

**3 Balance kaki**

La campaña de kaki concluye con una merma de cosecha del 70%

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

**5 Campaña 2023**

Agua, costes y clima condicionarán las campañas durante el año 2023

# valencia fruits

24 de enero de 2023 • Número 3.010 • Año LXI • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Miles de personas se manifestaron frente al Ministerio de Transición Ecológica el 11 de enero en defensa del trasvase Tajo-Segura. / PROEXPORT

## El futuro del trasvase, en juego

Tras el dictamen del Consejo de Estado, la decisión final queda en manos del Gobierno

■ JULIA LUZ. REDACCIÓN.

La “batalla del agua” continúa. El Consejo de Estado aprobó el pasado jueves 19 por unanimidad el dictamen para la tramitación del Real Decreto que establece la fijación de los caudales ecológicos en la cuenca del Tajo y que suponen un recorte paulatino del trasvase Tajo-Segura y al que se habían opuesto frontalmente la Comunidad Valenciana, la Región de Murcia y Andalucía.

El órgano consultivo avala la propuesta del Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico pero considera que los planes de la cuenta del Tajo y del Segura no son coherentes y no están coordinados, afectando al acueducto Tajo-Segura de forma considerable. A su vez, señala que conflicto generado por los caudales ecológicos y su impacto en el trasvase es una “afección relevante” al tratarse de un elemento de planificación hidrológica nacional como es el Tajo-Segura.

De este modo, el dictamen del Consejo de Estado apela a la “coherencia” y “compatibilidad” de ambos planes mediante el establecimiento de normas que regulen el trasvase y sus condiciones de explotación así como la implantación de un método técnico y científico más detallado para la determinación de los caudales ecológicos.

El dictamen emitido ha suscitado reacciones contradictorias en los gobiernos autonómicos con intereses en el trasvase y el anuncio de nuevas movilizaciones en Madrid coincidiendo con la reunión del Consejo de Ministros para la votación del Real Decreto.

### ■ REACCIONES

Tanto la Generalitat Valenciana como el Gobierno de la Región de Murcia, dos de las zonas que más sufrirían el recorte del trasvase, consideran que el Consejo de Estado ha tenido en cuenta sus alegaciones a la hora de establecer

su dictamen y ven reforzadas sus reivindicaciones ante el Gobierno central y el Ministerio de Transición Ecológica.

En Castilla-La Mancha, su presidente, Emiliano García-Page, se ha posicionado al lado del Gobierno de Pedro Sánchez al asegurar que la política hídrica no es “una decisión caprichosa que se haya tomado como consecuencia de una voluntad política” sino que es “estrictamente legal”, en referencia a las sentencias del Tribunal Supremo.

El MITECO, por su parte, no se ha pronunciado hasta el momento, pero ha sido la ministra de Política Territorial y portavoz del Gobierno, Isabel Rodríguez, quien ha respondido a los medios —sin dar muchas pistas— sobre la intención del Gobierno de aprobar los planes de cuenca siguiendo las recomendaciones del Consejo de Estado o no bajo la premisa de “garantizar los caudales ecológicos necesarios para

el mantenimiento de la flora y la fauna de los entornos de los ríos, pero también pensando en los sectores económicos afectados por el agua como la agricultura”.

### ■ NUEVA PROTESTA

Los regantes de las zonas afectadas han convocado este martes, 24 de enero, una nueva protesta junto al Palacio de la Moncloa, coincidiendo con la reunión del Consejo de Ministros, que puede aprobar los planes de cuenca y el recorte del Tajo-Segura.

“El Consejo de Ministros debe comprender que esta decisión aboca al levante español a un futuro que se desvanece, fruto de la insostenibilidad de los recortes del Trasvase”, han explicado desde SCRATS. Otras entidades como Asaja Alicante, la Mesa del Agua de Almería, La Unió o Proexport también se han unido a la protesta.

Más información en página 8



### Esta semana

**4** Turquía y Egipto acaparan 1.189 alertas en solo tres años en sus envíos de frutas y hortalizas a la Unión Europea

La exportación hortofrutícola española descende un 10,5% hasta el mes de noviembre



**6** “Apremia el Acuerdo de la Pinyolá”, artículo de opinión de Inmaculada Sanfeliu

**9** “Cuando la mentira llegue a su fin”, artículo de José Vicente Andreu, presidente de Asaja-Alicante

**10** El IVIA intensifica la lucha contra el HLB

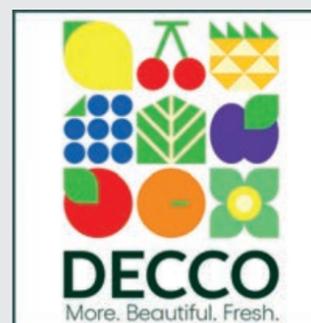
Desarrollan una uva de mesa de pulpa tinta, sin semillas y rica en compuestos saludables



**dossier**  
Lanzamientos  
Objetivos  
Novedades

### ÍNDICE

Agrocomercio: .....	3
Agrocultivos: .....	8
Agrocotizaciones: .....	11
Noticias de empresas: .....	15



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**

# Maastricht, el Tratado que cambió nuestras vidas

Por GONZALO GAYO

Este año celebramos el 30 aniversario de un tratado europeo que cambió nuestras vidas y dio paso al mayor proceso de integración de Europa con la aprobación del Tratado sobre la Unión Europea o Tratado de Maastricht. Se trata de la mayor integración política y económica en la historia de Europa, con el que se da luz verde a la creación de una Unión Económica y Monetaria (UEM), con un mandato muy claro para el establecimiento de la moneda única. Gracias al mercado único, la UE ha sido capaz de mejorar la vida de todos los europeos y especialmente de los españoles. Treinta años después debemos seguir avanzando hacia una Europa más social y en la construcción de una Constitución europea consensuada, que buena falta hace. Sin duda, el rumbo de la historia cambió para ofrecer oportunidades a millones de empresas y a los consumidores de Europa con uno de los pilares básicos en el proceso de la Unión Europea. Treinta años después es hora de retomar la elaboración de una Constitución europea que nos permita avanzar en los derechos y deberes de los ciudadanos europeos y construir un futuro común.

El Tratado de Maastricht asentó el mercado único, uno de los principales logros de la integración europea y el mayor bloque comercial del mundo. No fue fácil con las duras condiciones para los países miembros. Los llamados criterios de convergencias hacían referencia a la inflación, tasas de interés, tipos de cambios, control del déficit y situación de la deuda pública. De hecho, fueron especialmente gravosos de cumplir para algunos miembros, que como España, arrastraban un déficit crónico y una alta inflación y que sufrieron el castigo de los especuladores contra la peseta. La adaptación a las duras condiciones de Maastricht significó un rigor presupuestario y un saneamiento de la economía española del que se carecía. Se produjeron y continúan los efectos de importantes desajustes sociales, ya que el control del gasto público se llevó a cabo mediante la sujeción e incluso retroceso en gastos sociales, que la sociedad padeció durante años, pero sin grandes tensiones internas que pusieran en peligro las medidas adoptadas.

Aquel mercado único europeo, que se creó el 1 de enero de 1993, permite que bienes, servicios, personas y capitales circulen libremente por la UE, lo que



El mercado único europeo se creó el 1 de enero de 1993, recogido en el Tratado de Maastricht y firmado por Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal y Reino Unido. / CE

facilita la vida de las personas y ofrece nuevas oportunidades a las empresas. Lo firmaron doce países de la UE: Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal y Reino Unido y en la actualidad, está compuesto por los veintisiete Estados miembros, así como Islandia, Liechtenstein y Noruega, y Suiza tiene acceso parcial.

Aquel tratado nos ha demostrado la fortaleza de la unidad en Europa para afrontar tiempos difíciles como los vividos durante la pandemia tal como recuerda Margrethe Vestager, vicepresidenta ejecutiva de la Comisión. "En los últimos años ha quedado demostrado que la capacidad de Europa para amortiguar las perturbaciones y superar las crisis depende de un mercado único sólido. Por eso hemos propuesto un Instrumento de Emergencia del Mercado Único para poder actuar conjuntamente y garantizar que también funcione en épocas de crisis" señala.

Es incuestionable que la transformación de España y de nuestras vidas está íntimamente ligada a aquel tratado y a los avances que significaron para la unión de Europa. Es sin duda una gran lección para el presente y futuro de una Europa que debería afrontar de una vez la elaboración de una Constitución así como en los necesarios avances sociales tras culminar la Europa mercantil y financiera con gran éxito.

A lo largo de treinta años, el mercado único ha hecho posible una integración sin precedentes del mercado entre las economías de los Estados miembros, sirviendo de motor para el crecimiento y la competitividad, así como apoyando el poder económico y político de Europa a escala mundial. También desempeñó un papel clave a la hora de acelerar el desarrollo económico de los nuevos Estados miembros que se adhirieron a la UE, ya que eliminó las barreras a la entrada e impulsó el crecimiento.

La entrada de España supuso un cambio sin precedente en los parámetros sociales, económicos y políticos del país, si bien siguen pendiente los avances en una agricultura excesivamente castigada por el uso como moneda de cambio en acuerdos con países terceros.

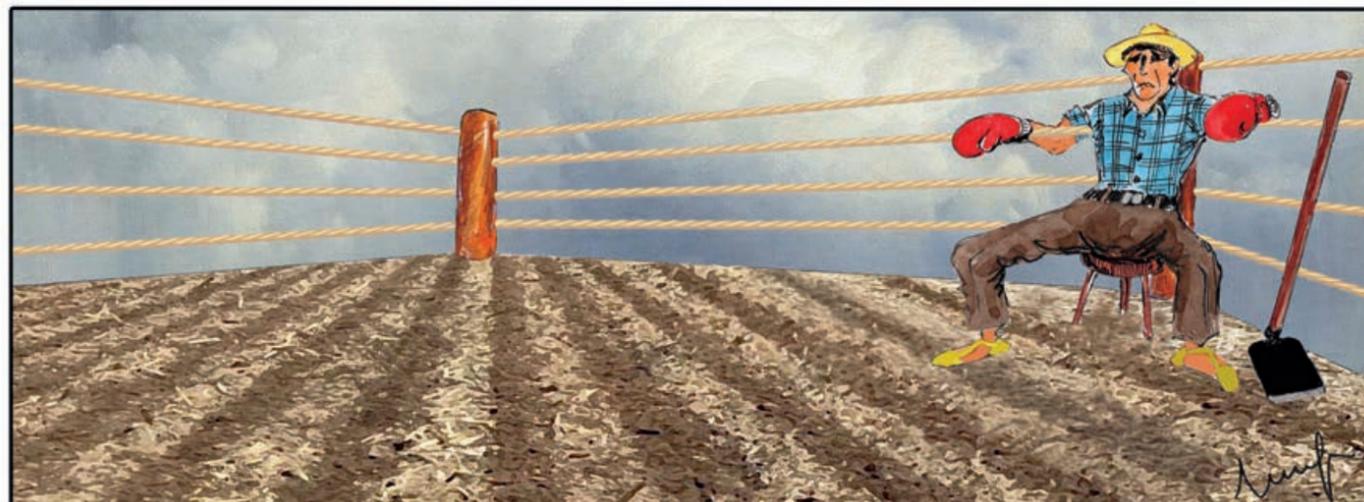
Más recientemente, el mercado único ha resultado esencial para ayudar a Europa a hacer frente a la pandemia de la COVID-19 y a la crisis energética derivada de la invasión de Ucrania por parte de Rusia. Preservar y reforzar la integridad del mercado único seguirá siendo fundamental para que Europa pueda responder a los nuevos retos de manera coordinada y seguir apoyando la competitividad de las economías europeas.

Coincidiendo con este 30 aniversario, España asume la presidencia de la Unión en el segundo semestre de 2023. Será la quinta presidencia española y sin duda una gran oportunidad para impulsar la construcción de Europa y potenciar una agricultura europea que hoy sufre el empobrecimiento de sus agricultores por las injusticias de un mercado que castiga a quien produce y dedica mayor esfuerzo.

Durante 2023, Europa va a celebrar una serie de actos conmemorativos del trigésimo aniversario del mercado único y su papel como impulsor de la resiliencia de la UE. A lo largo de 2023 tendrán lugar numerosos debates, exposiciones y campañas organizadas conjuntamente con las partes interesadas de toda la UE para promover los éxitos del mercado único e implicar a la ciudadanía en el debate sobre su futuro. Esperemos que en ese gran debate figuren también las soluciones y prioridades futuras para que el mercado único y la agricultura europea se asienten sobre una Constitución Europea como legado para las futuras generaciones.

