variedades más empleada es la **Nantesa**. Se ha iniciado la recolección de los **puerros**. Los **nabos** se encuentran en estados fenológicos de desarrollo de partes vegetales cosechables y otras parcelas en fase de crecimiento. Las **remolachas** de mesa están en recolección y en fase de desarrollo de hojas, la variedad **Pablo** es una de las más empleadas. **Granada:** En la comarca de **La Vega, zona de Huétor Tajar, Chauchina, Santa Fé, Fuente Vaqueros, Moraleda de Zafayona**, entre otros municipios, las **esparragueras** están sin desbrozar. Sólo se ven algunas parcelas en **Huétor Tajar** ya desbrozadas y con la tierra preparada para comenzar la recolección. Presentan las plantas una tonalidad amarillenta o amarillada típica de estas fechas. En la zona de **Huétor Tajar** se observan parcelas de **cebolla temprana** a las que les está faltando el agua a pesar de las lluvias. Las más adelantadas presentan unos 15 cm, con todas sus hojas verdaderas. Las fincas de **cebollas tardías** se encuentran recién plantadas, sólo con dos hojitas verdaderas. En la comarca de **La Vega**, se han detectado parcelas de **alcachofas**, atrasadas, en estado fenológico de desarrollo de brotes laterales y una altura de 15-25 cm, sin comenzar la fase de engorde del fruto. **Jaén:** El estado fenológico de los **ajos Spring blancos y violetas** es el de desarrollo de 6-7 hojitas. Los **ajos morados** se encuentran con 2 hojitas fuera. Este cultivo lleva un mes de retraso por las lluvias. Las lluvias en las comarcas de la **Campiña Norte y La Loma**, sobre 100 l/m<sup>2</sup> en diciembre, han beneficiado el desarrollo del cultivo. **Málaga:** En la comarca de **Antequera** el **ajo Spring** se encuentra con 6-7 hojas y el morado naciendo en algunas parcelas más adelantadas, con dos o tres hojitas fuera. Las perspectivas no eran buenas ante la falta de lluvias, pero a última hora con las precipitaciones de los últimos meses los agricultores se han animado a ampliar las hectáreas previstas.

Las **cebollas** tempranas se encuentran en el desarrollo de las primeras hojas. Se plantaron a primeros de noviembre. Las hojas están caídas, algo tocadas por el frío y la falta de lluvias. Debido a las últimas precipitaciones y la humedad que hay no se están dando riegos. Las **cebollas** grano y medio grano se encuentran en estado fenológico de dos hojitas fuera y nascencia. A lo largo de estas semanas se han ido desbrozando parcelas de espárragos en la comarca **Centro** y dando un pase de rotocultivador para enterrar el abono. **Sevilla:** En las comarcas de **La Vega y Campiña** la recolección de las **brócolis** se inició hace unos diez días, con rendimientos de 12-14 tn/ha. Se le ha dado abonado de cobertera con nitrógeno 34,5% en dosis de 300 kg/ha. Se está iniciando la recolección de las **coliflores** de siembras más tardías, quedando un 60% por recolectar. ■ **Protegidos:** **Almería:** En los invernaderos de la comarca de **Río Nacimiento**, se observan **calabacines** en diferentes estados fenológicos. Desde recién plantados hasta otros en lo que se recogen los pisos más bajos. La altura de la planta sobrepasa el metro y tienen doble plástico interior que, unido a las temperaturas de estas semanas, acelera el crecimiento de los frutos. Se observan también parcelas de **brócolis** y **coles** en invernadero. Los estados fenológicos oscilan entre crecimiento de brotes laterales y en estado de tamaño de recolección, con otras recién plantadas. En los meses de noviembre y diciembre se plantaron muchas fincas. La distancia entre calles es de 140 cm y de 70 cm entre planta y planta. El desarrollo de la planta es óptimo y, debido a las altas temperaturas de estas fechas, está adelantado. **Huelva:** Se recogen los invernaderos de **fresa** de variedades como **San Andrea y Fortuna**. Se encuentran en fase de finalización de engorde de frutos variedades como **Candela, Marisma, Frontera y Rociera** que se plantaron a primeros de octubre y se recolectarán en los próximos días. Se están aplicando principalmente abonados tales como el sulfato monopotásico, nitrato cálcico y nitrato amónico. El cultivo lleva 15 días de adelanto en la **comarca Condado Litoral y Condado Campiña** debido a la climatología benigna.

## FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Almería:** El estado fenológico predominante de las plantaciones de **almendros** en la provincia es el de yemas en estado de reposo invernal, aunque hay zonas con las yemas que comienzan a moverse. En la parte sur del municipio de **Vélez-Rubio** se pueden ver las primeras flores en árboles aislados. En zonas de **Huércal Overa** hay fincas de **almendros** con hojas todavía. **Granada:** En la comarca de **La Vega** se observan parcelas de **almendros** con la hoja caída y otras que no han terminado de caer. En las zonas más adelantadas se pueden ver las yemas de invierno y las yemas de flor comenzando a hincharse. En las comarcas de **Guadix, Baza, Huéscar, Montefrío, Iznalloz** se observan los árboles todavía en reposo invernal, sin comenzar la floración. ■ **Frutales subtropicales:** **Málaga:** En la comarca de **Vélez-Málaga**, una vez finalizada la recolección de los **aguacates Bacon y Fuerte** han iniciado la poda y sigue la recolección de la variedad **Hass**. Se observan parcelas con marcos tradicionales 8x8m y los nuevos plantones que se encuentran en marcos más estrechos, sobre 6x4m. No se esperan nuevas plantaciones ante el problema de la falta de agua incluso hay zonas que van a perder el cultivo por falta de riego, se estima un 2% de pérdidas. Una buena cantidad de árboles no han tenido cosecha y se estiman rendimientos de 2.000 kg/ha de media. El estado fenológico de las parcelas de **mango** es el de parada vegetativa, reposo invernal. Hay un problema de falta de riego en los cultivos subtropicales de la zona. Las lluvias han llegado, pero no con la intensidad necesaria para llenar los pantanos. En el subsuelo las reservas están muy apuradas y los pozos este año se acabarán agostando si no llueve en los próximos meses.

## CÍTRICOS

**Córdoba:** La recolección continúa en la provincia, apareciendo nuevas variedades en escena. Las **Salustianas** han comenzado sobre el 20 de diciembre, con 25-30 tn/ha y calibres medios de 70-75. Las **Navelinas** están muy cortas de calibre, les ha faltado agua. Predomina el 65-70. Con las lluvias se esperaba que tomaran algo más de tamaño y se estaba retrasando la cogida. Las **Lanes** se están firmando operaciones, pero todo está en el árbol de momento con la misma tónica de calibres que las anteriores, en torno a 70-75, según zonas. **Sevilla:** En las comarcas de **El Aljarafe y La Vega**, las **Navelinas** están muy avanzadas. Los rendimientos están siendo de 34-42 tn/ha. Hay menos producción que el año pasado, que fue excepcional. Las **Salustianas** se están recolectando con calibres 5-6-7 y rendimientos de 33-37 tn/ha. Las **Clemenules** casi han finalizado, campaña corta con producciones bajas de 16-20 tn/ha y calibres 1X, 1XX y 2X. Las **Orrí** están con producciones de 25 tn/ha y buenas cotizaciones. Se están cortando pocas **mandarinas Tango** en estos momentos.

## OLIVAR

Este mes de diciembre se han producido unas 176.000 t de **aceite de oliva** en nuestra Comunidad, lo que nos deja un total de octubre a diciembre de 309.226t, con un rendimiento medio graso hasta la fecha de un 18,02%. **Córdoba:** La campaña con carácter general está siendo mala, de poca producción y hay zonas donde el viento ha tirado mucha **aceituna** al suelo. Hay zonas con el 80% recolectado como la **Campiña Baja y Las Colonias**, estimándose una reducción de cosecha de en torno al 50%. Los rendimientos grasos están siendo del 18-19% de media en estas zonas. Para las variedades ya cogidas, tanto en verdeo como molino, hay fincas que han iniciado la poda, triturándose restos o quemándose según cada caso. **Granada:** La recolección se encuentra muy avanzada en la provincia, habida cuenta de la poca producción que hay. Este año va a finalizar la campaña varias semanas antes. Hay zonas de **La Vega** en las que las **aceitunas** recién cuajadas se han quedado como cabezas de alfiler y la que ha llegado al tamaño de una canica ha cogido color morado o negro, pero con un tamaño que no va a permitir aprovechar nada a pesar de las buenas cotizaciones del producto. **Jaén:** En las comarcas de **Campiña Norte, Sierra Morena, El Condado y La Loma** sigue la recolección de la **aceituna**, con unas mermas cercanas al 70%. Se observan fincas de **Pical** con marcos 10x10m, centenarios que están dando rendimientos grasos de 15-16%, 4 puntos por debajo de la media en las zonas. Las últimas lluvias han permitido a la aceituna aprovecharla bien, se han hidratado. Hay zonas, como **Linares**, con falta de mano de obra a pesar de la campaña corta. En las parcelas ya cogidas está comenzando la poda, triturando la leña en muchos casos. En las comarcas **Sierra Segura y Sierra de Cazorla**, la campaña está casi finalizada, con fincas de **Pical**, marco 10x10m y rendimientos grasos del 15%, especialmente bajos. La poda está comenzando en las fincas ya cogidas. No está haciendo frío, de noche 0°C y de día llega hasta 15°C estos días. **Málaga:** En la comarca **Norte, zona de Antequera** se ha caído mucha **aceituna**, los ruedos de los **olivares** están repletos de fruto. Hay parcelas con la **aceituna** cambiando de color y otras ya moradas. Predomina la variedad **hojiblanca**. Para las parcelas en recolección las mermas están siendo notables y los rendimientos grasos también son inferiores a otras campañas. Hay zonas en la comarca **Centro, Álora**, donde la manzanilla **Aloreña** que se ha dejado para aceite, por calibre bajo, sólo tienen un 8-10% de rendimiento, con poca **aceituna**, salpicada en los **olivares**. **Sevilla:** El estado fenológico general del cultivo es el de yema de invierno. En las comarcas de **El Aljarafe-La Campiña**, se están podando los **olivares** de verdeo y en algunas parcelas de molino en las que ya han comenzado la poda. Se le están dando gradesos para eliminar hierbas. La campaña del molino está muy avanzada, hay zonas con más del 90% recolectada. Los rendimientos grasos en zonas como la **Sierra Sur** son bajos, en torno a un 15-16%. Las mermas de producción en zonas como **Montellano-Coripe-Morón de la Frontera** son del 40%.

## VIÑEDO

**Córdoba:** El estado fenológico del **viñedo** es el de parada invernal. La poda se ha iniciado en las zonas productoras antes que en otras campañas, influye el que hay poco trabajo en la aceituna este año. La leña se tritura en los casos de viñas sanas pero si han tenido oídio, en zonas más frescas y húmedas, se suelen quemar. **Granada:** En las comarcas de **Guadix y Baza** las viñas se encuentran en fase de reposo invernal con las yemas paralizadas. Se observan viñedos en espaldera casi todos, pocos emplean el sistema de vaso. **Huelva:** En la comarca **Condado Litoral y Campiña**, el estado fenológico predominante es el de caída de hojas, entrada en reposo invernal. El mosto fresco a granel ha salido con 9-10 grados Beaumé. La campaña está siendo difícil desde el punto de vista de la comercialización, con un aumento de costes que han subido exponencialmente como etiquetas, cristal, energía eléctrica, combustibles y portes, entre otros gastos y debiendo mantener contratos de venta firmados con anterioridad.



# El brocomole, único producto español nominado al Fruit Logística Innovation Award (FLIA)

Este producto es elaborado por Janus Fruit, empresa del Grupo Anecoop

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El brocomole, un unttable vegetal pensado para “dipear” elaborado en un 97% con brócoli y aguacate frescos, ha sido el único producto español seleccionado y nominado por un jurado independiente como una de las diez mejores innovaciones que se expondrán los días 8 y 9 de febrero en Berlín en el marco del Fruit Logística Innovation Award (FLIA), un premio que obtendrá una única propuesta ganadora mediante votación de los visitantes profesionales que asistan a la feria.

Este producto se incorpora a la línea de especialidades que produce Janus Fruit, y que comercializa Anecoop en Europa a través de su red de filiales bajo las marcas ¿Y si? de Bouquet, para el mercado nacional, y Easy by Bouquet para el internacional, además de otras marcas de distribuidor. La línea incluye hummus de aguacate, guacamole tradicional y picante, guacamole ecológico, hummus de garbanzos y salsa mexicana.

El brocomole, que contiene un 54% de brócoli y un 43% de aguacate, ha sido sometido a un panel de consumidores coordinado por el instituto tecnológico AINIA con excelentes resultados en los parámetros de aspecto, color, aroma, sabor y consistencia. Entre las conclusiones más destacadas, el 72% de los panelistas afirmó que repetiría la compra y el 78% destacó que comería más brócoli gracias a este novedoso formato.



El brocomole aúna las virtudes de sus dos principales ingredientes frescos: brócoli (54%) y aguacate (43%). / ANECOOP

Se trata de una nueva forma de consumir brócoli que, para Anecoop, supone además aprovechar el producto de sus socios que mantiene todas sus cualidades organolépticas, pero que por su aspecto o tamaño no puede ser comercializado en fresco.

## ■ CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES

La principal característica del brocomole es que aúna las virtu-

des de sus dos principales ingredientes frescos: brócoli (54%) y aguacate (43%), por lo que el 97% del producto es materia prima, conteniendo el 3% restante los

ingredientes saborizantes (sal, cebolla, cilantro, ajo, comino) y los productos necesarios para su correcta conservación en refrigeración.

El brocomole es un unttable vegetal que introduce una nueva forma, moderna y divertida, de comer brócoli, contribuyendo además a reducir el desperdicio alimentario

“Los resultados del panel de consumidores nos animan a pensar que puede presentar una buena aceptación en el mercado”, señala Alejandro Monzón

El brocomole supone un 31% menos de calorías, un 34% menos de grasa y un 30% menos de azúcares que el guacamole tradicional, además de un 37% más de proteína. Se trata de un producto sin gluten y sin lactosa, fuente de fibra, vitamina C y potasio.