**LA PLANTA BAJA**

LUISFU



# Agrocomercio

## La campaña de kaki concluye con una merma de cosecha del 70%

Los productores cierran la temporada 2022-2023 con pérdidas a pesar de la mejoría de precios

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

La campaña de kaki se ha saldado, como ya anunciaban las primeras estimaciones, con una merma importante. En el mes de agosto se preveía una caída del 50% y finalmente el descenso de cosecha se ha situado cercano al 70%. Solo se ha podido recolectar un 30% de la producción potencial actual de este cultivo en una temporal normal.

“Ha habido campos que no se han recogido. En parcelas que presentaban muy poca fruta los propietarios decidieron ya en su momento no realizar más tratamientos de riegos, abonos o fitosanitarios, e incurrir en más costes. Con volúmenes de 300 o 500 kilos por hanegada las cuentas no salen. Y esto ha reducido todavía más las previsiones de producción iniciales. En cuanto al desarrollo de la campaña, a pesar de contar con una producción baja, tanto los calibres como la calidad de la fruta se puede definir como media”, señala el presidente de la Asociación Española del Kaki (AEKAKI), Pascual Prats.

Esta importante reducción de cosecha se debe a las condiciones meteorológicas de la primavera. En marzo y abril se vivieron meses con mucha lluvia, poca luz, temperaturas bajas. Todos estos factores cambiaron la fisiología de las plantaciones, y a pesar de que no llegó a helar, los árboles realizaron una retirada de sabia y no han generado el volumen de fruta habitual.

“Ha sido una campaña con poca producción y fuertes incrementos de costes, que han elevado los gastos de los productores en fertilizantes, la electricidad, necesaria para el riego, y en la recolección. Con pocos kilos en los campos, el coste de producción ha sido muy alto, y por lo tanto, para la mayoría de los agricultores no ha sido un ejercicio rentable”, apunta Pascual Prats.

Los almacenes, donde se desarrolla la fase de calibrado y empaquetado de los frutos, también han sufrido este aumento de gastos, asumiendo importantes incrementos de precio en la energía, los envases, que se han encarecido más de un 30%, o el transporte. En ciertos momentos de la temporada también ha habido escasez de CO<sub>2</sub> y con el precio triplicado.

“En este contexto, la fase de comercialización se ha desarrollado con un precio bastante homogéneo durante todo el ejercicio porque a medida que se recolectaba, al haber tan poca cosecha, la fruta tenía una salida fluida en el mercado. Se ha vendido todo, a mejores precios,



Los precios de venta han sido mejores esta temporada, pero sin llegar a cifras desorbitadas. / ARCHIVO

pero sin llegar a cifras desorbitadas. En este sentido la gran distribución pone ciertos límites, porque cuando el precio es alto el consumo desciende ya que no todos los consumidores pueden pagar esos importes”, explica el presidente de AEKAKI

Prats puntualiza que “los precios de venta han sido mejores, en comparación a los registrados en los últimos ejercicios, pero, en general, el productor no va a ganar dinero. El 80% de los agricultores de kaki ha sufrido pérdidas esta campaña, porque las cotizaciones no han compensado la subida de costes y la reducción tan fuerte de producción. Otra situación diferente puede plantearse en el comercio que, si ha comprado fruta a buen precio, puede lograr rentabilizar la temporada”.

El dirigente de AEKAKI también indica que la temporada ha sido corta y la mayoría de los comercios y las cooperativas han acabado con un mes de antelación la campaña. Hay operadores que entre el 10 y el 15 de diciembre ya habían concluido y normalmente se llega sin problemas hasta finales de enero y comienzo de febrero. “Este año no se ha guardado fruta en las cámaras porque los precios han sido aceptables, la salida fluida, y se ha funcionado prácticamente al día. El ejercicio se ha podido estirar poco debido a la escasez de producción. Ahora ya estamos pensando en la siguiente temporada”, apunta Prats.

**“En agosto se preveía una caída del 50% que al final se ha situado cercana al 70%. Solo se ha podido recolectar un 30% de la producción potencial actual de este cultivo en una temporal normal”**

**“Se ha exportado menos kaki a terceros países, porque el sector no tenía la necesidad de correr los riesgos que comportan los largos viajes a destinos de ultramar. La producción se ha vendido en la Unión Europea”**

### ■ NUEVOS MERCADOS

Esta temporada se ha exportado menos kaki a terceros países, porque el sector no tenía la necesidad de correr los riesgos que comportan los largos viajes a destinos de ultramar. La producción se ha comercializado sobre todo en el mercado de la Unión Europea.

“Este año se ha intentado sobre todo, debido a la escasez de kilos, mantener abastecidos a los clientes fieles”, afirma Pascual Prats.

No obstante, el sector del kaki tiene la necesidad de explorar y exportar a nuevos mercados porque el desarrollo de este cultivo en España, y concretamente en Valencia, ha sido espectacular, aunque la expansión, de momento, se haya frenado. Este año ha sido excepcional, pero la próxima temporada puede ser normal y alcanzar el nivel de producción potencial que existe

en la actualidad. Para dar salida a este volumen de cosecha se necesita traspasar las fronteras de la Unión Europea y explorar nuevos destinos para la comercialización de esta fruta.

Y actualmente, en el punto de mira del sector se encuentra China. A primeros de diciembre se realizó una auditoría *online* de dos días con inspectores chinos, en la que participaron tanto las cooperativas como el comercio privado, para abrir este mercado a la exportación de kaki español.

“Hemos dado un paso más. Ahora hay que reportar toda la información que nos están pidiendo porque China es un mercado interesante. Aunque hay que ser realistas y destacar que nuestro destino principal siempre va a ser Europa, abrir nuevas vías siempre es positivo para desatascar el mercado europeo”.

### ■ RETOS Y PROYECTOS

La Asociación Española del Kaki sigue analizando proyectos y vías para gestionar y rentabilizar los destríos que se generan cada campaña. La eliminación de la fruta que no llega al mercado supone un coste para los productores y por ello desde AEKAKI buscan alternativas para darle un uso rentable a la fruta que no puede comercializarse en fresco.

En esta línea, la asociación quiere estudiar las posibles aplicaciones de determinados componentes del kaki en diferentes procesos industriales como pueden ser el farmacéutico o el energético.

El objetivo es investigar que sustancias presentes en esta fruta se pueden utilizar como material útil en la elaboración de determinados productos.

“De momento, este año todo el producto de destrío se ha destinado a la elaboración de zumos. El valor que se percibe no es alto, pero siempre ayuda. Ahora queremos seguir avanzando y analizar si algún compuesto del kaki tiene aplicación en algún proceso industrial como un subproducto para mezclar. Queremos estudiarlo para ver si se puede utilizar como una alternativa viable en el futuro”, señala Pascual Prats.

“Los mercados, cuando existe una elevada cantidad de fruta, son muy exigentes y mucha no se puede comercializar en fresco. Por eso seguimos estudiando posibles usos para el kaki que no es comercial, y que al productor le cuesta dinero gestionar. El objetivo es que esta fruta tenga un uso válido, que genere ciertos ingresos para rentabilizar en parte el coste que genera la eliminación de los destríos cada campaña”, apunta el presidente de AEKAKI.

Por otra parte, la Asociación Española del Kaki forma parte del programa europeo de promoción Mediterranean Combo. Este proyecto, enmarcado dentro del programa “Enjoy it's From Europe”, comprende un plan de trabajo de tres años y une los mejores sabores de varios productos del Mediterráneo, entre ellos el kaki.

Aunque todavía falta más de un año para la conclusión de este programa, desde la Asociación Española del Kaki ya están analizando distintas posibilidades, proyectos y socios para seguir dando a conocer esta fruta entre los consumidores y abrir nuevos mercados. El objetivo es seguir promocionando la calidad de esta fruta.

# Turquía y Egipto acaparan 1.189 alertas en solo tres años

Las alarmas están generadas por la llegada de frutas y hortalizas con materias activas no autorizadas en la Unión Europea o por superar los LMR permitidos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Un estudio elaborado por La Unió Llauradora revela que Turquía y Egipto han tenido 1.189 alertas durante el periodo 2020-2022 por entradas a la Unión Europea de productos hortofrutícolas con materias activas no autorizadas en la UE o por superar los Límites Máximos de Residuos (LMR) permitidos.

Las exportaciones de frutas y hortalizas a la Unión Europea procedentes de Turquía y Egipto se han incrementado en el transcurso de los últimos años. El primer país envió 30,6 millones de kilos y el segundo 89 millones en 2021, con una facturación económica de 245 y 81 millones, respectivamente. Paralelamente estos dos países, sobre todo Turquía, han acaparado los Sistemas Europeos de Alerta Rápida para Alimentos y Piensos (RASFF), en estos tres años.

Turquía ha tenido un total de 1.072 alertas entre 2020-2022. En 2020 tuvo 267, la cifra subió a 424 en 2021, lo que provocó que gracias a las presiones de organizaciones como La Unió se incrementaran las inspecciones hasta el 20% de los envíos para limones, naranjas y mandarinas. A pesar de ese incremento las alertas han continuado de una forma casi diaria. Desde este mes de enero ha entrado en vigor una nueva modificación de la normativa comunitaria por la



Las exportaciones hortofrutícolas de Turquía y Egipto se han incrementado en los últimos años. / LA UNIÓN

**La exportación hortofrutícola a la UE procedente de Turquía y Egipto se ha incrementando en los últimos años, enviando el primer país 30,6 millones de kilos y el segundo 89 millones en 2021, con una facturación de 245 y 81 millones de kilos respectivamente**

que se incrementa el porcentaje de control hasta el 30% para limones y pomelos.

Por su parte Egipto tuvo 13 alertas en la UE en 2020 y 60 en

2021 por la entrada de producciones con materias activas no autorizadas o rebasar los LMR autorizados. Esta subida provocó que la Unión Eu-

ropea incrementara hasta el 20% los controles en naranjas y pimientos porque en el caso de las primeras "se detectaban nuevos riesgos para la salud humana, debido a una posible contaminación por residuos de plaguicidas. Por tanto, es necesario exigir una intensificación de los controles oficiales en las entradas de esas mercancías procedentes de Egipto".

Ante esta coyuntura, La Unió ha enviado un informe al ministro de Agricultura, Luis Planas,

y también a la DG SANTE (Dirección General de Salud y Seguridad Alimentaria de la UE) para que la Comisión Europea adopte medidas urgentes ante la gravedad de las importaciones procedentes de Turquía y Egipto con altos niveles de alertas y sus posibles repercusiones en la salud humana de la ciudadanía europea.

Entre esas medidas demanda un aumento al 30% del control de identidad y físicos para las mandarinas procedentes de Turquía y las naranjas de Egipto y que se amplíen las medidas de control durante un periodo de un año en lugar de los seis meses actuales.

Otra petición de la organización es cerrar automáticamente las importaciones turcas o egipcias de esos productos agrícolas con restos de pesticidas no autorizados en la UE o que superen los LMR establecidos si durante cualquiera de los meses de ese periodo se observa un incremento del 5% de las alertas en algún producto.

Del mismo modo, La Unió insta a la Comisión Europea a que los países con los que firma acuerdos comerciales asuman un compromiso en la reducción de uso de fitosanitarios o pesticidas y acelerar los trabajos para implantar las cláusulas espejo en el marco de la Estrategia de la Granja a la mesa. "Hay que alinear las relaciones comerciales de la UE a las normas de producción europeas. En un contexto de encarecimiento de los costes de producción, es más fundamental que nunca comenzar a exigir a los productos importados de países terceros los mismos requisitos fitosanitarios, ambientales, de seguridad y éticos que están regulados para las producciones europeas", asegura Carles Peris, secretario general de La Unió Llauradora.

## La exportación hortofrutícola cae un 10,5% hasta noviembre

Las importaciones crecen un 7% en volumen y 15% en valor

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La exportación española de frutas y hortalizas frescas hasta noviembre de 2022 ha descendido un 10,5%, sumando una cifra total de 10,7 millones de toneladas. En contraposición, las importaciones han crecido un 7% alcanzando un volumen de 3,4 millones de toneladas. En cuando al valor de los envíos españoles, y según los últimos datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria, sube solo un 1% y el de las importaciones un 15%.

Según informa Fepex, el fuerte descenso del volumen de la exportación hortofrutícola hasta noviembre se ha producido tanto en hortalizas, con 4,7 millones de toneladas, un 7% menos que en el mismo periodo de 2021, como en frutas, con 6 millones de toneladas (-13%). En valor, las hortalizas crecieron un 8%, totalizando 6.209 millones de euros, pero las frutas cayeron un 3,5% con 8.007 millones de euros.