En palabras del presidente de Anecoop, Alejandro Monzón, “estamos muy ilusionados por haber sido seleccionados por un jurado especializado como una de las 10 innovaciones candidatas al premio, y la única española. Los resultados del panel de consumidores nos animan a pensar que puede presentar una buena aceptación en el mercado, ya que, tanto por sus propiedades organolépticas como por su nombre, ha sido muy bien valorado con una nota de 7/10. Una novedosa y saludable alternativa de consumo y una oportunidad más de salida comercial del producto de nuestros socios agricultores”.

## ■ PREMIOS

El premio Fruit Logística Innovation Award (FLIA) se concede anualmente durante la celebración de Fruit Logística en Berlín. Y supone un reconocimiento a las innovaciones más destacadas de la cadena de suministro de frutas y verduras, desde la producción hasta el punto de venta. Contemplando innovaciones en nuevos productos, servicios, tecnología y sistemas técnicos de las empresas expositoras.

El ganador será elegido por los visitantes profesionales que, durante los dos primeros días de feria, tienen la oportunidad de ver la exposición de participantes para otorgar su voto.

# El tomate Rebel de CASI recibe el Premio Sabor del Año 2023

La cooperativa CASI comienza sus promociones en los principales mercados mayoristas españoles

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

CASI ha comenzado el ejercicio con el Premio Sabor del Año 2023 a su tomate Rebel by CASI e inicia su roadshow por los principales mercados mayoristas españoles con multitud de iniciativas para apoyar, como es habitual, al retail tradicional. La cooperativa, referente en tomate y que comercializa sus especialidades por toda Europa, fiel a su responsabilidad de ofrecer el mejor producto, quiere ayudar una vez más a quienes, como ella, velan por la calidad de la materia prima.

Es la primera vez, que una de las especialidades de la coo-

operativa es reconocida con esta distinción, por lo que tal y como afirma su presidente, Antonio Bretones, “es un orgullo contar con este premio en nuestro tomate Rebel. Ha sido una apuesta firme por parte de la cooperativa y por ello apostamos por ella de forma exclusiva”.

Sabor del Año, premia a aquellos productos que después de un test a ciegas por consumidores, merecen este reconocimiento por sus cualidades, consiguiendo que en el lineal se posicione con respecto a otras variedades.

Con varias acciones a lo largo del año para promover sus especialidades entre todos los miem-



CASI premiará la fidelidad de sus clientes en diferentes mercados. / CASI

bro de la cadena de valor, muy especialmente de los frutereros, la cooperativa estará presente en distintos mercados para premiar la fidelidad de sus clientes y hacer participe de su reciente reconocimiento a una de las especialidades que CASI cuenta en exclusiva, como lo es el tomate Rebel by CASI.

Los stands de CASI inundarán los mercados mayoristas durante la campaña.

En todos ellos, los frutereros podrán degustar las distintas especialidades de CASI y las novedades que dan a conocer anualmente, así como disfrutar de las ventajas de ser miembros del Club de Fruterero.

Una de ellas es ser obsequiados con un calendario de pared donde cada mes es una receta con una de las especialidades de CASI, material de visibilidad para sus tiendas como pósters, bolsas reutilizables, chalecos, merchandising, etc. “CASI es una marca líder y queremos que nuestros clientes de los mercados nos tengan muy presentes durante todo el año” afirma Bretones.

Aquellos que aún no sean miembros del Club de Fruterero de CASI pueden aprovechar la oportunidad para darse de alta en estos mismos stands para así conocer de primera mano las novedades que la cooperativa almeriense les ofrece.

CASI es líder en la comercialización de distintas especialidades tomate en Europa. Y en este sentido, Antonio Bretones asegura que “la investigación es un pilar prioritario y se centra en desarrollar nuevas variedades de tomate con los máximos estándares de calidad para deleitar los gustos de los consumidores y garantizarles una fruta de total confianza. Por ello es tan importante este reconocimiento y seguimos apostando por nuevas especialidades que se ajusten a las demandas del mercado”.



# Controla y combate las resistencias con las soluciones de AgroFresh a base de Fludioxonil

Uno de los problemas con los que se encuentra la actividad de la postcosecha es la aparición de cepas resistentes a los tratamientos

## AGROFRESH.

Las enfermedades postcosecha se producen debido a las esporas que se asientan en las heridas de la piel, causando una contaminación. Esto puede ocurrir durante su proceso de manipulación, cuando los frutos están en contacto con los otros frutos podridos. Las condiciones climatológicas, la cosecha y todo el manejo que se requiere durante el proceso de postcosecha, desempeñan un papel importante cuando se trata de las pérdidas por enfermedades que, dependiendo de la campaña, podrían causar una pérdida significativa.

Uno de los problemas que se encuentran en los tratamientos postcosecha es la aparición de cepas resistentes a los tratamientos. Cada vez se observa más la proliferación de cepas resistentes en España. Para combatir las resistencias, es fundamental el uso de tratamientos específicos además de la correcta definición del modo de aplicación, que sería un factor importante para conseguir una eficacia.

Una de las cepas que causan las enfermedades principales en cítricos es *Penicillium italicum*. Tras la realización de múltiples estudios con muestras de cítricos recibidas de diferentes zonas de España, se ha observado que 3 de cada 4 muestras presentaban cepas de *Penicillium italicum*. En concreto,

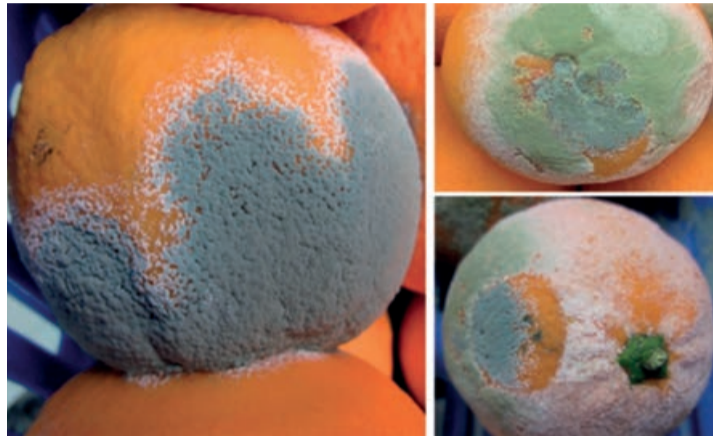


Imagen de la reproducción y aislamiento del hongo. / AGROFRESH

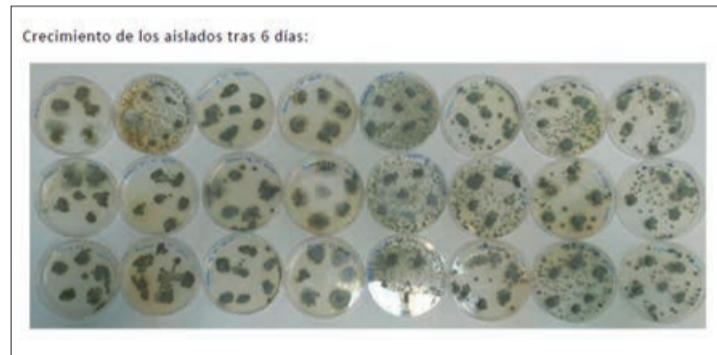
el Imazalil presentó 95-100% resistencias a este hongo, el Pirimetanil presentó resistencias en un porcentaje mayor del 70%; mientras que el Fludioxonil no presentó resistencias.

## ENSAYOS REALIZADOS SEGÚN EL CRITERIO ED 50

Según los resultados de los en-

sayos que se han obtenido de las muestras, se procedió en fases sucesivas a la reproducción y aislamiento del hongo objeto del estudio mediante técnicas microbiológicas, inicialmente *Penicillium italicum*.

Una vez aislada una cepa de cada placa, se realiza siembra en placas Petri en medio PDA,



Crecimiento de los aislados tras 6 días:

fortificadas con 5 diferentes concentraciones de fungicida y testigos, con 3 repeticiones (0,25 ppm-0,75 ppm- 1 ppm- 2 ppm- 4 ppm).

Una vez calculado el grado de resistencia, se procede a la valoración del mismo, una cepa es considerada sensible si este valor es inferior a 20 y resistente si es mayor.

Las placas se incuban a 23°C durante 7-8 días, momento en que se procede a la evaluación del crecimiento de cada cepa. Sobre estas cepas se realiza el estudio de resistencias frente a Pirimetanil, Imazalil y Fludioxonil con el fin de asegurar que el tratamiento que se está utilizando es efectivo.

Una vez aisladas las cepas y lo suficientemente desarrolladas, se procede a la siembra en las placas enriquecidas con los fungicidas a testar, en este caso Imazalil, Pirimetanil y Fludioxonil y se dejan crecer.

Como se desprende de los resultados obtenidos, las cepas estudiadas de los frutos recibidos muestran todas ellas resistencia al Imazalil y Pirimetanil, no siendo resistentes al Fludioxonil.

Desde AgroFresh, se recomienda el uso de Scholar® 230 SC y ActiSeal F60 para un buen manejo de resistencias. Son fungicidas de gran estabilidad, por lo que ayudan a proteger la fruta durante más tiempo, alargando su vida comercial. A continuación, se definen algunos de los beneficios más destacados de estas soluciones a base de Fludioxonil:

- Muy importante en la estrategia de manejo de resistencias. No tiene resistencias cruzadas con otros fungicidas utilizados en postcosecha.

- Poco susceptible de generar resistencias en hongos, según el FRAC (Fungicides Resistance Action Commite).

- Excelente perfil toxicológico: - LMRs elevados establecidos en los principales mercados.

- Clasificado por la EPA (USA) como fungicida de baja toxicidad (Reduced Risk).

- ARfD (Dosis de Referencia Aguda) no necesaria en la UE para su materia activa.

- Alta eficacia, ayuda a mantener la calidad de los frutos y con ello, la satisfacción de los consumidores.

Para una completa recomendación en la conservación de sus cítricos, póngase en contacto con los especialistas postcosecha de AgroFresh.

Cepa/ppm	Control 0,00 ppm	0,25 ppm	0,75 ppm	1,00 ppm	2,00 ppm	4,00 ppm
Fruta 3: <i>Penicillium italicum</i> IMAZALIL						
Fruta 3: <i>Penicillium italicum</i> PRIMETANIL						
Fruta 3: <i>Penicillium italicum</i> FLUDIOXONIL						

Muestras de crecimiento del *Penicillium italicum* del estudio de resistencias del fruto 3.

# Alberto Montaña, director general de Vicente Peris, pasa a ser el máximo accionista de la empresa

Montaña Peris, tercera generación al frente de la empresa familiar, ocupa la dirección general desde 2018

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El actual director general de la agroalimentaria Vicente Peris SA, Alberto Montaña Peris, ha pasado a ser el máximo accionista de la empresa tras la compra de sus acciones a Joaquín Peris Tatay. La adquisición se hizo efectiva el pasado 21 de diciembre de 2022, lo que ha dejado a Alberto Montaña con el 66,6% del total accionarial de la compañía. El otro 33,3% lo mantiene Alberto Montaña Capilla, el que hasta el momento era el tercer accionista.

La nueva estructura posibilitará una toma más fluida de decisiones, en la línea que se ha venido marcando desde la dirección en los últimos años. Desde la

dirección general de Peris se ha puesto en valor la labor profesional desarrollada por Joaquín Peris Tatay durante más de 35 años, que en la última etapa estaba al frente del área de producción y de personal en la planta que la empresa tiene en la localidad valenciana de Foios (Valencia). Esta división se dedica a la gestión y comercialización de productos de I gama, como melón, sandía, calabaza, apio blanco y cebolla tierna.

Alberto Montaña Peris es la tercera generación al frente de la empresa familiar. Desde el año 2018 ocupa la dirección general tras relevar a su madre, Rosa Peris, que se ha encargado de

la gerencia de Vicente Peris, SA durante 30 años.

Montaña, formado en administración y dirección de empresas, lleva más de 20 años vinculado a la empresa, en la que ha ido ocupando diferentes puestos y responsabilidades con el objetivo de lograr el total conocimiento de cada una de sus áreas y, a la vez, una visión integral del negocio y del sector.

Montaña fue el impulsor de la división de IV gama, que pusieron en marcha en el año 2014, y que a día de hoy supone el 40% de la facturación de la empresa.

## EMPRESA FAMILIAR

Peris SA es una empresa familiar



Alberto Montaña en la última edición de Fruit Attraction. / ÓSCAR ORZANCO

valenciana fundada en 1947 por Vicente Peris, cuya actividad se inició ligada a la producción y comercialización de melones. Algunas de sus marcas más destacadas y más antiguas son 18 Quilates y Vicentín, asociadas a melones gran selección que a día de hoy siguen siendo referencia de calidad en el mercado.

Con el desarrollo y crecimiento de la empresa, fueron ampliando el catálogo de productos y, actualmente, también se dedican a la producción y comercializa-

ción de sandía, calabaza, cebolla tierna, apio blanco y garrofón valenciano.

En IV gama de fruta y verdura son todo un referente por sus rigurosos procesos de trabajo en sala blanca y por la calidad de su materia prima.

El cuidado de los cultivos, la apuesta por la sostenibilidad y una elevada exigencia sobre la calidad de sus productos son los rasgos característicos de la empresa desde su origen y hasta el día de hoy.



# PlantSeal<sup>®</sup> y PlantSeal<sup>®</sup> Shine-Free



## UNA SEGUNDA PIEL ORGÁNICA

**APTA PARA  
VEGANOS**

**Segunda piel  
imperceptible**

*PlantSeal<sup>®</sup> Shine-Free*

**Cálices más  
verdes y firmes**

**Control de la  
pérdida de peso**

Control del amarillamiento  
**Frutos verdes  
por más tiempo**

Los **recubrimientos PlantSeal<sup>®</sup>** incrementan la vida comercial de las limas, reduciendo los síntomas de envejecimiento como el arrugamiento en la zona peduncular o el pardeamiento de los cálices. El control de la pérdida de peso es espectacular, muy superior a otros recubrimientos del mercado, con un control de hasta el 50%.

Con **PlantSeal<sup>®</sup>** se reduce el amarillamiento de las limas que se produce durante el transporte frigorífico y la vida en anaquel, lo que permite que los frutos permanezcan verdes durante más días en el supermercado.



**PlantSeal<sup>®</sup>** son recubrimientos vegetales certificados como orgánicos y aptos para consumidores veganos, esto tiene especial relevancia en el caso de las limas, en las que su piel es muy apreciada en cocina y coctelería.



@Citrosol\_com



CITROSOL

**CITROSOL**  
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com  
info@citrosol.com



# Saint-Charles International Perpignan

Información elaborada por Nerea Rodriguez

valencia fruits  
**dossier**





DENIS GINARD / Presidente del SNIFL

# “Agilidad y disponibilidad son las palabras clave de los profesionales de Saint-Charles”

*Denis Ginard, presidente del Syndicat National des Importateurs-Exportateurs de Fruits et Légumes (SNIFL) destaca la importancia de las firmas de Saint-Charles que, con más de 50 años de actividad especializada en importación-exportación, han sabido ofrecer un servicio ‘a la carta’ y un ‘savoir faire’ sin parangón en Europa. Con una extensa agenda en 2023 en la que destaca el Plan Director de Ordenación y Desarrollo Saint-Charles 2020-2040, las empresas del SNIFL afrontan el nuevo año con el propósito de mantener la posición de SCI como la principal plataforma europea de comercialización, transporte y logística de frutas y hortalizas frescas.*

**Valencia Fruits.** *El 2022 ha sido, en general, un año complicado debido al panorama internacional y sus efectos en las economías mundiales. En el caso de Saint-Charles International, ¿cuál es el análisis del SNIFL del ejercicio 2022?*

**Denis Ginard.** Para los operadores de Saint-Charles International, como para la mayoría de los operadores del sector, 2022 ha sido un año que ha generado muchos interrogantes ante la situación económica tan inflacionista que se ha vivido. Estos interrogantes giraban en torno a las consecuencias de la crisis energética provocada por el conflicto en Ucrania, la regulación del uso del plástico, los costes de la energía, las materias primas, los envases, etc.

**VF.** *A pesar de las dificultades, ¿qué acciones se han desarrollado durante 2022 en el marco del proyecto ‘Saint-Charles 2040’?*

**DG.** En junio de 2022, el grupo de consultores seleccionado para este proyecto presentó su estudio. Los trabajos, de un año de duración, debían proporcionar a las instituciones y a las colectividades interesadas herramientas de medida, pistas y acciones para repensar de forma sostenible el desarrollo global de la plataforma, su plan de tráfico, los servicios que se prestarán a los usuarios, el terreno, la seguridad de los accesos y la apertura del lugar, el estacionamiento y la recepción de camiones en la zona, la señalización, la movilidad, la combinación energética, etc.

El Plan Director de Ordenación y Desarrollo Saint-Charles 2020-2040 es un proyecto a gran escala y a largo plazo. Desde el último trimestre de 2022 se han celebrado reuniones con todas las partes interesadas sobre la organización que se pondrá en marcha para apoyar estas acciones.

**VF.** *Ahora mismo, ¿cuáles diría que son los activos más destacados de Saint-Charles International como plataforma hortofrutícola a escala europea?*

**DG.** Saint-Charles International cuenta con diferentes activos en su posicionamiento como plataforma comercial hortofrutícola a escala europea, como son su potente fuerza comercial o su dinamismo en materia de transporte y logística de frutas y hortalizas frescas. También cabe destacar el ‘saber hacer’ de los operadores de la plataforma.

Agilidad y disponibilidad son las palabras clave de los profesio-



Denis Ginard confirma que durante 2023 son muchos los temas a tratar en SCI. / NR

**“La plataforma de Saint-Charles International de Perpignan comercializa más de 1,85 millones de toneladas de frutas y hortalizas frescas al año”**



Mayoristas o supermercados encuentran en SCI el producto adecuado y lo reciben en la cantidad y el plazo deseado. / NR

**“El Plan Director de Ordenación y Desarrollo Saint-Charles 2020-2040 es un proyecto a gran escala y a largo plazo”**

las flotas europeas de vehículos pesados, hacen de este lugar un punto ineludible en la comercialización de las producciones del sur hacia los mercados del norte.

**VF.** *Si hablamos de España, ¿sigue siendo el principal proveedor de la plataforma? ¿Cuáles son las cifras de entrada de productos españoles?*

**DG.** España es el origen histórico de los productos que comercializan los profesionales de la plataforma. En 2021, se comercializaron 1,041 millones de toneladas de frutas y hortalizas españolas desde Saint-Charles International, es decir, el 56% de nuestros volúmenes. Esto confirma una vez más el primer puesto del ‘Origen España’.

**VF.** *Marruecos es otro proveedor importante que hasta ahora ocupaba el segundo lugar. ¿Se mantienen estas posiciones?*

**DG.** Así es. Marruecos es el segundo “gran” origen de los productos comercializados en Saint-Charles en términos de volumen. En 2021, se registraron 619.000 toneladas en la plataforma y el origen “marroquí” sigue creciendo de año en año.

**VF.** *Gracias a la prospección de nuevos mercados, la participación en ferias, etc., ¿qué otros países están ganando en importancia como clientes de importación-exportación en SCI?*

**DG.** Para los importadores/exportadores del SNIFL, la diversificación de los orígenes y la posibilidad de enriquecer la gama de productos ofrecidos a los clientes constituyen siempre una baza suplementaria innegable. La presencia en número de los profesionales de Saint-Charles en las ferias internacionales, bajo la enseña Saint-Charles Export confirma este interés. Los mercados que confirman su liderazgo siguen siendo Alemania, Italia y Suiza, aunque los envíos a los países del este, norte y centro de Europa no dejan de aumentar.

**VF.** *¿Cómo se está preparando Saint-Charles International para las nuevas “leyes verdes” impuestas por Europa?*

**DG.** Saint-Charles International sigue de cerca los cambios normativos que afectan al medio ambiente.

Cuando Saint-Charles se prepara, lo hace siempre en consulta con las organizaciones profesionales a las que pertenece. En este caso, todas las “leyes verdes” susceptibles de repercutir en nuestra actividad son objeto de reflexión a nivel de Freshfel, la estructura europea dedicada al comercio de frutas y hortalizas, o incluso a nivel nacional mediante Interfel, la Interprofesional Francesa de Frutas y Hortalizas.

En otros aspectos, como la logística por ejemplo, Saint-Charles International se moviliza para unirse a sistemas medioambientales que puedan garantizar una reducción de nuestra huella de carbono. A modo de ejemplo, el SNIFL y sus miembros han trabajado desde

**“Saint-Charles International cuenta con diferentes activos en su posicionamiento como plataforma comercial hortofrutícola a escala europea como son su potente fuerza comercial o su dinamismo en materia de transporte y logística de frutas y hortalizas frescas”**

nales de Saint-Charles que, con más de 50 años de actividad especializada en importación/exportación, han sabido ofrecer un servicio ‘a la carta’ en el grupaje/desagrupamiento de mercancías. Este ‘savoir faire’, sin parangón en Europa, permite a los clientes mayoristas o supermercados encontrar el producto adecuado y recibirlo en la cantidad y el plazo deseado.

**VF.** *Con el desarrollo de la logística y el transporte de mercancías, ¿qué atractivo tiene hoy día Saint-Charles para los países exportadores e importadores?*

**DG.** La plataforma de Saint-Charles comercializa más de 1,85 millones de toneladas de frutas y hortalizas frescas al año. Precisamente por este desarrollo logístico, es la principal plataforma europea de comercialización, transporte y logística de frutas y hortalizas frescas.

Esta masificación de flujos en un solo lugar, así como la presencia en Perpignan de todas



el principio de esta campaña conjuntamente con la Cámara de Comercio e Industria de los Pirineos Orientales, el Transitaire de Port-Vendres (CLTM) y el armador CMA-CGM, para establecer rotaciones marítimas directas entre el puerto de Agadir, en Marruecos, y Port-Vendres, en los Pirineos Orientales.

Esta operación permite transportar semanalmente decenas de contenedores de frutas y hortalizas. Un ciclo que comenzó con la llegada del primer buque a Port-Vendres el lunes 14 de noviembre de 2022, después de 3,5 días de viaje por mar. Esto representa un ahorro de emisiones de CO2 del 75% en comparación con el transporte por carretera.

**VF.** Teniendo en cuenta que desde 2020, SCI ha afrontado los efectos derivados de una pandemia, huelgas, guerras, crisis económica... ¿qué es lo que más preocupa ahora mismo a las empresas de Saint Charles International? y ¿cómo puede contribuir el SNIFL a resolverlas?

**DG.** Las preocupaciones actuales, además de las clásicamente ligadas a las buenas condiciones climáticas en origen para la producción de frutas y hortalizas, son las mencionadas anteriormente: aumento del coste de la energía y de las materias primas, normativa sobre envases y prohibición del plástico, evolución del consumo en es-

tos tiempos de inflación, etc. El SNIFL seguirá prestando apoyo y orientación sobre estas cuestiones que afectan directamente a la economía de las empresas afiliadas, y seguirá trabajando para garantizar que estas cuestiones no afecten a la continuidad de sus actividades de comercio e importación/exportación de frutas y hortalizas.

Otra preocupación ahora mismo es la cuestión de los po-

**“En 2021 se comercializaron 1,041 millones de toneladas de frutas y hortalizas españolas desde Saint-Charles International, es decir, el 56% de nuestros volúmenes”**

**“Para los importadores/exportadores del SNIFL la diversificación de los orígenes y la posibilidad de enriquecer la gama de productos ofrecidos a los clientes constituyen siempre una baza suplementaria innegable”**

sibles cortes de electricidad en Francia. También en este caso, el SNIFL ha intervenido ante las autoridades para que se reconozca nuestra plataforma como lugar prioritario en términos de acceso a la red eléctrica, y el Sindicato ya está difundiendo toda una serie de informaciones en el marco del seguimiento que lleva a cabo sobre esta cuestión.

**VF.** ¿Cómo se presenta 2023? y ¿cuál será la “hoja de ruta” de Saint-Charles International?

**DG.** A partir de enero se invitará a los miembros a reunirse en torno a una serie de temas que, en nuestra opinión, son cruciales para nuestra actividad. En particular, hablaremos de la factura energética de las empresas, de nuestra participación en ferias comerciales en 2023, del seguro de crédito, del desarrollo del transporte multimodal ferroviario y marítimo como complemento del transporte por carretera, de la renovación y aislamiento de edificios y del desarrollo de las energías renovables, sobre una mejor gestión de nuestros residuos, sobre la revalorización del Démarche Qualité Saint-Charles, sobre las colaboraciones que deben proseguirse con el mundo de la educación y la formación, sobre el futuro y sobre las primeras acciones que deben emprenderse en el marco del Plan Director de Desarrollo y Ordenación Saint-Charles 2020-2040.

Como pueden comprobar los lectores de **Valencia Fruits**, no nos faltan temas para esta “hoja de ruta”. Todos estos puntos que se abordarán en 2023 evidencian el dinamismo de nuestra plataforma así como nuestra capacidad para integrar y tratar colectivamente todas estas cuestiones en el seno de nuestra unión.

## Un proyecto no del agrado de todos

La apertura del parque empresarial Mas Orlin es muy esperada por SCI. La Metropole Perpignan Méditerranée (PMM) — la agrupación intermunicipal de Perpignan y los 35 municipios vecinos convertida desde 2016 en comunidad urbana — cuenta con esta ampliación para que Saint-Charles International siga siendo la primera plataforma europea de comercialización, transporte y logística de frutas y hortalizas.

Estas 15 hectáreas adicionales forman parte de un proyecto de desarrollo más global denominado “Plan Saint-Charles 2040”. Se trata de un programa a largo plazo que dará una visión sostenible a los agentes del mercado internacional de Saint-Charles. Un gran pulmón económico en la región. En esta zona económica —especializada en el transporte y la logística de frutas y hortalizas— operan 150 empresas, el mercado factura alrededor de 2.000 millones de euros y da empleo directo a 2.200 trabajadores. Estas cifras reflejan su importancia en el desarrollo local.

La PMM trabaja desde 2014 para liberar suelo y el horizonte de numerosas empresas que buscan terrenos para instalarse en SCI. Desde la agrupación intermunicipal, Laurent Gauze, vicepresidente económico, señalaba a un medio regional que

la competitividad Saint-Charles International “depende de las posibilidades de desarrollo y de las condiciones de acogida de nuevas empresas. Es importante dar a esta actividad y a la plataforma los medios para seguir siendo líderes, modernizándola para que las empresas del sector quieran venir a instalarse”.

Si bien este proyecto de apertura ha creado nuevas esperanzas e ilusiones, también tiene sus detractores. En un comunicado firmado por La France Insoumise / Nupes, el proyecto de apertura de nuevos terrenos a las empresas en Saint-Charles se califica de “anacrónico, desproporcionado y productivista. El Mas Orlin será sacrificado en el altar del productivismo, 28 hectáreas de viñedos y huertas van a ser transformadas en almacenes y aparcamientos”. Según prosigue el comunicado, “este proyecto demuestra, por si fuera necesario, la falta de imaginación y la ceguera de los responsables locales. Tras décadas de ‘monocultivo’ del turismo, tras décadas de ‘monocultivo’ de las grandes superficies, los representantes electos de PMM se lanzan al nuevo espejismo del ‘monocultivo’ de la logística, sin tener en cuenta el respeto por el territorio y la biodiversidad o la racionalidad económica”.



**IMPORTADOR  
EXPORTADOR  
EUROPEO**

**DE FRUTAS Y VERDURA  
EN FRESCO**

CALIDAD

70 AÑOS DE  
EXPERIENCIA

PROFESIONALIDAD

TRAZABILIDAD



ALMACENES 101-106  
SAINT-CHARLES INTERNATIONAL  
PERPIGNAN - FRANCIA

**M** amgirault@marquillanes.fr  
jeanphilippe@marquillanes.fr



MARQUILLANES.COM  
+33 (0) 4 68 85 25 15





JULIEN BATLLE / Presidente de Saint-Charles Export (SCE)

# “Desde su creación en 2007 Saint-Charles Export ha ganado en visibilidad y sigue creciendo”

*En 2023 Saint-Charles Export cumple 16 años. Desde su creación en 2007, esta agrupación ha logrado aumentar y consolidar las ventas de sus empresas fuera del territorio galo. Su presidente, Julien Batlle explica que las misiones de representación desarrolladas con viajes de prospección a nuevos mercados, el programa de visitas de compradores y la organización y participación en ferias internacionales han sido claves. Todas estas acciones han contribuido a que de las 337.000 toneladas exportadas en 2006 la cifra en 2021 haya alcanzado las 710.000 toneladas de frutas y hortalizas enviadas desde Saint-Charles.*

**Valencia Fruits.** Desde la creación de la Saint-Charles Export, ¿cuál ha sido la progresión de las cifras de exportación de los miembros de la agrupación?