Por su parte, las importaciones crecieron fuertemente en volumen y valor. Las compras al exterior de hortalizas ascendieron a 1,6 millones de toneladas (+14%) por un valor de 1.037 millones de euros (+32%); y las de frutas alcanzaron 1,8 millones de toneladas (+1%) por un valor de 2.375 millones de euros (+9%).

La caída del volumen exportado hasta el mes de noviembre se ha producido especialmente durante la segunda parte del año, y en gran medida por las condiciones climáticas adversas y el descenso de la producción, según señala Fepex. Pero, como apunta la federación, también ha influido el deterioro de la rentabilidad y la pérdida de competitividad en los mercados europeos, como lo demuestra que el valor de las exportacio-

nes solo ha crecido un 1%, lo que no ha permitido compensar la inflación de costes. El fuerte crecimiento de las importaciones en España, un 7% en volumen y un 15% en valor, evidencia también la pérdida de competitividad de las producciones de países terceros.

**Las compras al exterior de frutas ascendieron a 1,8 millones de toneladas y las de hortalizas a 1,6 millones**

■ AGROALIMENTACIÓN

En un ámbito más amplio, las exportaciones españolas de alimentación, bebidas y tabaco subieron el 13,2% entre enero y noviembre de 2022 en comparación con el mismo periodo del año anterior, hasta alcanzar un valor de 58.687,2 millones de euros.

Así figura en el último informe mensual de comercio exterior difundido la semana pasada por el Ministerio de Industria,



El descenso del volumen exportado se ha producido en frutas y hortalizas. / ARCHIVO

Comercio y Turismo, que refleja que dichas exportaciones representaron el 16,4% del total.

Por su parte, las importaciones de alimentos, bebidas y tabaco crecieron el 33,3% en los once primeros meses de 2022, sumando 47.297 millones de euros, lo que representa el 11,2% del total de las compras.

Con estos datos, el saldo comercial se tradujo en un superávit de 11.390,2 millones de euros en ese periodo, inferior a los 16.379,1 millones de euros acumulados entre enero y noviembre de 2021.

Las exportaciones aumentaron debido al crecimiento de las ventas de aceites y grasas, del 34,5% en tasa interanual, dirigidas en particular a Italia y, en menor medida, a Estados

Unidos, Francia y Países Bajos. También destacaron las exportaciones de otros alimentos a Portugal, Francia, Túnez y EEUU, mientras que en el capítulo de las importaciones contribuyeron las compras de otros alimentos de Brasil, Ucrania, Francia y EEUU.

Solo en noviembre, las exportaciones de alimentos, bebidas y tabaco aumentaron el 7,9% anual, hasta alcanzar una facturación de 5.884,2 millones de euros; las importaciones subieron el 26,2%, con 4.826,2 millones; y el superávit se situó en 1.058 millones.

Durante ese mes cayeron las ventas de frutas, hortalizas y legumbres en un 5,7%, sobre todo a Alemania y, a gran distancia, Francia, Eslovaquia e Italia.

# Agua, costes y clima condicionarán las campañas durante el año 2023

El descenso del consumo, las nuevas normativas en torno a la PAC, el reto de la digitalización y la competencia de países terceros son otras preocupaciones del sector hortofrutícola español

► ANGÉLICA QUINTANA. EFEAGRO.

El sector de las frutas y hortalizas encara el nuevo año con varias preocupaciones, como el descenso del consumo, los costes y precios aún muy altos, los problemas de agua y, siempre, con la mirada puesta en el cielo después de un 2022 en el que las condiciones meteorológicas mermaron muchas campañas.

Este mes de enero ha entrado en vigor la extensa y nueva normativa de la Política Agrícola Común (PAC) y el impuesto al plástico; siguen muy caros los fertilizantes y se puede confirmar el recorte paulatino del trasvase de agua a Levante. Ya hay preocupación por la sequía y la falta de dotaciones de agua para el tomate y el pimiento en Sevilla y para el aguacate en Málaga, y también por las floraciones adelantadas de melocotoneros y almendros en Murcia y Almería, que pueden dar al traste con parte de la producción si se producen más tarde heladas.

Los últimos datos ministeriales indican que los hogares han recortado en un año un 12,2% la compra de fruta y un 13,9% la de hortalizas; las exportaciones hortofrutícolas, principalmente con destino a otros países europeos, han ralentizado su crecimiento al 5,5%, mientras que las importaciones han repuntado un 20,7%.

En noviembre de 2022, según los últimos datos disponibles, la exportación bajó un 5,7% respecto al mismo mes de 2021, un recorte que el director de la federación hortofrutícola Fepex, José María Pozancos, cree que se debe a los mayores precios



La disponibilidad de agua es fundamental para mantener las producciones hortofrutícolas. / ÓSCAR ORZANCO

por la inflación de costes —que a su vez ha precipitado la caída del consumo— y al aumento de la competencia de países terceros dentro del mercado comunitario.

## ■ CLÁUSULAS ESPEJO

Fepex espera que España retome en su Presidencia de la Unión Europea a partir de julio una de las prioridades que se marcó en su momento Francia: la concreción de “cláusulas espejo” para que las importaciones cumplan con los mismos requisitos medioambientales, sanitarios y fitosanitarios que las producciones comunitarias.

“Hay que pasar del discurso político a los hechos concretos y buscar soluciones que se ajusten a la Organización Mundial de Comercio (OMC), aunque sean alternativas”, ha apuntado Pozancos, y “hacer frente a la

competencia masiva de las importaciones”. Con la coyuntura actual, ha puesto como ejemplo que sería razonable “rebajar las expectativas de la estrategia De la granja a la mesa” del Pacto Verde Europeo.

## ■ HIPERREGULACIÓN DIGITAL

Otro reto al que se enfrentará el sector este año procede de la “hiperregulación por la vía de la digitalización” que comporta el Sistema de Información de Explotaciones Agrarias (SIEEX) y que supondrá “más carga burocrática” para el agricultor, ha asegurado José María Pozancos.

Conseguir despejar las “trabas imposibles” que impiden exportar más a países terceros como Estados Unidos o que se habilite un “paquete de medidas específicas” para proteger mejor a las explotaciones de los

efectos del cambio climático también están entre las prioridades de Fepex.

Desde la Región de Murcia, el presidente de la asociación hortofrutícola Proexport, Mariano Zapata, ha lamentado que el año comience con la “irresponsable intención de la ministra Teresa Ribera de recortar el Trasvase Tajo-Segura, lo que anticipa el despido de 15.000 trabajadores en el sureste, y sería un desastre para el sector agrario y el país”.

El dirigente de la asociación ha añadido que este año estarán “muy atentos a la exigente nueva normativa, que condicionará la producción, el comercio y las ayudas al sector”, pero que, a pesar de ello, son “optimistas” y serán “capaces de afrontar los retos que lleguen”.

Desde Asaja Nacional, el técnico José Ugarrío ha mostrado

su contrariedad porque España sea el único país de la UE que haya decidido implantar un tipo impositivo al plástico no reutilizable —de 0,45 euros por kilo—, y así agravar con un coste nuevo a un sector que sufre inflación de precios y bajada de consumo.

## ■ CLIMA Y AGUA

El responsable nacional de frutas y hortalizas de COAG, Andrés Góngora, ha asegurado que el clima va a ser “el factor más determinante de esta y de futuras campañas” y sobre ello ha defendido que “hay que seguir ahondando en la mejora de los seguros agrarios”.

Sobre el recorte del agua hacia Levante, ha afirmado que se traducirá en menores producciones de hortalizas como la lechuga, el brócoli o la sandía, a la vez que ha indicado que si se quiere “seguir produciendo” en el arco mediterráneo, el futuro pasará “sí o sí” por el uso de agua desalada o reutilizada.

Por su parte, la responsable nacional de hortalizas de UPA, Francisca Iglesias, ha considerado que este año es prioritario que se formalicen de forma generalizada los “contratos” y se aplique correctamente la ley de la cadena alimentaria para que todos sus “eslabones tengan márgenes y no vendan por debajo de costes”.

También ha mostrado su inquietud por si la propuesta política de Podemos de topar el precio de determinados alimentos para abaratar la cesta de la compra, que ella “ve bien”, se hace a costa del agricultor, que sigue con los costes de los insumos disparados

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El consejero de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón, Joaquín Olona, asistió la semana pasada a la presentación en Madrid de un nuevo helado gourmet elaborado con Melocotón de Calanda con denominación de origen.

Según explicó Olona, esta iniciativa supone “un gran espaldarazo para la promoción de la Denominación de Origen Protegida Melocotón de Calanda”.

Al acto asistieron representantes de las cooperativas San Miguel y la Calandina así como el presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen, Samuel Sancho.

Les acompañaron los “embajadores” del melocotón el ex-entrenador de la Selección Española de Fútbol, Vicente Del Bosque y el periodista Alfredo Relaño, así como el alcalde de Calanda, José Alberto Herrero.

La iniciativa pretende llevar el Melocotón de Calanda a la carta de los mejores restaurantes y de esta forma comercializar el producto fuera de temporada, lo que supone que este melocotón “va a estar en el mercado todos los días de año”.

El encargado de presentar las propiedades del nuevo he-



Presentación del nuevo helado elaborado con melocotón de Calanda con denominación de origen. / GOBIERNO DE ARAGÓN

## La DOP Melocotón de Calanda cuenta ya con un nuevo helado gourmet

lado fue el propietario de la empresa comercializadora, Acaramelados, José Ignacio Huguet, quien destacó que “el melocotón de Calanda es un producto muy reconocido en la gastronomía, con una calidad y

un sabor inconfundibles y que, además, transmite los valores de la fruta de toda la región”.

El consejero Olona destacó la importancia de contar con una denominación de origen que “protege al producto” y

quiso reconocer el “excelente trabajo que viene haciendo la denominación en sus 24 años de existencia” y que se va a ver reforzado con “productos nuevos que facilitan el consumo de fruta”.

El Melocotón de Calanda es el único melocotón en España que cuenta con el sello de Denominación de Origen Protegida. Los melocotones amparados por la DOP proceden de la variedad autóctona de la zona, conocida popularmente como amarillo tardío y las variedades tradicionales, Jisca, Evaísa y Calante, cultivados empleando la técnica tradicional de embolsado de los frutos en el árbol.

La zona de producción es la comarca del Bajo Aragón situada al este de Aragón entre las provincias de Zaragoza y Teruel.

Su carne es firme, amarilla, y dulce. Las principales características y formas de distinguirlo son su calibre, ya que mínimo tiene que tener 73 mm, y su etiqueta negra.

El aclareo, que consiste en la eliminación de una parte importante de los frutos de cada árbol, se realiza como máximo hasta el mes de julio y permite la obtención de una uniformidad de gruesos calibres.

El embolsado es otra práctica característica para la producción de estos melocotones. Permanecen embolsados hasta el momento de la recolección que se realiza cuando alcanzan el punto óptimo de madurez.

## OPINIÓN

# Apremia el Acuerdo de la Pinyolà



Por INMACULADA SANFELIU (\*)

El sector cítrico, como parte relevante del sector primario español, representa un importante motor económico para nuestro país y, especialmente, para nuestra Comunitat, así como una seña de identidad internacionalmente reconocida que aporta un enorme valor intangible a nuestra imagen en el exterior.

La citricultura constituye un sector estratégico en la Comunidad Valenciana, que aporta un gran valor económico, social, territorial y medioambiental.

El peso que, hoy en día, todavía tiene el sector cítrico en términos de contribución socioeconómica cuando se compara con otros sectores de actividad es innegable. Si tomamos como referencia el valor de comercio exterior del sector en la Comunidad Valenciana (CV), y según datos de 2021, la citricultura (2.446 millones de euros) está solo por detrás de dos sectores: automóviles, motos y componentes (4.353 millones —de los cuales una buena parte de los componentes son importados—), y productos cerámicos y similares (3.709 millones). Asimismo, se estima que la citricultura genera en la CV alrededor de 120.000 empleos directos (recolección, manipulado, confección, envasado y comercialización), el equivalente a 43.000 empleos a tiempo completo en las explotaciones cítricas y miles de puestos de trabajo indirectos (Estimación CGC).

La CV representa el 52% de la superficie cítrica de España, 160.090 hectáreas (Ha) de un total de 307.340 Ha en España, lo que, bajando a nivel de producto, se traduce en el 49% de la superficie del cultivo de la naranja (72.260 Ha), el 67% de la superficie de mandarina (68.770 Ha) y el 32% del limón (16.932 Ha).

Durante la campaña 2021/2022, la CV continuó siendo la primera región productora nacional (3.267.183 toneladas al representar sus cítricos el 47,6% de la producción del conjunto estatal (6.860.437 t), seguida de Andalucía (36,0%) y de la Región de Murcia (13,5%).

La CV es la región líder en producción y comercio de mandarinas, ya que su cosecha (1.337.836 toneladas) supuso el 62,1% de la estatal (2.153.781 t) en la campaña 2021/2022, seguida de Andalucía con un 26,6%.

El grupo de las mandarinas ocupa el 34% de la superficie cítrica de España y la Comunidad Valenciana lidera la producción de mandarinas, con el 67-70% de la superficie de cultivo y el 62-70% de la producción. De los 2-2,5 millones de toneladas producidas de “easy peelers” o mandarinas, en España tenemos una producción de 1,5-1,8 millones de toneladas de “clementinas” y se exportan 1-1,2 millones de t de clementina por todo el mundo, casi en su totalidad desde la Comunidad Valenciana, lo que constituye el auténtico distintivo de la citricultura valenciana. Un patrimonio de más de 1 millón de toneladas de exportación de clementinas, el producto preferido por el consumidor internacional que exige unos altísimos estándar



La miel de azahar es el commodity de las mieles (producción básica en cantidad y precio básico) a mezclar con mieles de otras flores y otros orígenes.

dares de calidad para mantener su fidelidad.

Siendo importante en producción como lo es, debemos significar que el 68,4% (año 2021) del comercio exterior de cítricos de España se realiza desde la CV, por valor de 2.446 Millones de euros. Cada campaña se expide/exporta desde la Comunidad Valenciana del orden de 2,5-2,6 millones de t de cítricos. Podemos concluir que la CV es la región líder en el mundo en comercialización de cítricos en fresco.

No obstante, de un tiempo a esta parte, la citricultura se enfrenta a múltiples amenazas que ponen en peligro dicha contribución a la economía nacional en general, y a la valenciana en particular:

## ■ PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD Y PLAGAS

Son tiempos de crisis de rentabilidad, globalización, pérdida de preferencia comunitaria, reducción de las ventanas de exportación y pérdida de competitividad en el mercado de la UE frente a la importación creciente de cítricos de países terceros a bajos precios que no tienen barreras arancelarias para acceder al mercado de la UE, con unos costes de producción y comercialización mucho más bajos que los nuestros y, en ausencia de reciprocidad, perdemos cuota de mercado en la UE porque competimos con una oferta de proveedores terceros con unas exigencias laborales, sociales, medioambientales y de seguridad alimentaria mucho más laxas que las nuestras y, por lo tanto, con precios más bajos, creando incertidumbre sobre la rentabilidad de las explotaciones a medio-largo plazo. Y nos enfrentamos ahora, además, a una coyuntura marcada por el incremento de los costes de producción y comercialización, con un horizonte de inestabilidad en la inflación.

La globalización está permitiendo la entrada de nuevos competidores con menores costes de producción y, por lo tanto,

con mayores márgenes para la negociación, lo que perjudica la fijación de precios por parte de los agricultores nacionales.

Asimismo, el riesgo y la tasa de introducción de plagas y patógenos exóticos en la citricultura europea aumenta sin cesar debido a la globalización, la apertura total del mercado y el creciente impacto del cambio climático en la sanidad vegetal. Y la citricultura, en alerta fitosanitaria permanente, dispone cada vez de menos productos fitosanitarios para su control en el contexto actual del Pacto Verde europeo, de producción sostenible y estrategia ‘De la granja a la mesa’ y sus objetivos cuantificados de reducción del 50% del uso de los plaguicidas químicos en ocho años.

Vivir de los cítricos es cada vez más difícil, lo que está provocando una aceleración del abandono de campos. En la campaña 2000-2001 la superficie de cítricos cultivada en la CV se elevaba a 190.893 hectáreas sobre un total de 294.629 en España, el 64,8%. Hoy, el porcentaje ha caído hasta el 52%, y no solo porque la superficie cítrica española se ha incrementado hasta las 307.340 Ha, también porque el campo cítrico valenciano se ha reducido hasta las 160.090.

## ■ APICULTURA INTENSIVA

A todo lo anterior, se suma una amenaza particularmente relevante, que se ha visto acrecentada durante los últimos años, y cuyos daños potenciales representan un verdadero peligro para el sector: la práctica de la apicultura intensiva cerca del campo cítrico.

La apicultura intensiva, basada en la sobreexplotación de las abejas melíferas o domésticas con fines comerciales, ha crecido de forma significativa durante estos últimos años hasta el punto de que, solo en la CV, aparecían censadas en 2021 un total de 2.612 explotaciones apícolas (datos REGA) sobre las 35.300 explotaciones apícolas censadas en España (el 7,4% del total nacional)

y más de 350.000 colmenas según datos oficiales del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Una actividad que se caracteriza, además, por ser mayoritariamente trashumante.

En cuanto a la profesionalización del sector apícola en la CV, de un total de 2.612 explotaciones censadas en 2020 (datos REGA actualizados a 01/03/2021), tan solo 689 explotaciones son profesionales y 1.923 no profesionales, lo que significa que tan solo un 26% de las explotaciones son profesionales, es decir, tienen como actividad principal de sus titulares la apicultura. El resto serían actividades complementarias a otras actividades de sus titulares.

En cuanto al número de explotaciones apícolas por sistema productivo en 2020 (datos REGA a 11 de marzo de 2021), la CV tiene censadas 2.612 explotaciones apícolas, de las cuales 2.488 trashumantes (95,3%) y tan solo 124 estantes (0,05%). Estos datos contrastan con la media nacional: 35.300 explotaciones apícolas, de las cuales 14.581 trashumantes y 19.636 estantes, es decir, un 65% de explotaciones estantes y un 35% de explotaciones trashumantes.

Y si nos referimos a número de colmenas por sistema productivo según el censo apícola de 2021 y con datos REGA a 01/04/2021, 346.410 colmenas eran trashumantes de un total de 351.556 colmenas censadas en la CV, un 81% de colmenas trashumantes.

A los apicultores locales, se suman además miles de apicultores trashumantes externos, que, año tras año, se dan cita en torno a los campos de cítricos de la Comunitat para aprovechar la floración del azahar. Esta masificación de colmenas (cientos de miles) genera serios problemas para el campo cítrico valenciano.

Como es sabido, la colocación de colmenas de abejas domésticas (locales y trashumantes) cerca de plantaciones de cítricos provoca la polinización cruzada de los árboles y la posterior presencia de semillas en los frutos (pinyolà), especialmente entre las clementinas, lo que devalúa totalmente su valor comercial: Si hay semilla en la fruta, el consumidor la rechaza.

## ■ RECHAZO DEL CONSUMIDOR

Los híbridos pueden polinizar a las clementinas, dando frutos con semillas. Como el polen de los cítricos es muy pesado y pegajoso, la polinización anemógama (producida por el viento) no causa perjuicios graves, pues se limita a muy pocos metros, así como no es relevante tampoco la polinización por las abejas silvestres. No ocurre así con la polinización entomógama intensiva, causada por insectos polinizadores, sobre todo las abejas, que actúan en un radio de acción de varios kilómetros introducidas por la acción humana. La polinización cruzada causada por las abejas domésticas puede ocasionar (como ya ha sucedido en el pasado) que aparezcan muchos frutos de Clementina con semillas. El consumidor se ve defraudado, y el efecto de retraimiento de la demanda es enorme. Ha habido

años en los que ha sido especialmente grave, pues por diversas causas, entre otras la sequía, la cantidad de colmenas de fuera de la CV que han acudido a nuestras zonas cítricas ha llegado incluso a triplicar a la cantidad de colmenas de nuestra región, y las consecuencias han sido desastrosas. Se estima en 30.000 millones de abejas las que estuvieron campando a sus anchas en alguna campaña.

Debemos dar la voz de alarma con toda energía. Nuestra primera producción agraria está en peligro. Si se repiten campañas de este tipo, las consecuencias serán gravísimas y podría significar la puntilla para la variedad reina de entre nuestras mandarinas, la Clementules. Cuando esto sucede llegan muchas y fuertes quejas de importadores y de la gran distribución y la demanda pasa a otros orígenes.

No hemos encontrado en estudios técnicos una cuantificación del efecto de la ganadería apícola en el nivel de producción de los cítricos como consecuencia de la actividad polinizadora de las abejas. Así pues, tomando en consideración los efectos negativos de la apicultura doméstica intensiva y de su sobreexplotación desde el punto de vista comercial, y teniendo además en cuenta el papel irrelevante que tienen las abejas domésticas en la polinización necesaria para la aparición de frutos —llevada mayoritariamente a cabo por medio de otros agentes, como abejas silvestres, otros insectos o el propio viento—, se hace imprescindible regular y controlar las colmenas.

El problema no es la abeja sino la apicultura intensiva o ganadería apícola que genera efectos externos negativos sobre la citricultura por la depreciación en la calidad de ciertos cítricos que supone la aparición de semillas en los frutos como consecuencia de la actividad polinizadora de las abejas.

En la década de los noventa se sucedieron en la CV campañas con graves problemas para la comercialización de ciertas variedades de cítricos y la pérdida de cuotas de mercado como consecuencia de la pinyolà (aparición de semillas). Solo prohibiendo el emplazamiento de colmenas en una distancia mínima a las explotaciones de cítricos mediante la publicación del llamado, primero Decreto, y después ‘Acuerdo de la Pinyolà’, ha sido posible preservar nuestras clementinas del perjuicio comercial causado por las abejas “domésticas” o ganado melífero.

## ■ A 4 KM

Es necesario apartar las colmenas a más de cuatro kilómetros de la zona cítrica. La desproporción entre las magnitudes económicas de las producciones apícola y cítrica no deja ninguna duda en la necesidad de la medida, ni por dimensión económica, ni por personal ocupado en ambas actividades. De nuevo, como venimos haciendo campaña tras campaña en estas fechas próximas a la floración, este año muy adelantada, advertimos del gravísimo problema que se está

causando, y de la urgencia de la publicación anual del Acuerdo del Consell que le ponga solución, apartando las colmenas de la zona de producción citrícola, y autorizando los tratamientos insecticidas en época de floración para evitar los efectos (mucho menores) de los otros insectos polinizadores no aportados por el hombre.

Es imprescindible mantener el Acuerdo de la *Pinyolà* sobre distancias mínimas de colmenas que valientemente ha dictado la Conselleria de Agricultura durante años y que ha demostrado su efectividad para asegurar que nuestras clementinas e híbridos, productos estrella de nuestra citricultura, no adolezcan del defecto de tener semillas. La presencia de semillas, además de devaluar el producto, perjudica las ventas totales al incidir directamente en la bajada del consumo: no solo vendes más barato, sino que vendes menos y perjudicas la “marca España”.

La citricultura española está basada en variedades de alta calidad para el consumo en fresco. La actividad polinizadora puede afectar negativamente a la calidad intrínseca de los cítricos y, por tanto, de forma indirecta a los precios del producto. La ausencia de semillas se identifica claramente por el consumidor como factor de calidad, además de las características organolépticas (aroma, equilibrio entre azúcares y ácidos, contenido en zumo), el calibre, la facilidad de pelado e incluso el color, entre otros.

La producción citrícola española se ha ido adaptando a los gustos del mercado desde hace décadas. La inquietud y profesionalidad de nuestros agricultores ha sido decisiva en este proceso de transformación.

La situación geográfica de la CV en el límite climatológico para la producción óptima de cítricos, con el contraste de inviernos suaves y veranos es excelente para el desarrollo de algunas especies, especialmente las variedades del grupo mandarinas. Aprovechando la renovación de plantaciones por la Tristeza se realizó una reconversión varietal sin precedentes en el mundo frutícola.

Imitando el éxito de Marruecos en los años de la posguerra, que iba extendiendo la variedad clementina, España fue extendiendo también esta variedad. Hoy somos los primeros productores del mundo de Clementinas, casi los únicos junto a Marruecos. La aparición de mutaciones espontáneas como Oroval, y sobre todo la Nules, contribuyó a su fuerte expansión, ampliándose posteriormente la estacionalidad hacia una gran precocidad gracias a la Marisol y otras, todas ellas, sin semillas. A estas se irían añadiendo progresivamente nuevas variedades de Clementinas como la Hernandina y otras mandarinas fruto de hibridaciones de mandarinas como son la Nova o Clemenvilla, Fortune, Ortanique y Ellendale.

#### ■ ALARGAR Y ‘DESCONGESTIONAR’

La necesidad de ampliar la campaña del grupo de las mandarinas ha ido motivando la incorporación de nuevas variedades de híbridos de mandarinas, que permiten extenderla unos meses más y defendernos de la compe-

tencia de otros países que también los han ido implantando.