**Julien Batlle.** Saint-Charles Export, agrupación de PYMES del sector de la exportación de frutas y hortalizas, está compuesta por productores/expedidores, importadores/exportadores y transportistas/logísticos. Cuenta con el apoyo de la Región de Occitanie, la Comunidad Urbana de Perpignan y dos bancos “socios”, el Banque Populaire du Sud y el Crédit Agricole Sud Méditerranée.

La SCE se creó en 2007. Sus misiones de “representación” como las misiones exploratorias, la puesta en marcha del programa de “visitas de compradores” o la organización y participación en ferias internacionales, han permitido, durante estos 16 años, aumentar y consolidar las exportaciones de las empresas del grupo.

Las cifras hablan por sí solas. A 31 de diciembre de 2021 y desde la creación de Saint-Charles Export, los volúmenes expedidos/exportados por Francia han aumentado un +26,25%, los tonelajes comercializados por la agrupación SCE fuera de las fronteras hexagonales subieron un +110,49% y el volumen de negocio un +141,28%. De 2020 a 2021, cabe señalar un incremento tanto en volumen (8,27%) como en valor (8,13%).

**VF.** Precisamente como resultado de las actuaciones de SCE a lo largo de los años, ¿ha ganado Saint-Charles en visibilidad internacional? y ¿cuál es el alcance de su zona de influencia?

**JB.** Desde su creación, en estos 16 años, tal como los demuestran las cifras expuestas anteriormente, Saint-Charles Export ha ganado en visibilidad



Julien Batlle pone en valor el trabajo realizado por SCE en estos 16 años. / NR

y sigue creciendo. Hemos pasado de 337.000 toneladas en 2006 a 710.000 toneladas de frutas y hortalizas enviadas o exportadas “fuera de Francia” en 2021 desde la plataforma internacional de Saint-Charles.

**VF.** A pesar del complicado escenario internacional que nos rodea, ¿cuáles han sido las acciones más destacadas de SCE en 2022?

**JB.** Durante el pasado año, entre las acciones a subrayar, me gustaría destacar la capacidad que han tenido Saint-Charles Export y todos sus miembros para volver con fuerza, tras un periodo ‘Covid’ difícil para todos, a la participación en ferias internacionales. De hecho, gracias a la determinación de sus empresas y al apoyo de la Región Occitanie y de la Comunidad Urbana de Perpignan, Saint-Charles

Export marcó la diferencia con su presencia en las ferias Fruit Logística de Berlín, medFEL de Perpignan y Fruit Attraction de Madrid gracias a stands muy elaborados y animados.

**VF.** En este nuevo año, ¿cuál es el programa que se ha diseñado para fomentar aún más las relaciones comerciales con la Plataforma de Saint-Charles?

**JB.** Como ya es sabido, Saint-Charles Export tiene como miembro de pleno derecho a la SNIFL, que es el sindicato representativo de los importadores radicados en su mayor parte en Saint-Charles International.

SCE desplegará, en la medida de lo posible durante el presente año, todos sus activos organizativos para permitir a los productores/expedidores, transportistas y logísticos así como a los importadores/exportadores de frutas y

**“Es muy probable que reanudem nuestras visitas de compradores durante el cuarto trimestre de 2023”**

verduras exponer en las mejores condiciones posibles en las ferias internacionales de nuestro sector. Acciones que, por su naturaleza, se llevan a cabo para fomentar y reforzar las relaciones comerciales con sus proveedores y clientes.

**VF.** ¿Hay intención de retomar los viajes de prospección o el programa de visitas de compradores internacionales a la plataforma?

**JB.** En este momento, teniendo en cuenta el anuncio de la 9ª ola de la Covid en Francia, esta cuestión sigue pendiente. Evidentemente será objeto de reflexión en el marco de los órganos de gobierno de Saint-Charles Export. No obstante, es muy probable que reanudem nuestras visitas de compradores durante el cuarto trimestre del año.

**VF.** ¿Qué significa para la SCE el gran proyecto Saint-Charles 2020-2040?

**JB.** El Plan Director de Ordenación y Desarrollo Saint-Charles 2020-2040 es un ambicioso proyecto de gran interés para Saint-Charles Export. Las líneas maestras de este proyecto pretenden mejorar, a largo plazo, la vida cotidiana de todos los profesionales que viven de las actividades de la plataforma Saint-Charles International. La inversión realizada en este plan por todas las partes interesadas, incluida la realizada por las estructuras federativas como el SNIFL o el Syndicat du Lotissement de Saint-Charles International, es notable.

**VF.** ¿Cómo puede la plataforma de Saint-Charles ser aún más atractiva para los que ya trabajan con ella y para los potenciales clientes?

**JB.** Una parte de las soluciones para desarrollar y reforzar el atractivo de Saint-Charles reside en su proyecto de ampliación que se incluye en el proyecto ‘Saint-Charles 2020-2040’. En este ambicioso plan de futuro se pone todo en marcha para seguir revitalizando la plataforma y crear el entorno propicio para el comercio de frutas y hortalizas que desean y esperan nuestras empresas miembros. Esto debería favorecer inevitablemente su competitividad así como el atractivo de Saint-Charles International, la principal plataforma europea de comercialización, transporte y logística de frutas y hortalizas frescas.

**VF.** ¿Es Sudamérica o el hemisferio sur en general (el periodo de contraestación) una asignatura pendiente?

**JB.** Por lo que respecta a Saint-Charles Export, en las ferias internacionales vemos que existen relaciones comerciales entre algunos operadores de Saint-Charles y productores/exportadores del hemisferio sur. La contraestación también responde a una demanda y por eso los operadores de Saint-Charles están bien implicados en los circuitos de importación de cítricos durante el periodo estival (limones de Argentina, naranjas y clementinas de Sudáfrica, etc.). También se procesan otras especies como aguacates de Colombia o espárragos de Perú. Por tanto, no podemos hablar de “asignatura pendiente”, sino más bien de estrategias dirigidas por determinados operadores afines a este tipo de producto y origen.

Gracias a nuestro dinamismo en las ferias internacionales, podemos incluso decir que Saint-Charles Export es una palanca para mejorar esta corriente de negocios con el hemisferio sur.

**VF.** ¿Qué espera el presidente de Saint-Charles Export del 2023?

**JB.** En este contexto especialmente tenso de crisis energética e inflación, tendremos que ser realistas y proseguir nuestro compromiso para que nuestros miembros puedan continuar su progreso exportador. Ello requerirá necesariamente una fuerte presencia en las distintas ferias internacionales de nuestro sector y, por tanto, la renovación del apoyo de todos nuestros socios, ya sea la Región Occitanie, la Comunidad Urbana de Perpignan, el Crédit Agricole Sud Méditerranée o el Banque Populaire du Sud.

**LULU**  
clementines - oranges

info@antoniocardo.es - www.antoniocardo.es  
ANTONIO CARDO, S.L.- C/. Honorio Maura, 10 Tel. 962660765 Sagunto (España)  
EURL. BERNARD DÉJEAN - St. Charles International Mag. 24 - 66031 Perpignan Cedex Tel. 468547480



JEAN-PATRICK RODRIGUEZ / Director general de GR Logistique

# “Queremos ser, ante todo, proactivos en el desarrollo comercial de nuestros clientes”

Así es como resume Jean-Patrick Rodriguez el deseo futuro de GR Logistique, grupo que dirige. El escenario actual no es el más propicio, sin embargo, en esta nueva realidad, la premisa es clara: acompañar a sus clientes para que puedan continuar comercializando con la misma eficiencia que antes. Así las cosas, su filosofía de ofrecer esquemas logísticos óptimos se ha vuelto, en este contexto, más esencial y distintiva que nunca.

**Valencia Fruits.** El año 2022 ha estado marcado por el conflicto bélico en Ucrania, unos costes disparados, la gasolina y la energía por las nubes, problemas de producción, una huelga de transporte en marzo... ¿Cómo ha repercutido todo este escenario en el día a día de GR Logistique?

**Jean-Patrick Rodriguez.** Hemos intentado ser claros con nuestros clientes en este complicado contexto internacional. La parte aduanera no se ha visto afectada por el aumento de los costes, mientras que en las que sí han sufrido estos efectos, como las actividades de transporte y almacenamiento, hemos hecho una clara diferenciación entre precios básicos y variaciones de costes energéticos.

**“La aparición de nuevos esquemas logísticos y de nuevas oportunidades ha permitido a GR Logistique desplegar sus competencias aduaneras y logísticas al servicio de sus clientes”**

**VF.** ¿Qué medidas o acciones se han realizado durante el 2022 en GR Logistique para seguir siendo el “mejor apoyo posible” para sus clientes y evitar irrupciones y obstáculos en sus corrientes comerciales?

**JPR.** Ser transparente con nuestros clientes es para GR Logistique un valor esencial en la justificación de los aumentos de los costes arancelarios.

Nuestra filosofía de ofrecer a nuestros clientes esquemas logísticos óptimos es, en este contexto, más importante que nunca.

**VF.** En nuestra última entrevista comentó que la nueva realidad del continente europeo —tras el Brexit— había generado nuevas cuestiones logísticas. ¿A qué nuevas cuestiones se refiere? Y ¿cuál ha sido la respuesta de GR Logistique?

**JPR.** Efectivamente, esta nueva división en esta parte del continente europeo ha introducido nuevas limitaciones logísticas y aduaneras.

En esta nueva realidad, acompañamos a nuestros clientes para que pue-



Jean-Patrick Rodriguez junto a su padre, José Rodríguez y Javier Navarro de GCS. / N. RODRIGUEZ

**“La digitalización de los procesos de trabajo es la principal obra en la empresa actualmente. Queremos llegar a ‘cero papel’ a medio plazo por razones tanto medioambientales como económicas”**

dan continuar comercializando con la misma eficiencia que antes del Brexit.

Estamos instalados a ambos lados del estrecho para tener un control óptimo sobre los flujos que nos son confiados con el fin de proponer entregas en Incoterm DDP, en el continente europeo o territorio inglés.

**VF.** Entre 2021 y 2022, GR Logistique abrió nuevos puntos de gestión aduanera

en Hendaya, Chateaufort, Le Havre, Dunkerque, Calais y Lille. Para un futuro próximo, ¿tienen previsto abrir más oficinas?

**JPR.** Junto con nuestros socios de GCS (Global Customs Systems) hemos abierto una oficina en Londres que lleva funcionando un año.

Esta nueva oficina es un paso más en la ampliación de nuestra zona de acción

logística, que es precisamente el centro de nuestra estrategia.

Son las solicitudes recurrentes de nuestros clientes las que nos llevan a estudiar la apertura de nuevas oficinas en determinados países destinatarios.

**VF.** Uno de los aspectos positivos del Brexit para la empresa ha sido la aparición de nuevas oportunidades de negocio. ¿Cuáles?

**JPR.** La aparición de nuevos esquemas logísticos y de nuevas oportunidades ha permitido a GR Logistique desplegar sus competencias aduaneras y logísticas al servicio de sus clientes, que son a la vez socios y a nuevas entidades que trabajan en otros sectores diferentes al mundo de las frutas y hortalizas.

**VF.** Una de las áreas en las que se centró GR Logistique el pasado año fue el desarrollo de herramientas informáticas y la digitalización. ¿En qué se traduce este desarrollo a efectos prácticos?

**JPR.** GR Logistique siempre ha seguido la evolución en materia informática. La digitalización de los procesos de trabajo es la principal obra en la empresa actualmente. Queremos lle-

**“La novedad de 2023 es la obtención de la certificación IFS LOGISTIQUE V2.3, que es el resultado de años de trabajo y que permiten valorizar la cadena logística de nuestros clientes”**

gar a “cero papel” a medio plazo por razones tanto medioambientales como económicas. Así, nuestros clientes se beneficiarán de una recepción, en tiempo real, de los diferentes documentos aduaneros y administrativos que permitan una mayor reactividad de su organización.

**VF.** ¿Cuáles son las novedades para 2023 desde esa filosofía que caracteriza a Guanter Rodriguez de “tener visión de futuro y ser proactivo”?

**JPR.** La novedad de 2023 es la obtención de la certificación IFS LOGISTIQUE V2.3, que es el resultado de años de trabajo y que permiten valorizar la cadena logística de nuestros clientes.

Para el futuro, GR Logistique desea ser, sobre todo, proactivo en el desarrollo de sus clientes, ofreciéndoles esquemas logísticos diversificados en destinos emergentes. Con el fin de permitirles entrar en nuevos mercados o destinos con toda serenidad, la propuesta logística puede ahora ser el preámbulo a una voluntad de desarrollo comercial.

DOUANE  
GIR  
LOGISTIQUE  
GROUPE  
Destination le Monde!  
GUANTER-RODRIGUEZ  
WWW.GUANTER-RODRIGUEZ.FR



ÁNGEL VERDÚ / Director comercial del Grupo Cañamás

# “La mejora continua forma parte de nuestra cultura empresarial”

Cañamás es una de las firmas presentes en Saint-Charles international desde su creación en la década de los sesenta. Con su filial ‘Del Sol’ y la marca ‘Le Gamin’, desde esta plataforma la empresa ha logrado ser un referente en el mercado francés en la oferta cítrica. El director comercial del grupo valenciano, Ángel Verdú comenta en la siguiente entrevista la actualidad de la primera plataforma hortofrutícola de Europa y del trabajo que desarrolla la propia empresa desde ella, bajo la premisa de estar más cerca, si cabe, de las necesidades de sus clientes y los consumidores franceses.

**Valencia Fruits.** Uno de los objetivos de futuro de Cañamás-Del Sol en Saint-Charles es mejorar su presencia en este mercado. ¿Qué significa ‘mejorar su presencia’ a efectos prácticos?

**Ángel Verdú.** Es un objetivo de futuro, pero también de presente, porque para nosotros una de las claves para garantizar la satisfacción de nuestros clientes y consumidores es el servicio, que, junto con la sostenibilidad de nuestro producto y una alta calidad gustativa, conforman los 3 pilares sobre los que gira nuestra propuesta comercial.

Y en cuanto a mejorar nuestra presencia, en nuestra cultura empresarial está la mejora continua. No importa lo acertada que haya sido una mejora, lo pulido que esté un sistema o lo novedoso que sea un proceso, desde los diferentes departamentos intentamos todos los días mejorar, para hacer un mejor producto, hacerlo más asequible y sostenible y que se ajuste mejor a las especificaciones del canal de distribución para el que está diseñado.