En parte gracias al acuerdo de la *pinyolà* se pudo experimentar nuevas variedades y subvariedades, los agricultores pudieron hacer inversiones y expandir la temporada de mandarinas hasta en ocho semanas, con el consiguiente aumento de jornales y descongestión de la oferta prenavideña. Con la invasión de abejas domésticas hubiese sido imposible.

La necesidad de descongestionar el mercado de las clementinas, que se concentraba en un espacio muy limitado de tiempo, desestacionalizar y alargar la campaña del grupo de las mandarinas ha ido motivando la incorporación de nuevas variedades de calidad, sobre todo híbridos tardíos de mandarinas (Clemenvilla o Nova, Nadorcott, Tango, Orri,...), que permiten prolongar el periodo de comercialización, desahogar el periodo noviembre-enero (la primera parte de la campaña), aumentar las cantidades anuales en oferta, reduciendo al mismo tiempo la presión semanal/mensual de la misma, y mejorar la calidad global del grupo mandarinas, defendiéndonos de la competencia de otros países que también los han ido implantando. No es solo comprar más mandarinas al mes, sino tener durante más meses la posibilidad de comprar el mayor número de variedades, tanto de naranjas como de mandarinas.

La clementina es el producto que mejor se adapta a la demanda moderna por su facilidad de consumo tanto por ser la mayoría fáciles de pelar, su versatilidad en las ocasiones y formas de consumo, así como su adaptación al público de todas las edades, especialmente a los niños. Pero... no podemos pretender aumentar la exportación de clementinas, ni tan siquiera mantener los niveles actuales, si no somos capaces de ofrecer clementinas sin semillas y vuelven a producirse situaciones como las vividas en algunas de las pasadas campañas.

Está claro que las clementinas son el motor de nuestro comercio citrícola, y mal defenderíamos la cuota de mercado de las naranjas si no dispusiéramos del arma comercial de nuestro predominio en lo que se llama genéricamente “easy peelers” (frutas fáciles de pelar) o grupo mandarinas.

#### ■ A COSTA DE LA BIODIVERSIDAD

Pero, según demuestran recientes estudios científicos que aportan nueva información sobre la actividad intensiva de la apicultura, no solamente es la producción citrícola la que se ve afectada por esta sobreexplotación de las abejas domésticas, sino también nuestros ecosistemas naturales y la biodiversidad de nuestra región.

Actualmente, las abejas silvestres están siendo afectadas gravemente por el cambio climático debido a su baja capacidad de reacción ante los desastres naturales, como los incendios, las inundaciones o las sequías, o por los cambios en los usos del suelo.

Además de los efectos ambientales, las abejas silvestres tienen una amenaza añadida, la

sobreexplotación de las abejas melíferas. Hemos hallado estudios técnicos que prueban que la presencia masiva de colmenas de abejas melíferas disminuye la abundancia de abejas silvestres, la riqueza de especies y el conteo de frutos en las fincas.

La disminución de las poblaciones de polinizadores junto con el aumento de la producción de cultivos dependientes de polinizadores en todo el mundo hace que sea crucial entender cómo las técnicas de manejo pueden mejorar la conservación de los polinizadores en la finca y servicios ecosistémicos de polinización de cultivos. La investigación en sistemas de plantas nativas sugiere que la compe-

### Es imprescindible mantener el Acuerdo de la *Pinyolà* sobre distancias mínimas de colmenas que valientemente ha dictado la Conselleria durante años y que ha demostrado su efectividad para asegurar que nuestras clementinas e híbridos no adolezcan del defecto de tener semillas

tencia entre abejas melíferas y abejas silvestres sobre los recursos florales puede suprimir la abundancia de abejas silvestres y la fructificación. Esto puede ser especialmente verdadero bajo limitaciones de recursos, que puede aumentar la superposición de nichos entre las abejas melíferas y los polinizadores silvestres y aumentar los impactos negativos en las poblaciones de polinizadores silvestres. La competencia de las abejas melíferas puede afectar a poblaciones de polinizadores silvestres y producción de cultivos en agroecosistemas también. Por tanto, introducir desde fuera nuevas colmenas al paisaje no es una acción de mejora de la biodiversidad. Al contrario, perjudica a la fauna silvestre autóctona.

Contra la creencia popular, las abejas domésticas han aumentado exponencialmente en la cuenca mediterránea durante las últimas décadas. Sus impactos negativos sobre las abejas silvestres son bien conocidos y este aumento reciente está produciendo una reducción en el número relativo de abejas silvestres que acuden a las flores de plantas silvestres y cultivadas. Las abejas silvestres han sido reemplazadas gradualmente por las domésticas en las flores, tanto de plantas silvestres como cultivadas. Hace medio siglo la proporción de abejas silvestres en las flores cuadruplicaba la proporción de abejas domésticas, pero las proporciones de ambos grupos se han igualado en la actualidad. La cuenca del Mediterráneo es un “punto caliente” de biodiversidad mundial tanto para abejas silvestres como para plantas polinizadas por abejas. El creciente predominio de las abejas domésticas probablemente minará a la larga la diversidad de plantas y abejas silvestres en la región. Las iniciativas encaminadas a proteger y fomentar la explotación económica de la abeja doméstica en la cuenca mediterránea deberían ser reconsideradas urgentemente, ya que además de innecesarias tienen un impacto negativo sobre la biodiversidad regional. (informacion[at]ebd.csic.es: Herrera (2020) Gradual replacement of wild bees by honeybees

in flowers of the Mediterranean Basin over the last 50 years. Proc Royal Society B 287(1921). Doi 10.1098/rspb.2019.2657)

El uso de abejas como polinizadores en cultivos es frecuente desde el origen de la agricultura. Sin embargo, en las últimas décadas su uso intensivo enfocado a la fabricación de miel y al aumento del rendimiento de la producción agrícola está provocando un efecto adverso en el medio natural. Por un lado, las especies manejadas entran en una dura competencia con las autóctonas, ya que estas últimas no acuden a las plantas visitadas por las melíferas. Por otro, el abuso de difusión sobre la planta hace que los tubos de polen queden obtu-

rados impidiendo la producción de semillas. Los ensayos se realizaron en las provincias de Huelva y Sevilla en campos de naranjo. En el momento de la floración del azahar, las abe-

jas melíferas acudían a estos, mientras que las silvestres se desviaban hacia otras especies de plantas limítrofes, como jara o lavanda. Sin embargo, cuando las flores daban paso a las naranjas, las dedicadas a apicultura acudían a los bosques de matorrales, impidiendo la supervivencia de las abejas silvestres. Tanto en distintas especies de jara, como en lavanda se produjo, además, un descenso significativo en la producción de semillas.

#### ■ DESAPARECEN LAS ABEJAS SILVESTRES

El peligro radica en que, según un estudio publicado recientemente en *Agriculture, Ecosystems & Environment*, hay algunos cultivos que solo son polinizados por las silvestres. Pero si las melíferas las dejan sin alimento en los momentos de escasez, las silvestres desaparecerán, dejando a muchos cultivos sin polinizadores. Esto provoca la pérdida de cosechas al no desarrollarse los frutos.

Diversos estudios contrastan los patrones de visitas florales de las abejas melíferas a nivel comunitario con los de la diversa fauna polinizadora nativa y muestran que el número de abejas melíferas que visitan especies de plantas aumenta mucho más rápidamente con la abundancia de flores que el de insectos que no son abejas melíferas. Por lo tanto, las abejas melíferas podrían tener un impacto desproporcionado en las especies de plantas que florecen más abundantemente y en la gran cantidad de especies polinizadoras tanto especializadas como generalizadas que sustentan. Las abejas melíferas pueden explotar preferentemente los recursos florales de gran abundancia debido a su capacidad para reclutar compañeros de nido; estos patrones de alimentación pueden hacer que las especies de insectos nativos busquen recursos de menor abundancia para evitar la competencia. ¿Se han estudiado en la CV los patrones de alimentación de las abejas melíferas para revelar sus impactos ecológicos?

Ha surgido una gran preocupación de que las abejas domésticas puedan tener impactos negativos no deseados en las sil-

vestres nativas, que son importantes polinizadores en los ecosistemas agrícolas y naturales. Los efectos del manejo de abejas melíferas y abejorros sobre las abejas silvestres incluyen tres áreas: (1) competencia con las abejas nativas y silvestres por los recursos florales y sitios de anidación, (2) efectos indirectos a través de cambios en las comunidades de plantas, incluida la polinización de malezas invasoras, la propagación de plantas exóticas y disminución de plantas nativas, y (3) transmisión de patógenos y parásitos que afectan la polinización de las especies de plantas nativas y cambiando la estructura de las redes de polinización salvajes.

En lo que a producción de cítricos se refiere, la sobreexplotación comercial de las abejas también tiene una incidencia directa en un sector que sigue siendo un importante motor económico, sobre todo en nuestra Comunidad, pero que, como se mencionaba al principio, está cada vez más debilitado y expuesto a numerosas amenazas y cuya capacidad de resistencia se agota.

El sector citrícola no puede permitirse los efectos desastrosos que supone la polinización cruzada. Esto, por supuesto, no significa que se esté en contra de las abejas-necesarias y beneficiosas para el medio ambiente, sino de su sobreexplotación como actividad ganadera intensiva, que además tiene el efecto opuesto.

Ante la evidencia científica sobre los efectos nocivos de la apicultura intensiva con fines comerciales es fundamental, en primer lugar, mantener el Acuerdo de la *Pinyolà* que con buen criterio estableció la Conselleria de Agricultura en nuestra Comunidad, y que ha demostrado su efectividad.

Por otro lado, y con el objetivo de proteger no solo la citricultura valenciana, sino nuestros ecosistemas y biodiversidad, es necesario que seamos capaces de implementar medidas que mitiguen los efectos negativos crecientes de la apicultura intensiva sobre el medio ambiente.

A saber, entre las medidas solicitadas: censo obligatorio, identificación fehaciente y control vía GPS o chip de todas y cada una de las colmenas, sean originarias de la CV o trashumantes, de todos los asentamientos que se establezcan. Todas las colmenas deben estar geolocalizadas. Igualmente se hace necesaria una modificación de la Ley de Ganadería con sanciones tipificadas para aquellos apicultores que incumplan la normativa del acuerdo del Consell sobre asentamiento y distancias mínimas.

Como ganado que son, para las abejas domésticas debe definirse la “carga ganadera apícola” o “carga apícola”, el “número de colmenas que puede albergar cada monte o cada superficie, de manera que se garantice un aprovechamiento racional y sostenible”. En consecuencia, el sector citrícola solicita de la Administración los resultados de una investigación científica ad-hoc destinada a conocer y optimizar el equilibrio ambiental de la carga ganadera apícola melífera y su convivencia con polinizadores silvestres.

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

# Agrocultivos

## Los regantes, pendientes del Consejo de Ministros

El Consejo de Estado denuncia en su dictamen la falta de coordinación en la gestión del Tajo-Segura y señala que los caudales ecológicos del Alto Tajo pueden ser “compatibles” con la continuidad del trasvase

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

El Consejo de Estado aprobó el jueves 19 por unanimidad el dictamen para la tramitación del decreto que regula los 12 planes hidrológicos de cuenca que entre otras medidas marcaría el caudal ecológico en el río Tajo que, de facto, implicaría el recorte al trasvase Tajo-Segura. Sin embargo, el dictamen del órgano consultivo, al que ha tenido acceso **Valencia Fruits**, considera que “los planes de la cuenta del Tajo y del Segura no son coherentes y no están coordinados”, afectando al acueducto Tajo-Segura de forma “relevante”. Además, la principal observación de este órgano se centra precisamente “en el conflicto suscitado entre los caudales ecológicos y su impacto en el trasvase al tratarse de una afección relevante a un elemento de la planificación hidrológica nacional como es el Tajo-Segura”.

En este sentido, el dictamen señala que esta función “era la que proponía cumplir la versión anterior de la disposición adicional novena”, que establecía los caudales ecológicos en función del estado del Tajo. “Sin embargo, en la redacción actual dicha disposición adicional carece de la funcionalidad suficiente para llevar a cabo dicha coordinación y de coherencia las necesarias exigencias de contar con caudales ecológicos en el plan del Tajo con el funcionamiento del trasvase”.

Es por ello que el órgano que preside Magdalena Valerio señala la “falta de coordinación” y advierte que la coherencia de ambos planes hidrológicos podría alcanzarse mediante dos vías: “la revisión del grupo normativo específico que regula el trasvase y sus reglas de explotación” y la implantación de “criterios técnicos y metodologías más detalladas para la determinación de los caudales ecológicos”.