Por eso, la mejora en la presencia en Saint Charles es un objetivo para estar más cerca, si cabe, de las necesidades de nuestros clientes y consumidores franceses.

**VF.** ¿Qué va a suponer para Cañamas-Del Sol el proyecto ‘Saint-Charles 2020-2040’?

**AV.** En principio, el proyecto “Saint-Charles 2020-2040” no es más que un proceso de reorganización del mercado y, como tal, no supondrá ni un cambio, ni una pérdida de servicio para nuestros clientes y consumidores.



Ángel Verdú apunta que desde la fundación de Cañamás en el año 1929, “en esta casa siempre hemos tenido una clara vocación exportadora” / CAÑAMÁS



Le Gamin representa servicio, sostenibilidad y alta calidad gustativa / CAÑAMÁS

“Una de principales ventajas de formar parte del mercado de Saint-Charles es el posicionamiento de nuestras marcas y de nuestra empresa en el mayor centro de comercialización europeo”

“El arranque de esta campaña cítrica en el mercado francés ha sido significativamente más suave para el producto europeo que años anteriores”

**VF.** Desde la filial ‘Del Sol’ ubicada en pleno centro del mercado de Saint-Charles, Cañamás distribuye sus productos a todo el territorio francés, pero ¿también funciona como ‘lanzadera’ o plataforma logística para el resto de Europa?

**AV.** El mercado de Saint Charles es en sí mismo una plataforma logística, y aunque esta plataforma está especializada en el mercado francés, no es exclusiva del mismo, también abastece a otros mercados en Europa y del resto del mundo. Es por ello por lo que una de

principales ventajas de formar parte del mercado es el posicionamiento de nuestras marcas y de nuestra empresa en el mayor centro de comercialización europeo.

Así que, en cierta medida, la ubicación estratégica de nuestra filial Del Sol funciona como punto de conexión con Europa y el resto del mundo, además de reforzar el posicionamiento de una de las marcas de referencia en el mercado francés como es Le Gamin, ofreciendo una mayor adaptabilidad a las demandas de producción y logística de nuestros clientes.

**VF.** En la cuota de exportación de Cañamás, ¿qué peso tiene hoy en día el mercado francés respecto a otros destinos europeos? ¿Qué otros países están ganando protagonismo en las ventas fuera de España?

**AV.** Desde nuestra fundación en el año 1929, en esta casa siempre hemos tenido una clara vocación exportadora y, aunque está claro que nuestro principal mercado ha sido y sigue siendo el francés, también es cierto que en nuestro crecimiento vamos satisfaciendo necesidades de clientes en otros mercados; por lo que nuestro proyecto de expansión sigue siendo fuerte, pero no olvidamos nuestras raíces ni nuestras prioridades.

**VF.** ¿Cómo ha sido el primer año de la entrada en vigor de la ‘ley de eliminación del plástico’ para Cañamás?

**AV.** Entre la campaña pasada y esta se ha producido un gran cambio en el envasado de ciertos productos de nuestro catálogo debido a la nueva ley francesa de regulación del uso del plástico en frutas y verduras. Pero el resultado ha sido totalmente satisfactorio gracias a una correcta planificación a lo largo de toda la campaña anterior, centrando los esfuerzos en adecuar cada categoría al envase que mejor se adapta a las necesidades del cliente y del consumidor, siempre apostando por todas aquellas herramientas que mejor conserven la calidad de nuestro producto final y preserven su frescura durante todo el proceso productivo.

**VF.** ¿Qué podemos decir del funcionamiento de la primera parte de la campaña cítrica de Cañamás en el mercado francés?

**AV.** El arranque de esta campaña en el mercado francés ha sido significativamente más suave para el producto europeo que años anteriores. La ausencia de fruta retrasada del hemisferio sur ha posicionado la producción de proximidad de forma natural en los lineales de la distribución europea. Si bien es cierto que no ha habido la fluidez de mercado de otros años debido a factores como la inflación, la meteorología en los mercados de destino y la recesión que se cierne sobre las economías de los consumidores, en líneas generales podemos decir que está siendo una campaña ágil en lo que al consumo se refiere.

**PLATAFORMA DE DISTRIBUCION, GRUPAJES, TRANSPORTES Y ADUANAS**

**Alma transitaires**

C.E.E.D. GRAND SAINT-CHARLES • B.P. 75005 • F-66030 PERPIGNAN CEDEX  
Tel.: 33 - 468 68 67 10 • Fax: 33 - 468 68 67 13 • E-mail: alma@alma66.fr  
www.alma-transitaires.com

En España: LA JONQUERA/VILAMALLA • DESPACHOS FRUTEROS, S.L.



# ALROPRIM

# BLASCO



JUNTOS  
EN EL ÁMBITO  
INTERNACIONAL

**Tel. +33 (0) 468 68 51 51**

**E-mail: [contact@alroprim-blasco.com](mailto:contact@alroprim-blasco.com)**

**[WWW.ALROPRIM-BLASCO.COM](http://WWW.ALROPRIM-BLASCO.COM)**

[www.facebook.com/alroprim66/](http://www.facebook.com/alroprim66/)



ALROPRIM

ZAC  
Grand Saint-Charles  
Tél. +33 (0)468 68 51 51  
Fax. +33 (0)468 56 54 42  
FRANCE



BLASCO  
ARGENTINA  
PARANA

Tel. +54 34 34310029  
Port. +54 9 34 34050546  
ARGENTINA



BLASCO  
MIDDLE EAST  
DUBAI

Tel. +971 50 25 98 545  
UNITED ARAB  
EMIRATES



JEAN-LUC ANGLES / Director general de Anecoop France

# “La premisa en 2023 es extremar la atención en la demanda y ofrecer un servicio sin fisuras”

*El director general de Anecoop France, Jean-Luc Angles, analiza desde la perspectiva de la importación el devenir del mercado francés en un escenario inflacionista y costes energéticos disparados. Ante una tendencia de menor inversión en frutas y hortalizas por parte de los consumidores y las decisiones de las cadenas de primar las producciones nacionales, el nuevo año también se vislumbra complicado. Conscientes de que no pueden permitirse muchos errores, el planteamiento de Anecoop France para el ejercicio 2023 es seguir impulsando las líneas estratégicas que se han puesto en marcha estos últimos años para contribuir a afrontar estos desafíos.*

**Valencia Fruits.** En octubre de 2022 concluyó para Anecoop France el ejercicio 21-22. ¿Con qué resultados? ¿Cuál es el análisis de su director general?

**Jean-Luc Angles.** No es ninguna sorpresa ni novedad si digo que el año 2022 ha sido complicado. Es un sentir generalizado. Si hacemos memoria, cuando se empezaba a vislumbrar la luz al final del túnel después de dos años marcados por la pandemia, la climatología nos jugó otra de sus malas pasadas con fuertes episodios de lluvias en el mes de abril que condicionaron el buen desarrollo de las producciones estivales, incluso otoñales. Por las mismas fechas, la zona de Lleida sufrió una de las heladas más fuertes de su historia reciente.

Estas inclemencias meteorológicas fueron las culpables de la merma de producción en fruta de hueso debido a los problemas de polinización que provocaron las lluvias y las heladas. Las lluvias también afectaron al proceso de polinización de la sandía y el resultado fue una campaña con mucha falta de producto. Sus efectos llegaron hasta las producciones



Jean-Luc Angles destaca que la tendencia de menor inversión en frutas y hortalizas por parte de los consumidores franceses ha sido más patente en 2022 debido a la situación económica marcada por el alto nivel de inflación. / N. RODRIGUEZ

“El consumidor francés que antes buscaba una alimentación de calidad sin importar el precio, ahora se decanta por una cesta de la compra más básica, con productos más económicos aunque sin perder de vista una buena nutrición”

“No nos podemos permitir muchos errores en un escenario de contracción comercial y una situación económica general complicada con una inflación todavía en niveles altos”

de otoño como el kaki, una fruta importante para nosotros, con una campaña marcada por un fuerte descenso de cosecha que nos obligó a finalizar su temporada mucho antes de lo esperado. Y solo en momentos puntuales, dependiendo de los productos, se ha conseguido compensar la pérdida de volumen con precio.

El pasado 2022 también se caracterizó, en el caso de Francia, por la puesta en marcha de las restricciones en el uso del plástico para embalar frutas y verduras pequeñas dentro del marco de la Ley AGEC (Loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire) de 2020. La introducción gradual de estas normas ha supuesto un incremento de costes y una complicación más en la cadena de suministro, ya que estas normas exclusivas del mercado francés han generado nuevos contratiempos en los almacenes de confección en un escenario marcado por volúmenes bajos.

El arranque de la campaña citrícola 22/23 tampoco ha sido fácil con una gran merma en el grupo clementina y problemas de calidad por las altas temperaturas en los meses de septiembre y octubre.

Y si a todos los problemas meteorológicos añadimos la guerra en Ucrania, el aumento de la energía, la inflación, la caída de consumo... podemos confirmar que durante 2022 ha habido pocas luces y muchas sombras.

**VF.** *Hablando de la caída del consumo y la tendencia a destinar menos presupuesto familiar a frutas y verduras para invertirlo en otras cosas, que mencionó en nuestra entrevista el año pasado ¿cómo ha sido su evolución en 2022 y se prevé una tendencia similar en 2023?*

**JLA.** Esta tendencia de menor inversión en frutas y hortalizas por parte de los consumidores, que comentamos a finales de 2021, se constató, e incluso se acrecentó, durante todo el 2022, especialmente tras el aumento del precio de la energía. Ha sido en el segmento de la alimentación donde se ha evidenciado un retroceso más fuerte ya que para las familias francesas es el apartado en el que es más fácil reajustar el presupuesto doméstico al poder controlar mejor el gasto y por ende el ahorro.

En la situación económica actual, el consumidor francés que antes buscaba una alimentación

**Import / Export**

**Pavifruits**

Saint Charles International ● Rue du Languedoc B.P. 35322 ● 66033 PERPIGNAN Cedex France  
Tél. +33 (0)4 68 56 97 41 ● Fax. +33 (0)4 68 85 08 14 ● Email: pavifruits@orange.fr



de calidad sin importar el precio, ahora vemos que se ha alejado de esta línea y se decanta por una cesta de la compra más básica con productos más económicos aunque sin perder de vista una buena nutrición. Un ejemplo: el consumo de plátano se mantiene al igual que el de la zanahoria o la patata, mientras que las verduras de temporada o ciertas frutas de verano han perdido cuota de ventas al ser consideradas por los consumidores productos caros y de 'capricho'. Este patrón también se repite en frutas y hortalizas ecológicas.

**VF.** ¿El hecho de que este patrón se extienda también al segmento 'bio' es la razón de la caída que presentan las cifras de venta en Francia?

**JLA.** Básicamente es la razón principal aunque no la única. En 2022, la demanda de fruta y verdura ecológica ha registrado por segundo año consecutivo unas cifras a la baja, con una caída más fuerte especialmente en este último año, llegando a niveles preocupantes de un 15 y 20%, dependiendo de las cadenas. Otro aspecto a tener en cuenta es el incremento de la producción nacional francesa. Si juntamos una demanda menor y mayor presión del producto local, el resultado es la decisión de las cadenas de reducir el espacio de los productos de importación.

Por si todo esto no fuera suficiente, Naturalia, una de las principales cadenas bio francesas, ha anunciado el lanzamiento de un nuevo segmento que ha denominado 'línea natural'.

**VF.** ¿Qué es 'línea natural' y por qué supone un perjuicio para Anecoop France?

**JLA.** En primer lugar, se trata de una iniciativa desconocida e inexistente hasta el momento en Francia. Por las informaciones que han ido apareciendo, es una nueva estrategia comercial en la que se priman productos con alto valor medioambiental, sin residuos, de proximidad...

Personalmente opino que esto lo único que va a crear es aún más confusión en el consumidor y una desventaja competitiva para empresas que, como Anecoop France, son especialistas en importación.

Es comprensible que las cadenas de supermercados intenten buscar soluciones ante el descenso de su volumen de ventas y el fuerte incremento de costes que ellos también padecen. Pero estrategias así no son nada positivas para nosotros.

**VF.** Y ante esta situación de mercado, ¿cómo se plantea Anecoop France el futuro más inmediato?

**JLA.** El planteamiento para el ejercicio 2023 es seguir impulsando las líneas estratégicas que hemos puesto en marcha estos últimos años para contribuir a afrontar estos desafíos.

Por ejemplo, seguiremos avanzando en el mercado de la flor cortada gracias a la compra de una nueva empresa en octubre de 2022. Con la llegada de Alma Bouquets, firma ubicada en la Costa Azul y especializada en la elaboración de ramos de flores al igual que Floren'Sud Perpignan, empresa que compramos hace unos años, nuestro planteamiento es desarrollar aún más esta línea de trabajo y aumentar nuestra oferta.

También vamos a mantener nuestra oferta de producción local, con previsión de nuevos acuerdos con productores de la

**"Hemos creado la figura del 'Category Manager' para alguna de las familias de productos en las que Anecoop es líder en Francia y establecer así una relación más directa con los jefes de venta y de marketing de las cadenas"**

zona. Todo esto sin descuidar y trabajando con más ahínco la producción convencional y ecológica origen España, que es el corazón y la principal actividad comercial de Anecoop France.

**VF.** Respecto al corazón del negocio de Anecoop France, ¿cuál es la línea a seguir para no perder cuota de mercado en el escenario actual?

**JLA.** La premisa es extremar la atención en la demanda, garantizar una tasa de servicio cada vez mejor y sin fisuras, y reforzar toda la parte de marketing.

Sobre este último apartado, me gustaría destacar la creación en Anecoop France de la figura del 'Category Manager' para alguna de las familias de pro-



Solagora es la empresa de referencia ecológica española en Francia. / ANECOOP

ductos en las cuales Anecoop es líder en Francia como es el caso del tomate, el kaki, la sandía, los cítricos... tanto en convencional como en ecológico. El Grupo Anecoop, a través de sus filiales Anecoop France y Solagora, esta

última especializada en frutas y hortalizas orgánicas, es la empresa de referencia ecológica española en territorio francés, y con esta nueva figura, el propósito es reforzar aún más este posicionamiento.