En conclusión, el Consejo de Estado remarca al Gobierno central y, concretamente, al Ministerio de Transición Ecológica que “la satisfacción del interés general demanda que el régimen de caudales ecológicos, completo y vinculante, que el plan del Tajo tiene necesariamente que establecer, se haga compatible con un elemento de la planificación hidrológica nacional como el trasvase mediante el acueducto Tajo-Segura”, si bien considera que el proyecto del Real Decreto puede ser aprobado y elevado al Consejo de Ministros, pide que se tenga en cuenta apartado so-



De hacerse efectivo el recorte, los regantes alertan de pérdidas millonarias. / VF

bre la coordinación de los planes hidrológicos relacionados por el trasvase Tajo-Segura.

El dictamen emitido por el del Consejo de Estado ha suscitado reacciones contradictorias en los gobiernos autonómicos con intereses en el trasvase y el anuncio de nuevas movilizaciones esta misma semana en Madrid coincidiendo con la reunión del Ejecutivo en Moncloa en la fecha de publicación de este semanario.

### ■ COMUNITAT VALENCIANA

El presidente de la Generalitat, Ximo Puig, ha calificado el dictamen como “un buen inicio de recorrido” y ha aplaudido que “la línea de buscar un punto de encuentro entre la necesidad de un caudal ecológico y la necesidad del trasvase para nuestro territorio se consolide”. Además, ha pedido al Ejecutivo que “atienda las razones que propone el Consejo de Estado” y que no sea “equidistante” de las nece-

sidades de una región y otra, porque todas tienen “demandas objetivas” y se necesita que “se venza cualquier tribalismo, fundamentalismo o apropiación indebida”. “Defender los intereses de los regantes, de Alicante y de Murcia es también defender los intereses de España”, ha advertido Puig, que quiere abordar el problema “desde la racionalidad y no desde el patriotismo”.

En el mismo sentido, la portavoz del Gobierno valenciano, Aitana Mas, ha afirmado que la postura del Consell ha quedado “reforzada y avalada” por el dictamen, por lo que van a incrementar “la intensidad y la fuerza” para reclamar modificaciones y que haya diálogo “sí o sí”.

### ■ REGIÓN DE MURCIA

El presidente de la Región de Murcia, Fernando López Miras, ha celebrado que el dictamen del Consejo de Estado sobre los pla-

**El Consejo de Estado avala el proyecto del MITECO pero pide que se tenga en cuenta el apartado sobre la coordinación de los planes hidrológicos que afectan al trasvase**

**Los regantes del Levante protestan ante Moncloa en defensa del trasvase**

nes hidrográficos “dé la razón” a la Región y determine que el “recorte” al trasvase Tajo-Segura “no está basado en criterios objetivos y científicos”. A su juicio, el presidente del Gobierno central, Pedro Sánchez, “ya tiene una justificación” gracias a este dictamen “para no aprobar el recorte al trasvase Tajo-Segura”.

La evaluación oficial del ejecutivo autonómico también ha insistido en la “falta de claridad y transparencia del Consejo Nacional del Agua” que ha llevado a cabo “modificaciones sustanciales de los documentos durante el proceso de información y tramitación” sin informar de ellas.

### ■ ANDALUCÍA

En Andalucía, la Mesa del Agua de Almería, cuando todo hacía suponer que el dictamen del Consejo de Estado iba a ser favorable a las propuestas del MITECO, lamentaba “profundamente” la situación y, según Fernando

Rubio, uno de sus miembros, “lo que ha hecho el Consejo de Estado es aprobar la pérdida de 15.000 empleos y unas pérdidas económicas de casi 5.700 millones de euros en nuestra provincia, la Región de Murcia y la Comunidad Valenciana”.

“Todos los informes técnicos independientes avalan el caudal actual”, ha recordado Rubio, quien alerta de que este “disparate” supondrá “un recorte del 50% de los caudales que se venían recibiendo desde hace más de cuarenta años en Almería”, con el resultado de que el agua “va a ir al mar, sin que se beneficien ni los regantes de la cuenca del Tajo, ni los abastecimientos, ni el hábitat del río”.

Ante las expectativas de lo que suceda en el Consejo de Ministros, la organización mantiene sus reclamaciones y se suma a la concentración prevista para el 24 de enero.

### ■ CASTILLA-LA MANCHA

En Castilla-La Mancha, su presidente, Emiliano García-Page, se ha posicionado al lado del Gobierno de Pedro Sánchez al asegurar que la política hídrica no es “una decisión caprichosa que se haya tomado como consecuencia de una voluntad política” sino que es “estrictamente legal” y, asimismo, ha recordado que su ejecutivo ha recurrido a los tribunales todos los trasvases autorizados del Tajo al Segura con “constancia, cabezonería y argumentos” y ha ido acumulando resoluciones judiciales favorables hasta llegar al Tribunal Supremo, que en cinco ocasiones ha dictado sentencias que exigen la fijación de ese caudal ecológico.

### ■ GOBIERNO CENTRAL

Ante el silencio por parte del Ministerio de Transición Ecológica y de su titular, Teresa Ribera, ha sido la ministra de Política Territorial y portavoz del Gobierno, Isabel Rodríguez, quien, hasta el cierre de esta edición, ha respondido a los medios—sin dar muchas pistas—sobre la intención del Gobierno de aprobar los planes de cuenca siguiendo las recomendaciones del Consejo de Estado o no.

El Gobierno está comprometido en “garantizar el agua en todos los sentidos, en todos los usos, incluido la agricultura” ha puntualizado la ministra, pero también ha incidido en la importancia del cambio climático porque “su afectación al agua, a la sequía, es una realidad”. Al respecto ha subrayado que abordan esta cuestión desde el punto de vista medioambiental, “garantizando los caudales ecológicos necesarios para el mantenimiento de la flora y la fauna de los entornos de los ríos, pero también pensando en los sectores económicos afectados por el agua como la agricultura”.

Con este panorama, el Consejo de Ministros podría aprobar previsiblemente los planes de cuenca el próximo martes 24 de enero, el mismo día que los regantes han convocado una nueva concentración de protesta ante el Palacio de Moncloa.

## Los regantes insisten en sus reivindicaciones

Los regantes de las zonas regadas por el trasvase han convocado una nueva concentración ante el Palacio de la Moncloa el martes 24, coincidiendo con la reunión del Consejo de Ministros que puede aprobar los planes de cuenca y el recorte del Tajo-Segura ya que temen que el Ministerio de Transición Ecológica interprete el dictamen del Consejo de Estado como un aval para seguir adelante con los planes previstos.

“Hace unas semanas gritábamos frente a las puertas del MITECO y a una sola voz ‘sin trasvase, desierto y paro’ y ahora, una vez más, solo juntos podemos luchar para lograr que el Consejo de Ministros comprenda la gravedad de una decisión que aboca al levante español a un futuro que se desvanece, fruto de la insostenibilidad de los recortes del

Trasvase”, han explicado desde el Sindicato Central del Acueducto Tajo-Segura (SCRATS).

A la protesta se suman también la Mesa del Agua de Almería y Asaja Alicante, tal y como ha expresado su presidente, José Vicente Andreu. “Nos hemos manifestado en la calle, hemos protestado en Alicante, Murcia, Almería y Madrid, hemos pedido la dimisión de la ministra Teresa Ribera, hemos informado a la sociedad sobre el alcance de este recorte y las graves consecuencias socioeconómicas que conllevará... Ahora, a las puertas de unas elecciones, consideramos que el ciudadano, la sociedad en general y los sectores productivos cuentan con toda la información para manifestar su repulsa ante una ministra que ha apostado por la unilateralidad y la mentira”. ■

# Cuando la mentira llegue a su fin



Por JOSÉ VICENTE ANDREU (\*)

El pasado 11 de enero, decenas de miles de personas nos plantamos en la puerta del ministerio que pretende dinamitar el Trasvase Tajo-Segura para hacer oír nuestro desacuerdo. Aquel día no fue uno cualquiera, no. Y no lo fue precisamente por lo que ese acto representó. Agricultores y regantes, como siempre, pero también ciudadanos, políticos de todos los colores, empresarios y medios de comunicación, que aguantaron impávidos a pesar de la fina lluvia que nos recibió puntual en la capital a las diez de la mañana, escribimos una nueva hoja en la historia del futuro del acueducto y de nuestro propio porvenir. Tal vez sin pretenderlo, las personas que allí estuvimos no solo dimos un golpe sobre la mesa ante la aprobación de un plan que teñirá de negro el sector primario, el de la producción de frutas y verduras en fresco del Mediterráneo. También empezamos a ponerle fin a la atroz maraña de confusión creada por una ministra que ha jugado con la semántica y el desconcierto para llevarse a su terreno una serie de mentiras que, a pesar de ser repetidas cien veces, nunca se convertirán en verdad. Aquel día, la sociedad comenzó a entender que esto del trasvase va con todos los ciudadanos. Aquel día, la “guerra del agua” dejó de ser un quebradero de cabeza exclusivo del sector agrario para adquirir la dimensión social y económica que se merece.

A lo mejor ha llegado el momento en que hemos entendido que el recorte restará competitividad a nuestro territorio. O quizá se ha hecho demasiado evidente que este gobierno socialista quiere convertir en ley un argumento basado en mentiras, con una hoja de ruta de apariencia ambiental que se empeña en vendernos la sustitución del agua trasvasada por desalada.

Es cierto que existen cinco sentencias del Supremo en las que se determina que en el río Tajo debe establecerse un régimen de caudales ecológicos mínimos en todas sus masas de agua. Hasta ahí vamos bien. Pero, para aclarar ideas, separamos la “paja del grano”.

La primera mentira es que en Alto Tajo sí existe ese caudal ecológico mínimo. No solo existe, sino que está determinado por la propia ley 52/80 que regula el régimen de funcionamiento del propio trasvase, con un valor de 6 m<sup>3</sup>/segundo, posteriormente ratificado por la ley del Memorandum del Trasvase. Se define como “Caudal Mínimo Ambiental”, que es exactamente lo mismo que



Decenas de miles de personas se congregaron en la puerta del ministerio para protestar contra la decisión de recortar el trasvase Tajo-Segura / ASAJA ALICANTE

“El 11 de enero de 2023 empezamos a ponerle fin a la atroz maraña de confusión creada por una ministra que ha jugado con la semántica y el desconcierto para llevarse a su terreno una serie de mentiras”

“La sociedad ha comenzado a entender que el trasvase va con todos los ciudadanos. La ‘guerra del agua’ ha dejado de ser un quebradero de cabeza solo del sector agrario para adquirir la dimensión social y económica”

“Caudal Ecológico Mínimo”. Y no lo digo yo, lo dice el Tribunal Supremo. Por tanto, cuando la ministra Ribera afirma que las sentencias del Tribunal Supremo obligan a fijar caudales en el Tajo, debe referirse a las zonas que no los tenían fijados, no al Alto Tajo.

La segunda mentira hace referencia a la cuantía de esos caudales. En el Alto Tajo los fija en 8,60 m<sup>3</sup>/segundo, cuando no existe ningún informe técnico ni medioambiental que fundamente ese valor. Todo lo contrario, con el actual valor de 6 m<sup>3</sup>/segundo todos los estudios confirman el buen estado de las masas de agua aguas arriba de Aranjuez. Otro tema muy distinto es cómo está el Tajo aguas debajo de Aranjuez cuando se junta con el caudaloso y negro río Jarama proveniente de la urbe de Madrid, y así lo reconoce el Consejo de Estado.

La tercera mentira es la capacidad de sustitución del agua trasvasada por desalada. Esta

es la peor de todas. Ni por cantidad, ni por calidad, ni por coste económico ni por impacto ambiental, el agua desalada puede ser alternativa a la trasvasada. El agua desalada es 500% más contaminante en emisiones de CO<sub>2</sub>, sin contar el daño a costas derivado del vertido de salmuera, por mucho que los grupos ecologistas nieguen públicamente tal prejuicio. En este sentido más vale ser claro, pues todos sabemos que cuando estos activistas “roji-verdes” se ponen al servicio del poder político son capaces de comerse un sapo crudo sin rechistar. En cuanto al coste económico, frente a los 0,17 euros/m<sup>3</sup>, la desalada cuesta 1,3 euros/m<sup>3</sup>, y no vale el argumento de que se subvencione, pues la Unión Europea lo prohíbe taxativamente.

La cuarta gran mentira; la energía fotovoltaica como panacea para el abaratamiento del coste económico y ambiental de la desalación. El propio



Representantes de Asaja Alicante encabezaron la protesta en Madrid. / AA

director general del Agua del MITECO reconoció en unas jornadas de la CEV que la energía fotovoltaica no puede tener una gran incidencia en la rebaja del coste de la desalación, no más allá del 5%. Así las cosas, cuando se dice que con la fotovoltaica se conseguirá agua desalada casi gratis, es una tremenda falta a la verdad.

La semana pasada, el Consejo de Estado le reprochaba a Ribera su falta de transparencia en el trámite del Plan del Tajo, y le recordaba que los caudales ecológicos deben tener fundamento técnico y ser compatibles con los trasvases. Ahora más que nunca, no sería justo tener que encajar lo que desde arriba se nos impone ni cargar con un lastre económico que solo obedece a los caprichos

políticos, autoritarios y unilaterales de una ministra desbordada. Hoy, volvemos a protestar frente a la Moncloa mientras se debaten las planificaciones hidrológicas. Esta lucha sigue y ahora somos más fuertes, porque sus mentiras ya no convencen a nadie. La incoherencia que nos quiso colar está, poco a poco, quedando descubierta y llegados a este punto solo queda esperar que este sentido termine, que el trasvase Tajo-Segura se mantenga tal y como está y que, finalmente, las urnas pongan a cada uno en el lugar que le corresponde. Tan solo queda esperar ese día en el que la mentira llegue a su fin.

(\*) *Presidente de Asaja-Alicante*

# El IVIA intensifica la lucha contra el HLB

El proyecto ya permite disponer de kits de diagnóstico rápidos, la introducción de un parasitoide eficaz para erradicar el vector *Trypza* y un estudio epidemiológico completo de la enfermedad Huanglongbing

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA), entidad adscrita a la Conselleria de Agricultura de la Generalitat Valenciana, ha intensificado una investigación que busca material vegetal tolerante en la infección de Huanglongbing (HLB).

Se trata de unas vías de prevención, defensa y combate con resultados tan importantes como un kit de diagnóstico rápido de la enfermedad, la introducción y cría de un parasitoide que se ha mostrado extraordinariamente eficaz para erradicar el vector *Trypza* y un estudio epidemiológico completo de la enfermedad.

Además, los trabajos se han intensificado en los últimos años con la financiación por parte de la Conselleria de Agricultura de un ambicioso proyecto de investigación en busca de material vegetal tolerante a la infección y el uso de sustancias volátiles naturales para la amplificación de defensa de las plantas.

La semana pasada, la consellera de Agricultura, Isaura Navarro, participó en una jornada celebrada a las instalaciones del IVIA en Moncada, donde se transmitió al Consejo Rector de la entidad los últimos avances en las investigaciones.

Navarro insistió en “los resultados de gran interés gracias a la ciencia agraria que desarrolla el IVIA, y tenemos en proyecto replicar la jornada en Bruselas con el apoyo de la Fundación Comunitat Valenciana – Región Europea, por la importancia de difundir en Europa el peligro que presenta esta enfermedad y para hacer patente el liderazgo valenciano en su control”.



La consellera de Agricultura, Isaura Navarro, en las instalaciones del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA). / GVA

**El IVIA también lanzará un programa de treinta contratos predoctorales para la formación de investigadores especializados en las realidades del sector agroalimentario valenciano**

La enfermedad del HLB, detectada en China por primera vez, está provocando daños importantes en los cultivos de cítricos en otras partes del mundo, pero no ha sido localizada en Europa. No obstante, Navarro insistió en “la gran tarea que hacemos desde el IVIA para la



La consellera de Agricultura de la Generalitat con el Consejo Rector del IVIA. / GVA

vigilancia, prevención y gestión contra las plagas y enfermedades que puedan afectar en el futuro al cultivo valenciano, motivo por el cual para el 2023 hemos incrementado la inver-

sión en el mismo que ya supera los 20 millones de euros”.

La consellera aprovechó el Consejo Rector del IVIA para informar de estos resultados y puso en valor la necesidad de

**El Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias busca material vegetal tolerante a la infección de Huanglongbing (HLB)**

integrar el conocimiento generado por los investigadores e investigadoras y la transformación tecnológica en la actividad del sector, siendo parte fundamental “para facilitar el desarrollo del sector y defenderlo de amenazas externas, así como para proyectar la agroalimentación, la protección vegetal, la sostenibilidad y las nuevas tecnologías aplicadas en el campo”.

■ CONTRATOS

Una de las funciones del IVIA recogidas en la Ley de Creación del instituto es la formación de nuevo personal investigador especializado en la realidad y necesidades del sector agroalimentario valenciano.

Esta formación es un trabajo que necesita de un largo recorrido, motivo por el cual uno de los desafíos marcados por el nuevo equipo directivo fue empezar un ambicioso programa de preparación del nuevo personal investigador especializado que apoyará al sector en las próximas décadas.

Por eso, y en uso de cofinanciación por parte del Fondo Social Europeo en su programa operativo 2021-2027, en el cual se han programado 4.000.000 euros para el instituto, se lanzará en breve un programa de treinta contratos predoctorales de cuatro años de duración. El programa se denominará Marisa Badenes en honor a la extraordinaria investigadora del IVIA, que faltó hace unos meses.

Las temáticas a desarrollar en cada uno de los contratos, dirigidos por los principales investigadores del instituto se caracterizarán por su extrema aplicabilidad y su decidido enfoque en las principales áreas de necesidad o interés para el sector agroalimentario para dar cumplimiento al objetivo del programa.

## Desarrollan una uva de mesa de pulpa tinta, sin semillas y rica en compuestos saludables

El IMIDA y la UPCT buscan obtener una nueva variedad mediante selección genética de híbridos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Investigadores del Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (IMIDA) y de la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) están colaborando en el desarrollo de una nueva variedad de uva de mesa sin semilla con pulpa tinta que sería novedosa en el mercado y que combina los compuestos bioactivos saludables de la garrucha tintorera y las excelentes características organolépticas de la uva roja sin semilla itumfif-

teen cv. La tesis del investigador del IMIDA Pablo Crespo Ródenas en el programa de doctorado en Técnicas Avanzadas de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (TAIDA) de la Politécnica de Cartagena está analizando un centenar de híbridos de ambas variedades de vid que se están cultivando en una finca experimental de Blanca.

“Tras tres años de trabajo hemos obtenido resultados preliminares muy positivos, como la heredabilidad de la pulpa roja

en la mayoría de los individuos y el aumento de los compuestos beneficiosos para la salud”, explica Crespo, quien obtuvo el tercer premio en el concurso Tesis en 3 Minutos de la UPCT. “Entre los compuestos bioactivos que estamos identificando está el resveratrol, molécula promotora de salud debido a sus propiedades antioxidantes, antiinflamatorias y a su actividad cardioprotectora y antitumoral”, añade el doctorando, cuya tesis dirige Manuel Tornel Martínez, investigador



Pablo Crespo Ródenas, investigador del IMIDA autor de la tesis. / UPCT

responsable del Equipo Uva de Mesa del IMIDA, y codirige Francisco Artés Hernández, catedrático de la UPCT y coordinador del doctorado TAIDA.

La tesis se está realizando en el marco del proyecto de investigación ‘Mejora genética de especies agrícolas de interés para la

Región de Murcia’ y con código FEDER 1420-21 UVA. Los ensayos experimentales se están realizando en la finca Cuatro Vientos de Blanca, perteneciente a ITUM SL, empresa que colabora con el Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental.

# Agrocotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 9 al 15 de enero de 2023, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte	3,44
Hass	2,02
Kaki Rojo Brillante	1,40
Castaña	4,50
Cereza Otras Variedades	9,17
Chirimoya Fina de Jete	4,45
Granada Mollar de Elche	1,49
Kiwi Kiwigold	4,70
Lima Otras Variedades	0,57
Limón Fino o Primafiori	0,42
Verna	0,85
Mandarina Clemenule	1,06
Otras Variedades	1,00
Hernandina	0,71
Clemenvilla o Nova	1,20
Marisol	0,87
Manzana Golden	1,15
Otras Variedades	1,70
Reineta	1,50
Melón Piel de Sapo	1,99
Naranja Navelina	0,47
Otras Variedades	0,87
Salustiana	0,48
Pera Conferencia	1,70
Ercolini / Morettini	3,74
Pomelo Rojo	0,72
Amarillo	0,75
Uva Aledo	1,50
Blanca Otras Variedades	1,46
Italia o Ideal	1,25
Sin Semilla Blanca	2,77
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas	0,60
Hojas Rizadas Lyon	0,70
Ajo Morado	1,90
Blanco	2,56
Tierno o Ajete	1,90
Alcachofa Blanca de Tudela	1,90
Apio Verde	0,60
Berenjena Morada	2,10
Boniato o Batata	1,00
Brocoli o Brócoli o Brecol	1,50
Calabacín Verde	1,20
Calabaza De Verano	0,60
De Invierno	0,50
Cardo	0,80
Cebolla	
Blanca Dulces Fuentes de Ebro	0,87
Tierna	2,40
Chirivía	1,00
Col de Hojas Lisas	0,40
Lombarda o Repollo Rojo	0,50
Repollo de Hojas Rizadas	0,50
Otras Variedades	1,20
Coliflor	1,40
Escarola Otras Variedades	1,89
Rizada o Frisé	0,60
Espárrago Verde o Triguero	4,10
Espinaca	0,80
Haba Verde o Habichuela	3,50
Hinojo	0,97
Judía Verde Fina	5,56
Verde Perona	6,70
Otras Variedades	6,00
Lechuga Cogollo	2,25
Hoja de Roble	1,00
Iceberg	1,20
Romana	0,50
Lollo Rosso	1,50
Otras Variedades	1,20
Maíz o Millo	0,79
Nabo	0,70
Pepino Corto o Tipo Español	1,20
Perejil	0,60
Pimiento Verde Italiano	1,60
Rojo Lamuyo	1,50
Verde Padrón	2,80
Otras Variedades	1,39
Verde Cristal	1,07
Puerro	0,90
Remolacha Común o Roja	0,97
Rábano y Rabanilla	1,20

Resto de Hortalizas	0,60
Seta Champiñón	2,17
Tomate Liso Rojo Pera	1,00
Otras Variedades	0,59
Daniela / Long Life / Royesta	0,80
Liso Rojo Rama	1,02
Asurcado Verde Raff	1,25
Cherry	1,83
Liso Verde Rambo	1,89
Verde Mazarrón	0,93
Zanahoria Nantesa	0,50
En Rama	0,60

PATATAS	Euros/kg
Blanca Bintje (Granel)	0,82
Blanca Liseta (Granel)	0,60
Blanca Otras Variedades (Confec.)	0,85
Blanca Otras Variedades (Granel)	0,78
Blanca Spunta (Granel)	1,00
Roja Otras Variedades (Confec.)	2,30

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 19 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	4,00
Almendra	7,00
Pomelo	1,25
Avellana	6,50
Kaki	2,00
Carambolas	4,00
Castañas	3,50
Cerezas	9,00
Cocos	1,10
Membrillo	1,00
Dátiles	4,00
Feijos	8,00
Higo	1,70
Higos Chumbos	2,20
Frambuesa	1,00
Grosellas	10,00
Kiwis	2,50
Lichis	4,00
Lima	1,80
Limón	0,80
Fresa	2,80
Fresón	2,80
Granada	1,40
Mandarina Clementina	1,00
Satsuma	1,30
Otras	2,20
Mangos	3,00
Maracuyá	8,00
Melón Galia	0,75
Amarillo	0,80
Piel de Sapo	1,40
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	1,10
Pitahaya	10,00
Plátanos Canario	1,00
Importación	1,10
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	2,75
Uva Blanca	3,00
Negra	2,70
Rambután	12,50
Sandía con semilla	1,30
Sin semilla	0,60

Naranja	0,90
Chirimoya	3,75
Otras Frutas	0,90

### HORTALIZAS Euros/kg

Berenjena Larga	1,60
Redonda	1,10
Ajo Seco	2,80
Tierno	0,70
Apio	0,70
Acelgas	0,45
Batata	1,00
Borrajá	1,00
Brócoli	0,85
Brécol	1,10
Calçots	0,12
Calabaza	0,70
Calabacín	1,10
Cardo	0,90
Alcachofa	2,00
Cebolla Seca	0,75
Figueras	0,90
Tierna	1,10
Pepino	1,10
Col Repollo	0,80
Bruselas	1,60
Lombarda	0,60
China	0,70
Coliflor	1,00
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,70
Larga	0,70
Otras	0,70
Endivia	1,20
Escarola	0,70
Espárragos Blancos	5,00
Verdes	8,50
Espinaca	0,60
Haba	2,00
Hinojo	1,30
Perejil	0,50
Judía Bobi	3,50
Perona	3,50
Fina	1,80
Otras	3,50
Nabo	0,80
Zanahoria	0,60
Patata Blanca	0,65
Temprana	0,50
Roja	0,60
Fresón	1,10
Verde	1,50
Rojo	1,30
Guisante	5,00
Puerro	1,15
Rábano	0,40
Remolacha	0,50
Tomate Maduro	1,50
Verde	1,80
Chirivía	1,40
Otras Hortalizas	0,70

### OTROS PRODUCTOS Euros/kg

Seta Girgola	5,00
Rovellón-Níscalo	8,00
Champiñón	2,00
Otras Setas	10,00
Maíz	0,50
Caña de Azúcar	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios	1,50

### Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 17 al 20 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	3,60-3,70
Mandarina Clementina	1,30-1,50
Limones	1,30
Manzana Golden	1,00
Naranja Navelina	0,70
Rojo Pulpa Blanca	1,30
Piñas	1,40
Plátanos	1,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,30-2,30
Lechuga	0,54
Cebolla	0,65
Coliflor	1,00-1,05

Judía Verde	4,50
Patatas Calidad	0,55
Pimientos Verdes	1,90
Tomate Maduro	1,25-1,10
Tomate Verde	2,10-2,25
Zanahoria	0,65

### Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 5 al 11 de enero de 2023. Información facilitada por Mercacórdoba.