**VF.** ¿Cuál es la función del 'Category Manager'? y ¿cómo puede ayudar a reforzar este posicionamiento?

**JLA.** Su misión es establecer una relación más directa con los jefes de venta y de marketing de las cadenas para establecer una mejor acción de venta en el lineal para cada referencia mediante recomendaciones y asesoramiento, avalados por la experiencia y conocimiento del Category Manager en cada familia de producto. En definitiva, su trabajo es intentar influir en las decisiones a la hora de implantación, referenciación y segmentación de los productos, y convertirse en el interlocutor privilegiado para nuestros clientes en los productos en los cuales somos líderes en Francia.

Esta figura en el mundo de la alimentación hace años que existe, sin embargo en el sector de fruta y verdura no está muy desarrollada y hay mucho por hacer en este aspecto. Ese será precisamente uno de los retos de Anecoop France en 2023.

Al igual que 2022, este nuevo año se vislumbra complicado. No nos podemos permitir muchos errores en un escenario de contracción comercial y una situación económica general complicada con una inflación todavía en niveles altos.

agrispa

La Primeur des Saveurs

www.agrispa.fr

AGRISPA SAS - Import Export agrumes, fruits et légumes en provenance d'Espagne et du Maroc

Saint Charles International, magasins 96 à 99 - BP 95150, 66031 PERPIGNAN Cedex - France  
Tél.: +33 (0) 468 553 940 - Fax: +33 (0) 468 852 646 - E-mail: agrispa@agrispa.fr



JAVIER NAVARRO / Director de Global Customs System

# “El objetivo en 2023 es expandir los puntos de servicio de la red dentro de la Unión Europea”

Cuando GCS inició su andadura en enero de 2021, el principal objetivo era proporcionar a sus clientes las soluciones necesarias sobre las nuevas cuestiones y nuevos procedimientos logísticos que se iniciaban con motivo de la salida del Reino Unido de la UE. Su director, Javier Navarro confirma que después de dos años de actividad, para GCS, analizando globalmente el volumen de operaciones para los diferentes tráficos entre la UE y Reino Unido, los resultados son muy positivos.

**Valencia Fruits.** ¿Qué podemos decir de los resultados obtenidos por la red GCS durante el ejercicio 2022 teniendo en cuenta el escenario internacional?

**Javier Navarro.** A día de hoy y sobre todo durante el pasado año, como consecuencia de una lamentable y triste guerra entre Rusia y Ucrania, el escenario económico mundial se ha visto muy afectado. En cuanto a las consecuencias funcionales que nos han afectado directamente, podríamos hablar de los cambios legislativos y aduaneros que durante 2022 ha realizado Reino Unido y que desde GCS hemos tenido que superar sin que nuestros clientes pudieran percibir o sentir una bajada de calidad de nuestros servicios.

Analizado globalmente el volumen de operaciones para los diferentes tráficos entre la UE y Reino Unido del conjunto de los miembros de GCS, hemos tenido un aumento general respecto al año anterior, por lo que no podemos más que valorar positivamente el resultado de GCS en 2022.

**VF.** ¿Qué ha sido lo más complicado de gestionar?

**JN.** Desde el inicio de la entrada en vigor del Brexit hasta el día de hoy todo lo relacionado con la línea comercial con Reino Unido ha ido sufriendo cambios paulatinos introducidos por el gobierno de UK en los procedimientos y requerimientos necesarios para la importación o exportación de productos. Para nosotros conseguir transmitir esa información a nuestros clientes con la claridad, precisión y la rapidez necesaria para garantizarles el tiempo suficiente para su preparación y adaptación ha representado en ocasiones una ardua tarea ocasionalmente complicada de gestionar.

**VF.** Una de sus afirmaciones en nuestra última entrevista fue que “el desarrollo de la actividad



Javier Navarro avanza que GCS proporcionará nuevos servicios en 2023. / NR

de GCS en el mundo aduanero llegará hasta donde necesiten nuestros clientes”. ¿Qué necesita el cliente en esta nueva realidad del mercado?

**JN.** Cuando GCS inició su andadura en enero de 2021, el principal objetivo para nosotros y base de nuestra estrategia era poder proporcionar a nuestros clientes las soluciones necesarias sobre las nuevas cuestiones y nuevos procedimientos logísticos que se iniciaban con motivo de la salida del Reino Unido de la UE. En este tiempo hemos visto que la principal demanda por parte de nuestros clientes es la de contar con una solución aduanera integral punto a punto, es decir que a través de un único interlocutor puedan gestionar el máximo de procesos de su logística aduanera sobre los envíos de sus productos entre ambos países.

Por ello en GCS para poder dar un servicio acorde con los estándares de calidad que ofrece nuestra red, desde diciembre de 2021 contamos con oficina

**“Podemos considerar como un gran éxito para GCS el incremento que en conjunto todos nuestros colaboradores han experimentado en cuanto al número de expedientes y clientes en las operaciones con Reino Unido”**

propia en Reino Unido, a través de la que prestamos a nuestros clientes servicios de importación-exportación los siete días de la semana y permite a cualquiera de nuestros colaboradores de la red resolver cualquier pregunta o cuestión aduanera o para-aduanera que se les plantee sobre cualquier asunto de uno u otro país interviniente en la operación, así como gestionar los expedientes de forma más directa y ágil, como agencias del

mismo grupo que somos, compartiendo con toda confianza la información.

**VF.** Los clientes han valorado la alta satisfacción sobre el servicio, profesionalidad y apoyo que ha prestado GCS. Estas valoraciones han ayudado a aumentar la cartera de clientes?

**JN.** Podemos considerar como un gran éxito para GCS el incremento que en conjunto todos nuestros colaboradores han experimentado en cuanto al número de expedientes y clientes en las operaciones con Reino Unido.

Realmente hemos podido sentir, a través de los muchos mensajes que nos han hecho llegar nuestros clientes, la gran satisfacción por el servicio y profesionalidad recibido por parte los miembros de nuestra red, en ocasiones por haber conseguido facilitarles el asesoramiento y soluciones a sus cuestiones y demandas de servicio (Importación, Exportación, ENS, GMR...), y en otras por nuestra aportación en la resolución y ejecución de algunos expedientes especialmente complejos.

**VF.** Durante 2022, ¿qué nuevas operativas aduaneras se han implantado en GCS?

**JN.** Como operativas principales a las que nos hemos tenido que adaptar en nuestra oficina de Reino Unido, podríamos remarcar tanto el cambio de programa de comunicación con la aduana que ha pasado del anterior CHIEF al nuevo programa CDS, como a nuevas normas aplicables a nuevos productos por los servicios para-aduaneros IPAFF y DEFRA.

El nuevo CDS es ya mucho más parecido a los programas que utilizamos los agentes en la Unión Europea. Requiere introducir una mayor cantidad de información, y como en todo inicio y puesta en marcha, hemos sufrido duras jornadas a causa, por ejemplo, del cambio en el

porcentaje de control de expedientes a la importación en UK, que pasaron de 90% de expedientes en circuito verde a un 90% en circuito naranja, teniendo que parar en la aduana más cercana del punto de entrada y esperar a que los agentes aduaneros tuvieran que intervenir.

**VF.** ¿Qué ha supuesto contar con un puesto físico y operativo en el Reino Unido?

**JN.** Para GCS poner en marcha nuestra propia oficina en el Reino Unido ha significado uno de los pasos más importantes realizados por la entidad en el camino de nuestro desarrollo. Nos ha permitido aportar un valor añadido en la calidad de los servicios y en las necesidades continuas que nos demandan nuestros clientes.

Cuando los clientes cada día nos piden más información sobre sus operaciones o un mayor detalle en la trazabilidad de sus expedientes, tener nuestra propia oficina aporta al grupo valores añadidos muy importantes como son el contar con un servicio siete por siete, una mayor reactividad para atender las demandas de información de nuestros clientes sobre cualquier operativa con UK, así como contactar y tener la información sobre la situación de cualquier expediente de manera inmediata.

**VF.** Además del hortofrutícola, ¿a qué otras actividades presta sus servicios esta red?

**JN.** Los miembros que integran la red GCS son capaces de despachar cualquier tipo de producto, no solo fruta y hortaliza.

Todos los miembros de nuestra red son entidades con una dilatada experiencia en el sector como transitarios y agentes de aduana, de hecho, los miembros de la red están despachando diariamente todo tipo de productos: alimentación en general (cárnicos, lácteos, estén elaborados o semielaborados, pescado, etc.), plantas, del sector de la automoción e incluso para la aviación, en general productos industriales de cualquier tipo, productos farmacéuticos, alcoholes, etc.

Se realizan operaciones de importación, exportación, tránsito, etc. Y no solo de mercancías con destino u origen Reino Unido, cualquiera de ellos ofrece todos los servicios de carácter aduanero desde cualquier origen y para cualquier destino. Hemos de pensar que cualquier miembro de la red es entidad transitaria o agente de aduanas con todas las competencias de una entidad de ese sector, por lo que si cualquier cliente necesita contar con los servicios de un miembro de la red, para cualquier otro destino u origen que no sea UK, también pueden hacerlo.

**VF.** ¿Cómo se presenta el 2023? ¿Cuáles son los retos a los que se enfrenta GCS en el mundo aduanero y logístico?

**JN.** En 2023 nuestro objetivo es expandir el número de puntos de servicio con la incorporación de nuevos miembros en países de la UE y en países no comunitarios que mantienen relaciones comerciales con la UE y en los que a día de hoy todavía no contamos con presencia física.

También iniciamos un proyecto con el que incorporar a la red otros servicios complementarios relacionados con la logística que en ocasiones han sido ya objeto de demanda de nuestros clientes.

**Pujol Verdaguers S.A.**  
Groupage Logistique Internationale  
Stockage Douanes Transport

www.pujolverdaguers.fr



# En alimentación, los jóvenes franceses compran más y mejor

Según la encuesta “Los franceses y las influencias en la alimentación”, desarrollada por Interfel, los jóvenes realizan cada vez más compras por Internet y redes sociales, pero consumen de forma más consciente y responsable

► LUCÍA PALENCIA. REDACCIÓN.

OpinionWay —empresa francesa de sondeos y estudios de marketing— realizó para Interfel una encuesta acerca de los hábitos de compra de productos alimentarios entre los jóvenes franceses, titulada “Los franceses y las influencias en la alimentación”. La muestra se realizó en agosto de 2022 sobre 1.008 personas representativas de la población francesa mayor de 18 años.

El sondeo va dirigido a un segmento muy concreto de población, estos son los jóvenes que han crecido conectados a las tecnologías digitales y que, por ello, siguen las tendencias de consumo al dedillo. Los jóvenes que actualmente tienen entre 25 y 34 años (los “millennials”) son a veces percibidos como individualistas y su comportamiento a la hora de consumir suele ser más idealista y responsable. Sus sucesores, los jóvenes de entre 18 y 24 años (la “generación Z”) son nativos digitales, es decir, han nacido y se han criado con el auge de las tecnologías, por lo que Internet, las redes sociales y las aplicaciones encabezan su lista



Comprar frutas y hortalizas por Internet significa para el 57% de los jóvenes de la “generación Z” la oportunidad de descubrir productos que no conocían. / ARCHIVO

de herramientas diarias para descubrir productos y realizar compras.

Los resultados que esta encuesta arroja son que el 67% de los jóvenes de la “generación Z” creen que Internet y las redes sociales animan a consumir siempre los mismos productos. De esos jóvenes, 9 de cada 10 reconoce que han sido tentados a consumir productos sugeridos

por el sitio al realizar compras online, una proporción ligeramente superior al 84% de los “millennials” que se dejan tentar por las aplicaciones de compra, pero muy superior (65%) al conjunto de la población.

La encuesta también muestra cómo el 73% de los jóvenes pertenecientes a la “generación Z” utilizan listas de productos preexistentes basadas en sus ante-

**El estudio revela que 8 de cada 10 jóvenes franceses están dispuestos a probar frutas y hortalizas que no conocían o no consumían regularmente**

riores compras para satisfacer de forma más rápida sus demandas. Del conjunto de la población, solo el 42% compra de esta manera. Estos mismos jóvenes (el 37%) confiesan que a veces compran por Internet algo completamente distinto al producto que buscaban inicialmente. Entre los “millennials” solo el 28% ostenta este comportamiento de consumo.

Pese a que los jóvenes franceses son los que más compran por Internet, el estudio revela que también son los que llevan a cabo un consumo más consciente. El 68% de los jóvenes de la “generación Z” y el 62% de los “millennials” están convencidos de

que Internet y las redes sociales intentan orientar sus elecciones de consumo alimentario (frente al 48% de la media de franceses). Esto quiere decir que los jóvenes se dejan llevar por los algoritmos siempre y cuando les convenga.

En cuanto a los hábitos alimenticios, el estudio revela que 8 de cada 10 están dispuestos a probar frutas y hortalizas que no conocían o no consumían regularmente. En este punto, tanto “generación Z” (77%) como “millennials” (78%) están de acuerdo, aunque a ello está dispuesto también el 70% de la población total. A la hora de adquirir estos productos el 68% de la población prefiere comparar frutas y verduras que no conocían en tiendas físicas, y el porcentaje de jóvenes de la “generación Z” que también lo hace así es del 64%.

Comprar frutas y hortalizas por Internet significa para el 57% de los jóvenes de la “generación Z” la oportunidad de descubrir productos que no conocían. A esto hay que añadirle que el 22% de ellos hace estos “descubrimientos” al utilizar aplicaciones contra el desperdicio de basura. Este comportamiento denota de la “generación Z” una mayor capacidad de utilizar la sobreabundancia de información disponible en Internet para tomar sus propias decisiones.

La conclusión que subyace del informe es que los jóvenes franceses realizan cada vez más compras por Internet y redes sociales, pero gracias a los conocimientos de las tecnologías digitales y el uso que hacen de ellas, consumen de forma más consciente y responsable.



**GCS**  
GLOBAL CUSTOMS SYSTEMS



#### GLOBAL CUSTOMS SYSTEMS SPAIN

C/ Nord nº. 9 - 3ª Planta - Oficina 306  
Edificio Colegio de Agentes de Aduana  
17700 LA JONQUERA (GIRONA) ESPAÑA  
teléfono +34 972 59 80 70 - www.customsgcs.com  
email: info@customsgcs.com - jnm@customsgcs.com

#### GLOBAL CUSTOMS SYSTEMS UK LTD.

Riverview | The Mill Heathrow  
Horton Road | Stanwell Moor  
TW19 6BJ | United Kingdom  
direct: +44 330 460 9531 / office: +44 330 460 9530  
mobile: +44 7706 334442 / e-mail: mspraggs@gcsonline.uk



Soluciones aduaneras **IMPORT/EXPORT** con **REINO UNIDO**





# Luces y sombras del transporte combinado francés

La demanda de un transporte combinado no deja de crecer, pero estos avances no contentan a todo el mundo

► LUCÍA PALENCIA. REDACCIÓN.

El transporte por ferrocarril está altamente extendido en Francia. En el país galo son muchas las rutas por las que se distribuyen mercancías combinando este medio de transporte con camiones por carretera. Específicamente el transporte de productos frescos, como frutas y verduras, se realiza por medio de trenes especializados, como es el Tren de la Fruta Fresca.

En octubre de 2021 se reactivaba la ruta del "Train des Primeurs" que realiza el transporte de mercancías frescas desde la plataforma internacional de Saint-Charles en Perpignan al Mercado de Rungis (París), tras dos años de parón determinados por la falta de medios y clientes. Este regreso fue posible gracias al impulso del primer ministro francés de ese momento, Jean Castex, y la Sociedad Nacional de Ferrocarriles Franceses (SNCF), que ganó la convocatoria lanzada para la explotación de la línea ferroviaria hasta finales del año 2024 a través de su filial Rail Logistics Europe.

El tren, que está formado por 12 vagones frigoríficos con capacidad para 38 palets de fruta y verdura cada uno, circula únicamente 8 meses al año, entre noviembre y julio. Actualmente mantiene un nivel de llenado del 80%, esto quiere decir que el índice de ocupación ha ido en constante aumento (10 vagones, actualmente), según el director comercial de la División de Transporte Ferroviario de Mercancías de SNCF, Edouard Laverny Martin.

■ QUEJAS

A pesar de la positiva evolución que apunta Laverny Martin, no todo son buenas noticias. La ruta ferroviaria se reabrió anunciando que el servicio estaría disponible también para cargadores que operan ferrocarril-carretera, sin embargo, no se contactó con transportistas interesados y se dio prioridad al Grupo Primever —operador de transporte y logística, especialista en el sector hortofrutícola para Francia, Europa y el mundo— y el único que actualmente ocupa los vagones de la línea Perpignan-Rungis.

El proyecto de reactivación de la línea incluía en su momento también la creación de una autopista ferroviaria entre Le Boulou (Pirineos Orientales) y Gennevilliers (región parisina), con carga de semirremolques y contenedores en vagones especializados. Su puesta en marcha estaba prevista para finales del 2021, pero por problemas en la ruta la retrasaron a finales de este año. Ahora, desde la SNCF anuncian la apertura de nuevas

autopistas ferroviarias en 2023, como la que unirá Sète y Calais. Su filial VIA será la encargada de operar esta línea, que se suma a las anteriores que ya eran reguladas por la empresa, estas son: Le Boulou-Bettembourg, Le Boulou-Calais, Macon-Calais y Aitón-Orbassano.

La vuelta del 'tren primeurs' supone alrededor de 10.000 camiones menos en las carreteras, lo que contribuye a plasmar los planes del gobierno francés de reducción de la huella de carbono. Sin embargo, algunos expertos del sector transportes no creen que se le esté sacando rentabilidad. Desde la Federación de Trabajadores Ferroviarios (CGT Cheminots) lamentaban que se hubiese vuelto a poner en activo el tren con la mitad de los vagones y que circulase vacío al regresar a Perpignan. "Originalmente, algunos vagones en el camino de regreso estaban cargados con productos de distribución masiva", afirmaba el delegado de CGT Cheminots, Michaël Meunier.

Otra de las quejas más sonadas fue la de que la circulación del tren se parase en julio y se retomase en noviembre, pues, es justamente en verano cuando se recogen las cosechas de los Pirineos Orientales. Esto provoca que los productores locales no



La vuelta del 'tren primeurs' supone alrededor de 10.000 camiones menos en las carreteras francesas, lo que contribuye a plasmar los planes del gobierno galo para reducir la huella de carbono. / © JC MILHET / FRET SNCF

En octubre del año 2021 se reactivó la ruta del "Train des Primeurs" que realiza el transporte de mercancías frescas desde la plataforma internacional de Saint-Charles en Perpignan al Mercado de Rungis

podían distribuir su mercancía por medio de este tren y que las frutas y verduras que se transportan los ocho siguientes meses proceden en su gran mayoría de España y Marruecos.

■ CIFRAS AL ALZA

Los productos españoles llegan hasta esta ruta concretamente a través de la plataforma multimodal Perpignan Saint-Charles Conteneur Terminal (PSCCT) de contenedores y transporte combinado de Saint-Charles, gestionada por la sociedad anónima local con el mismo nombre. Debido a su proximidad a la frontera franco-española, la terminal proporciona fluidez al intercambio logístico norte-sur combinando tres medios de transporte, por carretera, ferrocarril y barco, a través de los puertos de Port-Vendres y Port de Barcelona y por la línea de alta velocidad y tráfico mixto entre Figueres y Perpignan.

El transporte combinado carretera-ferrocarril en Saint

Charles ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. En 2014 desde esta terminal se transportaban 21.659 cajas y este año se contabilizaron cerca de 60.000. La terminal, que antes solo manipulaba contenedores, ha pasado a transportar semirremolques, con un aumento anual del 20% en el transporte de estos. Los trenes realizan actualmente seis viajes de ida y vuelta, cinco días a la semana, incluidas las noches.

Los resultados del ejercicio 2022 de la terminal son positivos y, tanto es así, que se han ampliado rutas como la de Perpignan-Kaldenkirchen (cerca de Düsseldorf). En octubre, el operador de esta ruta, CargoBeamer, ponía en marcha un servicio entre Kaldenkirchen y el puerto de Rostock para aumentar el alcance del transporte combinado de mercancías a países como Dinamarca o Finlandia, a donde llegan desde Rostock en ferry.

El gobierno francés también está tomando medidas para in-

Desde la SNCF anuncian la apertura de nuevas autopistas ferroviarias en 2023, como la que unirá Sète y Calais

crementar el transporte de mercancías mediante vehículos rodados. En julio se anunciaba que se permitiría combinaciones de hasta 46 toneladas en transporte combinado durante un año y medio. Esta medida permitiría sobrepasar los límites de peso y dimensiones de vehículos pesados dentro del territorio siempre que fuese como paso previo o posterior a un servicio combinado, en sus tramos iniciales o finales.

La medida se implantó a modo de ensayo para analizar el impacto que estas combinaciones causaban en el sector. Para ello el gobierno galo también previó la creación de un organismo evaluador de los resultados de estas experiencias, que analizaría el impacto de estos conjuntos sobre las infraestructuras viarias, la seguridad vial, la incidencia medioambiental, o las alteraciones en los costes del transporte por carretera que estas combinaciones pudieran provocar.

■ MERCADO DE RUNGIS

El de Saint-Charles no es el único mercado que crece. El Mercado de Rungis (París) es el tercero más importante del país y Semmaris, la compañía que gestiona su funcionamiento, ha anunciado planes para aumentar las terminales logísticas del mercado. Concretamente tiene la intención de desarrollar una plataforma mixta ferroviario-carretera para 2024-2025. Esta plataforma multimodal de 120.000 m<sup>2</sup> permitirá abastecer al mercado, al tiempo que se utilizará para transportar mercancía hacia el norte y sur de Francia. También está prevista la creación de tres líneas que irán a Avignon, Rotterdam y Amberes, entre otros.

**FRANCIA**  
**PERPIGNAN**  
**ESPAÑA**

**JIC LOGISTIQUE**

255 Avenue Georges Caustier, 66000 Perpignan  
tel: +33 468 95 86 32 - móvil: +33 (0) 612 91 84 27  
email: jicfrance@hotmail.fr - web: www.jicfrance.fr

**CARGA - DESCARGA Y PICKING**  
**ABIERTO 6 DÍAS A LA SEMANA DE 8 AM A 8 PM**  
**LOGÍSTICA PARA TODO TIPO DE MERCANCÍA**  
**(aceite, vino, productos alimentarios,...)**



# Francia anula el decreto que prohíbe el uso de envases de plástico

El Estado francés organiza una consulta pública sobre un nuevo proyecto de decreto más “firme”

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

¿Podría volver el plástico a los estantes hortofrutícolas de los supermercados franceses? Es la pregunta que están haciéndose los ciudadanos del país vecino en los últimos meses. Esto es así debido a que el Consejo de Estado francés anuló el pasado 9 de diciembre las excepciones de la ley sobre embalajes y opinó que se debe revisar su posición sobre los envases de plástico pues considera “ilegal” el decreto que prohíbe su uso, tal como se hicieron eco numerosos medios franceses.

Un año después de su prohibición, los envases de plástico que rodean ciertas frutas y verduras podrían volver a las estanterías de los supermercados. Cabe recordar que, de acuerdo a lo expuesto en la Ley AGECE (*Loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire*), desde el 1 de enero de 2022, los supermercados franceses no han podido vender frutas y verduras embaladas en plástico si pesan menos de 1,5 kilos.

## ■ CONSULTA PÚBLICA

Según los jueces, el Estado se extralimitó en el mandato que le había otorgado la ley sobre la lucha contra los residuos y la economía circular. Presionado para que revisara su copia, el gobierno aseguró que se estaba redactando un “nuevo decreto aún más firme”.

Por ello, el Ministerio de Transición Ecológica francés organizó, del 15 de diciembre de 2022 al 12 de enero de 2023, una consulta pública sobre un nuevo



Francia apuesta por menos plástico en los lineales. / GREENPEACE FRANCE

Un año después de su prohibición, los envases de plástico que rodean ciertas frutas y verduras podrían volver a las estanterías de los supermercados

Se han alcanzado las 1.360 consultas abiertas desde el 15 de diciembre de 2022 hasta el 12 de enero de 2023

proyecto de decreto que establece una lista de frutas y hortalizas frescas no transformadas que pueden seguir vendiéndose en plástico. Esta nueva lista de frutas y hortalizas exentas de la obligación de vender sin plástico es, ahora, más limitada que la del decreto ley que anuló el Consejo de Estado francés el pasado 9 de diciembre de 2022. Además,

según explica en un comunicado, se había “encomendado al Gobierno la tarea de enumerar las únicas frutas y verduras que presentan riesgo de deterioro si se venden a granel con el fin de eximir las definitivamente de la prohibición de los envases de plástico”.

Sin embargo, en el decreto de aplicación, el Gobierno no solo

“incluyó en su lista las frutas y hortalizas que no presentan necesariamente un riesgo de deterioro”, sino que también “fijó, para cada una de estas frutas y hortalizas, el periodo durante el cual podrían seguir vendiéndose en envases de plástico después del 1 de enero de 2022”, señaló el Consejo de Estado.

## ■ EXENCIONES Y PROHIBICIONES

El decreto publicado en octubre de 2021 establecía una lista de frutas y hortalizas exentas de la prohibición, más corta que antes, pasando de 43 a 25. Frambuesas, fresas, achicoria, espinacas, setas, todas las frutas maduras y otras semillas germinadas estaban incluidas en la lista de frutas y verduras que podían comercializarse en plástico hasta 2026. Sin embargo, el calendario progresivo fue considerado ilegal el pasado 9 de diciembre por el Consejo francés.

## ■ MULTA

El Consejo de Estado concluía que “se anula el Decreto n° 2021-1318, de 8 de octubre de 2021, relativo a la obligación de presentar a la venta las frutas y hortalizas frescas no transformadas sin envases total o parcialmente de plástico”, tras el dictamen del ponente público emitido el 14 de noviembre. El Estado “tendrá que redefinir una lista por decreto para cumplir la misión que le encomienda la ley”, añadió. También deberá abonar la cantidad de 2.000 euros al sindicato Alliance Plasturgie & Composites du futur; al sindicato Polyvia; a Felcoop

(Fédération française de la Coopération Fruitière, Légumière et Horticole) y a Interfel (Association Interprofessionnelle des Fruits et Légumes frais).

La decisión de anular el decreto ley promovido por el Ministerio de Transición Ecológica no dejó de indignar a su ministro, Christophe Béchu, que se declaró en Twitter “horrorizado”. “Nunca cederemos ante quienes se burlan de la emergencia climática mientras imponen condiciones insostenibles a los productores”, condenó. Según él, se está preparando una nueva orden “aún más firme”.

## ■ EL SECTOR

La consulta alcanzó las 1.360 opiniones del sector, tanto del plástico y del agroalimentario en su conjunto, como comentarios de los propios ciudadanos franceses.

La interprofesional francesa de frutas y hortalizas frescas, Interfel “no está contenta con esta decisión como tal”, aunque sea “coherente y lógica”, según declaró su presidente, Laurent Grandin. “Esta decisión nos permite establecer una consulta previa con el fin de encontrar, junto con el Gobierno, el marco óptimo para la aplicación de esta ley (...) armonizada a nivel europeo y que permita conciliar las limitaciones económicas y las soluciones técnicas”.

El presidente Laurent Grandin reafirma “la voluntad de nuestra interprofesional de alcanzar el objetivo de una retirada razonable del plástico”. De hecho, según datos de Interfel, casi el 70% de los productos ya se venden a granel, aunque no son partidarios de prescindir por completo del plástico.

También añaden que “Interfel siempre ha pedido la armonización de las normas a escala de la UE para mantener la libre competencia y la libre circulación de frutas y hortalizas frescas en el mercado único, tanto para los profesionales como para los consumidores”.

Por su parte, el último día que se podía acceder a la consulta pública, el 12 de enero de 2023, Plastalliance (Alliance Plasturgie et Composites du Futur Plastalliance) comunicó que, tras la anulación del decreto, “lamenta y combatirá por todos los medios legales necesarios esta política de apaleamiento irracional del plástico”.

En cambio, según explicó Moira Tourneur, responsable de Residuos Cero Francia esta decisión de anular el decreto “nos preocupa mucho. Es realmente un paso atrás en lo que sin embargo era un avance concreto en la lucha contra la contaminación por plásticos” y añadió “este riesgo de marcha atrás representa una pérdida de tiempo frente a la emergencia ecológica y corre el riesgo de dar una larga vida a los envases de plástico”. Una preocupación que parece haber sido ya escuchada por el Gobierno francés.



# medFEL 2023, una edición más comprometida que nunca

Tras una edición 2022 bautizada como la edición del 'reencuentro' y marcada por el entusiasmo de los profesionales del sector hortofrutícola, la feria se impone como la cita anual ineludible en Francia

En 2023, medFEL tendrá lugar los días 26 y 27 de abril en el Parque de Exposiciones de Perpignan. Verdadero lugar de intercambios entre los actores comprometidos del sector, ya sean expositores o visitantes, medFEL es una feria profesional de la Región Occitania-Pirineos-Mediterráneo, organizada por la agencia regional de desarrollo económico AD'OCC y SPAS Organisation.

Además de permitir el encuentro de los profesionales del mundo hortofrutícola, la feria es también un evento rico en información y contenidos, con la intervención de expertos que abren el debate sobre los retos y la actualidad del sector, y por supuesto, las previsiones de las cosechas europeas de fruta de verano, la verdadera marca de medFEL y que constituyen el núcleo del programa.

## ■ MÁS COMPROMETIDA

Tras una edición 2022 que permitió intercambios comerciales de calidad entre profesionales, numerosos encuentros de negocios y conferencias de calidad sobre los retos del sector, la cita de 2023 pone el listón aún más alto para responder a las expectativas de los profesionales y consumidores del sector. Ante el contexto geopolítico y los retos climáticos imperantes, todos los eslabones del sector deben hacer frente a cuestiones económicas y ecológicas. Así pues, el agua, la energía y la soberanía alimentaria estarán en el centro de la cuestión en la edición de 2023.

En medFEL se esperan 230 expositores franceses e internacionales, implicados en enfoques sostenibles y ecorresponsables, repartidos en 7 sectores de exposición: producción, importación/exportación, transporte y logística, envasado, procesos/equipos, ingeniería. Y como novedad, este año se dará la bienvenida a un nuevo sector: medFLOR, dedicado a la industria de la flor cortada y las semillas.

Asimismo, se acogerá a 4.000 visitantes específicos, profesionales del sector (supermercados, minoristas, mayoristas, empresas de restauración, industrias de transformación, etc.) que vendrán dispuestos a intercambiar ideas y forjar nuevas alianzas comerciales.

El programa de compradores internacionales VIP también se repetirá este año, para permitir el encuentro entre los responsables de la toma de decisiones y los agentes locales, creando así nuevos flujos comerciales que impulsen sus ventas de exportación.

## ■ CONTENIDO DE CALIDAD

El contenido forma parte ahora de la esencia de medFEL que, desde la crisis sanitaria, ha sabido reponerse y seguir presente junto a todo el sector, en particular gracias a 'los martes de medFEL' lanzados en 2021. Este formato digital ha permitido garantizar la entrega en las fechas previstas de las previsiones de la cosecha europea de fruta de verano, verdadera marca de la feria,



La feria medFEL prevé reunir a 230 expositores. / NEREA RODRÍGUEZ

medFEL se posiciona como una herramienta de apoyo al sector que permite a todos los agentes disponer de las claves para responder a los retos actuales

y ha confirmado la legitimidad y el arraigo de medFEL.

'Los martes de medFEL' se celebran ahora todos los años en mayo para poder anunciar a tiempo las previsiones de la cosecha europea de melocotones y nectarinas. In situ, durante la exposición física, las previsiones de las cosechas europeas de fruta de verano ofrecerán respuestas fundamentadas a las preguntas de los agentes del mercado.

Las previsiones de cosecha forman parte de una oferta de contenidos propuesta por medFEL con un riquísimo programa de 25 conferencias, mesas redondas y debates para responder a los numerosos retos del sector de las frutas y hortalizas, especialmente en torno al desarrollo sostenible.

Entre los principales temas que se debatirán durante los dos días de la feria, Florence Rabut, redactora jefe de Végétale, socio de medFEL, dirigirá mesas redondas sobre tres temas principales: ¿Qué perspectivas hay

El agua, la energía y la soberanía alimentaria estarán en el centro del programa de ponencias en la edición de 2023

para el mercado ecológico?; Revalorizar los alimentos: ¿cómo hacerlo?; y Repensar la gestión del agua en un mundo en transición.

Un año más, dos testigos clave darán fe del compromiso de medFEL y expondrán su análisis de los retos a los que se enfrenta el sector, desde un punto de vista económico y sociológico.

## ■ PRODUCTOS ECOLOGICOS

medFEL trabaja desde hace más de 10 años en Occitania, segunda región productora de frutas y hortalizas de Francia y primera en producción ecológica y número de productos etiquetados. Perpignan por su parte es el primer centro europeo de distribución de frutas y hortalizas. La vocación de los organizadores de medFEL es reunir a actores comprometidos de toda Francia y del extranjero. ¿Cómo? Ofreciendo una plataforma de exposición para los productores de frutas y hortalizas ecorresponsables, pero también para todas las empresas del sector respetuosas con el medioambiente y con la ecología.

El Organic Market by medFEL será una oportunidad para que los expositores presenten sus productos ecológicos a la entrada de la feria, permitiendo a los visitantes descubrir su oferta etiquetada y encontrarlos fácilmente en el certamen gracias a una ruta dedicada: la Organic Road by medFEL.

## ■ UN NUEVO SECTOR

Este año, la feria se abre a un nuevo sector dedicado a la flor cortada con etiqueta ecorresponsable, para responder a la demanda de compradores cada vez más comprometidos.

Totalmente coherente en su planteamiento con la identidad de medFEL, este nuevo sector transmite el mismo mensaje: la necesidad de transparencia y la búsqueda de la ecorresponsabilidad en todos los niveles de la cadena de valor. De hecho, los consumidores están cada vez más interesados en comprar flores ecorresponsables, y la distribución especializada, los mayoristas y los supermercados están obligados a ofrecer estos productos y a exhibir el origen y las etiquetas adhoc.

medFLOR amplía así la oferta de medFEL a través de una zona BtoB dedicada 100% a los actores comprometidos del sector de la flor cortada. Esta nueva oferta de la feria reivindica un posicionamiento específico en el circuito de los encuentros profesionales en Europa: una exposición de negocios, compacta, eficaz y orientada a la búsqueda de proveedores.

medFLOR se hará eco de las tendencias de consumo, marcadas por la compra de flores etiquetadas, cultivadas sin pesticidas, en un enfoque ecorresponsable. Productores, mayoristas, instituciones, compradores, supermercados, floristas y profesionales del sector...

Los organizadores esperan que 1.500 visitantes profesionales se reúnan con los expositores de este nuevo sector.

## Innovación

medFEL se posiciona como una herramienta de apoyo al sector que permite a todos los agentes disponer de las claves para responder a los retos actuales. Es por eso que la edición de 2023 se centrará en las iniciativas ecorresponsables como las etiquetas y certificaciones que protegen la salud del medio ambiente, eco-logística, nuevos envases, etc.

Este año, más que nunca, la feria dará un lugar de honor a la innovación en el sector, gracias al Lab'Innov by medFEL, un auténtico espacio de innovación, que se amplía para acoger aún más startups implicadas en los retos del mañana y que proponen productos y/o servicios innovadores.

La innovación del sector en Francia también se traduce en la aparición de nuevas gamas producidas ahora en territorio galo —y sobre todo en Occitania—, como los frutos secos y las legumbres. medFEL está abierta a estas nuevas gamas que son verdaderos sectores de futuro y responden a las nuevas tendencias de consumo, como la 'vegetación' de los platos. ■

MOLBO Moving goods

MOVIMIENTO RESPONSABLE DE MERCANCÍAS

Enjoy with us

Grupaje diario internacional

ITALIA  
FRANCIA  
BÉLGICA  
HOLLANDA

www.molbo.es +34 96 164 31 40



# ¿Cuál es el supermercado favorito de los franceses?

La cadena E. Leclerc, la más barata del país, es la favorita entre los consumidores

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

El nuevo año se abre paso en un contexto marcado por la subida del precio de los alimentos, una creciente inflación y una pérdida de poder adquisitivo a nivel general en Francia. Pero el país vecino, también conocido como “el paraíso de los supermercados”, destaca por sus fórmulas ganadoras para atraer a los consumidores, sobre todo en la sección de frescos. Una firme apuesta por los productos locales y ecológicos, soluciones convenience, el incremento de la oferta de referencias a granel o nuevas opciones de envasado son solo algunas de las acciones que explican el éxito del gran consumo francés.

En este periodo de subida de precios, ¿cómo hacen la compra los franceses? ¿y qué supermercados prefieren? Un estudio reciente de Kantar Worldpanel France, publicado el pasado diciembre, muestra el ranking de las cadenas más apreciadas por los franceses y las tendencias que marcan el consumo actual. Carteles promocionales con mensajes del estilo “Escudo antiinflación”, “La mano amiga que vale la pena” o “Precios ajustados” ya dan alguna pista: el descuento va en aumento.

La cadena francesa E. Leclerc se mantiene a la cabeza y representa el 22,2% de la cuota de mercado. Y es que, además de ser la más elegida por los consumidores, también es la más barata según la revista Que Choisir. Le siguen Carrefour (19,2%), Les Mousquetaires (15,9%) y Système U (11,6%).

Si bien este ranking se mantiene con el liderazgo de las enseñas nacionales, hay que destacar el avance de otras marcas ‘no francesas’ en el mercado minorista del país vecino. Así pues, en el sexto puesto tenemos a la cadena alemana Lidl que desde esa posición es la cadena que más ha crecido en 2022 al ganar 0,3 puntos y alcanzar una cuota de mercado del 7,9%. Por su parte Aldi, en octava posición, ha subido 0,2 puntos y ha cerrado su ejercicio de 2022 con una cuota de mercado del 2,8%.

Que las comúnmente denominadas “marcas de descuento” hayan experimentado un ascenso tan considerable y que la cadena de supermercados más barata de todo el país sea también la favorita deja poco espacio a las dudas: ante la inflación, los franceses optan por el factor precio.

## ■ GUERRA DE PRECIOS

En este periodo de inflación, el criterio del precio vuelve a convertirse en la prioridad para los consumidores franceses. “La subida de precios ha frenado una tendencia básica que prevalecía desde hace unos años y que consistía en privilegiar productos más caros, como los productos etiquetados, los productos locales, las marcas de pymes, los productos frescos y los productos



Cuota de mercado de las cadenas de supermercados en Francia entre enero y diciembre de 2022. / KANTAR WORLDPANEL

ecológicos”, comenta Gaëlle Le Floch, directora de Marketing de Kantar Worldpanel France. Ahora, los consumidores recurren a los primeros precios, a las marcas blancas y las más económicas.

Por ello, algunas cadenas han desfundado un arsenal de medidas “antiinflación” para ganar más tráfico, desde rebajas de precios hasta promociones casi imposibles, en detrimento de aquellas que han repercutido el aumento de precios en sus productos. Este hecho explica el marcado incremento de ventas

## En un periodo de inflación como el actual, el criterio del precio vuelve a convertirse en la prioridad para los consumidores franceses

de las cadenas que apuestan por mantener los precios bajos como Lidl y E. Leclerc, que pretende “devolver el poder adquisitivo” a los consumidores con sus fuertes operaciones. Por otro lado, esta guerra de precios ha repercutido negativamente en aquellas marcas que han querido mantener los márgenes en este

contexto inflacionario, como el caso de Intermarché, provocando una crisis de gobernabilidad sin precedentes.

## ■ TIENDAS

En cuanto a los conceptos de tienda preferidos por los franceses, según Kantar, los llamados canales EDMP (categoría que

engloba a las tiendas *hard-discount*, entre otros, minoristas como Leader Price, Le Mutant, Netto, Lidl y Aldi) son los que actualmente tienen un mayor afluencia de consumidores franceses. Las tiendas de proximidad, apoyadas por una clientela más fiel, también aumentan su cuota de mercado. Los supermercados, por su parte, crecen discretamente ganando 0,1 puntos de cuota.

Por lo que respecta al comercio electrónico, su actividad se ralentiza debido al conocido como *click&collet* o *drive*, que se basa en que los clientes realizan sus pedidos online para luego recoger los productos en un lugar determinado, mientras que los servicios de entrega a domicilio siguen reclutando seguidores.

## ■ LARGA VIDA AL HIPERMERCADO

En cuanto a los hipermercados, siguen un declive constante. Víctima colateral de la COVID-19 y compitiendo con nuevos formatos, el modelo “hiper” ha visto cómo su rentabilidad se erosionaba sin cesar estos últimos años. Con un 52% en valor en 2022, la cuota de mercado de estas grandes superficies de más de 2.500 m<sup>2</sup> ha caído al 37% en la actualidad, según el panelista NielsenIQ.

No obstante, si el hipermercado se muestra resistente a pesar de la inflación es, sin duda, porque ha demostrado ser el formato mejor equipado para integrar esta nueva situación. Gracias a una oferta abundante, este modelo es el que mejor responde a las expectativas de los consumidores, que recurren más a las referencias menos caras para limitar el impacto de la inflación en su bolsillo. “Hay una buena recuperación de la actividad promocional y los hipermercados están a la vanguardia en este ámbito”, subraya Emmanuel Fournet, analista especializado en gran consumo de Nielsen.

**BUONANNO**

EMPRESA IMPORTACIÓN - EXPORTACIÓN DE FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS

+ 33 (0)4 68 55 32 33



contact@buonanno.fr

Buonanno



@buonannoficial

**Saber hacer - Selección - Calidad**





# Valencia Fruits donde y como quieras



Recibe **Valencia Fruits** cada semana.

Además, llévalo siempre en tus dispositivos digitales y disfruta de dossiers especiales, nuestra hemeroteca, directorio profesional y toda la actualidad del sector.



El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso

## BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia  
**fruits**

Valencia Fruits y Anuario\*

- España: 187,50 Euros (IVA incluido)
- Europa: 320,00 Euros
- Resto países: 395,00 Euros

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

EMPRESA: \_\_\_\_\_

DE ACTIVIDAD: \_\_\_\_\_ DNI/NIF: \_\_\_\_\_

CON DOMICILIO EN: \_\_\_\_\_ CP: \_\_\_\_\_

CALLE: \_\_\_\_\_ NÚMERO: \_\_\_\_\_ TEL.: \_\_\_\_\_

E-MAIL: \_\_\_\_\_

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

BANCO/CAJA: \_\_\_\_\_ IBAN Nº \_\_\_\_\_

Firma

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