### FRUTAS Euros/kg

Aguacates	3,91
Albaricoque	3,60
Almendra	8,25
Castaña	4,88
Cereza / Picota	11,95
Chirimoya	3,06
Dátil	5,39
Fresa / Fresón	3,17
Granada	1,79
Kaki Pésimon	2,13
Kiwi / Zespri	2,48
Lima	2,38
Limón	1,03
Mandarina Clementina / Fortuna / Nadorcott	1,33
Clemenules	1,16
Clemenvilla	1,41
Hernandina	1,31
Mango	2,60
Manzanas O.V.	2,20
Pink Lady	2,18
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,51
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,30
Royal Gala / Cardinale	1,31
Starking / Red Chief / Glostes / Galaxia	1,50
Melón / Galia / Coca	1,75
Naranja Navel	0,75
Navelina	0,85
Salustiana	0,66
O.V. / Malta / Minolta / Barberina	1,40
Navel Late / Nanelate / Lanelate	0,65
Nuez	4,78
Papaya	3,65
Pera Conferencia / Decana	1,50
Ercolini / Etrusca	1,86
Blanquilla o Agua	1,58
Limonera	1,07
Piña	1,41
Plátano	1,15
Banana	0,94
Pomelo / Rubi Start	0,98
Uva	3,26
Otros Frutos Secos	11,62

### HORTALIZAS Euros/kg

Acelga	0,83
Ajo Seco	2,63
Tierno	16,50
Alcachofa	1,54
Apio	1,13
Berenjena	1,14
Batata / Boniato	1,04
Brócoli / Brecol	1,86
Calabacín	0,98
Calabaza / Marrueco	0,80
Cardo	1,16
Cebolla / Chalota	0,91
Cebolleta	1,30
Champiñón	2,21
Col Repollo	0,59
Lombarda	0,94
Coliflor / Romanesco	1,07
Escarola	1,04
Espárrago Verde	6,60
Espinaca	1,22
Haba Verde	1,90
Judía Verde Fina (Brasileña)	4,03
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	3,26
Lechuga O.V.	0,75
Cogollo	1,93
Iceberg	0,82
Nabo	0,96
Pepino	1,26
Perejil	1,48
Pimiento Verde	1,33
Rojo (Asar)	1,27

Puerro	1,61
Rábano / Rabanilla	1,41
Remolacha	2,23
Seta	4,14
Tomate	
O.V.	1,42
Cherry	2,54
Daniela	1,18
Zanahoria	0,83
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,73
Añeja	0,55
De Siembra	0,73

### Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 17 al 20 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

### FRUTAS Euros/kg

Chirimoyas	3,79
Mandarina Clementina	0,68
Limones	1,00
Manzana Golden	1,31
Roja	1,16
Naranja Navelina	1,20
Pera Blanquilla	1,62
Piñas	1,23
Plátanos	0,97

### HORTALIZAS Euros/kg

Alcachofas	1,44
Lechuga	0,77
Cebolla	0,62
Coliflor	0,78
Judía Verde	3,03
Patatas Calidad	0,52
Pimientos Verdes	1,64
Tomate Verde	1,72
Zanahorias	0,65

### Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 16 al 20 de enero de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

### FRUTAS Euros/kg

Aguacate Hass	4,45
Fuerte	4,45
Otras Variedades	5,45
Almendra	1,50
Cacahuete	1,65
Chirimoya Otras Variedades	5,15
Ciruela Santa Rosa	1,95
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nou	2,35
Fresa	5,45
Fresón Otras Variedades	9,95
Granada Otras Variedades	1,85
Guayaba Otras Variedades	2,75
Higo Chumbo	2,80
Verdal	6,95
Kaki Rojo Brillante o Persimón	3,45
Otras Variedades	3,45
Kiwi Kiwigold	5,95
Plupa Verde	3,70
Limón Fino o Primafiori	0,95
Otras Variedades	0,95
Verna	0,95
Mandarina Clemenate	1,38
Clemenule	1,25
Clemenvilla o Nova	1,36
Ortanique	1,38
Manga Kent	4,45
Manzanas Fuji	1,95
Golden	1,78
Royal Gala	1,75
Granny Smith	1,60
Otras Variedades	1,60
Staking o Similares	1,68
Reineta	2,05
Melón Piel de Sapo	2,45
Amarillo	1,75
Naranja Valencia Late	0,95
Otras Variedades	0,97
Lane Late	0,95
Navelina	0,96
Navel	0,97
Navel Late	0,95
Nuez	3,95

## MERCADOS NACIONALES

## 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 9 al 15 de enero de 2023. Precios origen. Semana 52/2022.

**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

El mercado europeo del limón se mantiene estable y firme. Los volúmenes de Fino exportados desde el inicio de la campaña son inferiores no solo a los de la temporada 2021-22, sino también a la media de los últimos 4 años lo que supone que una parte de la merma inicial de cosecha queda absorbida por la menor recolección y exportación. La demanda inicialmente ha sufrido un parón importante después de Navidad y se espera una cuesta de enero que se puede prolongar algunas semanas más en febrero. En su conjunto, la merma de cosecha y la menor actividad nos llevan a una situación de relativo equilibrio, siempre inestable en el contexto de incertidumbre general.

## POMELO

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

El mercado del pomelo se mantiene equilibrado con una demanda ajustada a la limitada oferta mediterránea marcada por el fuerte déficit de producción en Turquía, pero también por la falta de calibres grandes en España. En el caso de la oferta de pomelo israelí, ésta se mantiene un 30% por debajo de la media. Así pues, la moderada oferta permite mantener precios estables para todos los orígenes.

Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	0,95
Papayón (2-3 kg/ud) .....	0,91
Pera Conferencia.....	1,30
Otras Variedades.....	1,80
Limonera.....	1,75
Agua o Blanquilla .....	1,35
Pistacho.....	9,25
Piña Golden Sweet .....	6,44
Plátanos Canarias Primera .....	1,45
Canarias Segunda.....	1,30
Canarias Extra.....	1,60
Pomelo Rojo .....	1,01
Amarillo.....	0,95
Sandía Con Semilla .....	2,47
Sin semilla .....	2,15
Uva Red Globe, Roja .....	3,45
Negra Otras Variedades.....	3,75
Blanca Otras Variedades.....	3,45
Resto de frutas .....	1,30
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelga de Hojas Rizadas Lyon.....	1,45
Ajo Blanco.....	2,55
Morado.....	2,55
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95
Apio Verde.....	1,80
Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada .....	1,35
Berros.....	1,95
Boniatu o Batata.....	1,25
Brócoli, Brcol o Brócoli .....	1,59
Calabacín Blanco.....	2,73
Verde.....	0,55
Calabaza de Verano .....	0,95
De Invierno .....	0,98
Cebolla Grano Oro o Valenciana .....	0,96
Morada.....	1,16
Recas o Similares .....	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna.....	0,95
Col China o Pekinensis.....	1,75
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,99
Repollo Hojas Rizadas.....	0,40
De Bruselas.....	3,95
Coliflor .....	1,42
Endivia.....	1,30
Escarola Rizada o Frisée.....	1,49
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Blanco.....	3,45
Espinacas.....	0,18
Guindilla Verde .....	3,50
Roja.....	2,50
Hava Verde o Habichuela .....	1,35
Hinojo.....	2,45
Judía Verde Boby .....	3,07
Verde Otras Variedades .....	3,93
Verde Elda .....	4,95
Lechuga Otras Variedades.....	0,30
Romana.....	0,41
Maíz o Mollo .....	1,56
Nabo .....	0,95
Pepino Corto o Tipo Español .....	0,75
Largo o Tipo Holandés.....	0,95
Perejil .....	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California .....	1,75
Rojito Lamuyo.....	2,14
Verde Italiano .....	2,04
Verde Padrón .....	3,57
Otras Variedades.....	1,57
Puerro.....	2,59
Rábano y Rabanilla .....	0,65

Remolacha Común o Roja.....	1,30
Seta Champiñón .....	2,45
Girgola o Chopo .....	2,20
Tomate Cherry .....	2,95
Liso Rojo Daniela/	
Long Life/Royesta.....	1,88
Liso Rojo Canario .....	1,35
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa .....	1,66
Jengibre.....	2,25
Ñame o Yame .....	3,85
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	0,95
Hortalizas IV Gama .....	5,50
Resto Hortalizas.....	0,80
<b>PATATAS (Granel) Euros/kg</b>	
Blanca, Otras Variedades.....	1,45
Blanca Spunta.....	1,65
Otras Variedades.....	0,95
Roja Otras Variedades.....	1,35

## Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 17 al 20 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

<b>FRUTAS Euros/kg</b>	
Chirimoyas.....	3,00-4,00
Mandarina Clementina .....	1,19-1,24
Limonas .....	0,75-0,77
Manzana Golden .....	1,10-1,28
Roja .....	1,38-1,25
Naranja Navelina .....	0,49-0,56
Pera Blanquilla.....	1,70-1,66
Piñas .....	1,43-1,31
Plátanos .....	0,85-1,17
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas.....	1,49-1,70
Lechuga.....	0,50-0,66
Cebolla .....	0,83-0,85
Coliflor .....	0,88-0,87
Judía Verde .....	2,44-3,34
Patatas Calidad.....	0,75
Pimientos Verdes.....	1,69-1,75
Tomate .....	
Maduro.....	1,56-1,69
Verde.....	1,76-1,96
Zanahorias.....	0,68-0,66

## Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 17 al 20 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

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

Coliflor .....	0,80
Judía Verde .....	5,50-5,00
Patatas Calidad.....	0,65-0,60
Pimientos Verdes.....	1,50-1,25
Tomate Maduro .....	0,75
Verde.....	1,25
Zanahorias.....	0,70-0,65

## 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
Ciruela.....	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
Boniatu 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 19 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 .....	287,00
Rubia.....	292,00
Forraje Avena.....	S/C
<b>CEBADA NACIONAL</b>	
Cebada .....	
Pienso -62 kg/hl.....	285,00
Pienso +62 kg/hl .....	290,00
<b>CENTENO</b>	
Centeno.....	284,00
<b>GIRASOL</b>	
Pipa Alto Oléico .....	640,00
Pipa de Girasol .....	550,00
<b>MAÍZ NACIONAL</b>	
Maíz sobre Secadero.....	303,00
<b>TRIGO NACIONAL</b>	
Trigo .....	
Duro Proté=13% .....	422,00
Duro Proté=12% .....	412,00
Extensible Chamorro.....	370,00
Forrajero .....	309,00
Gran Fuerza w 300 .....	411,00
Media Fuerza w -300.....	401,00
Panificable.....	320,00
Triticales.....	302,00
<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 17 de enero 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
<b>ALFALFA</b>	
Harina de Alfalfa .....	290,00
<b>CEBADA</b>	
Importación .....	303,00
Nacional P.E. (62-64) .....	312,00
<b>CENTENO</b>	
Centeno.....	S/C
<b>COLZA</b>	
Importación 34/36% .....	425,00
<b>GARROFA</b>	
Harina .....	293,00
Troceada .....	299,00
<b>REMOLACHA</b>	
Pulpa de Remolacha .....	365,00
<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.....	400,00
Importación .....	304,00
Importación CE .....	317,00
<b>MIJO</b>	
Importación .....	625,00

<b>SOJA</b>	
Harina .....	
Soja Import. 47%.....	621,00
Harina Soja Nacional 47%.....	617,00
Aceite Crudo de Soja .....	1.215,00
Salvados de Soja.....	325,00
<b>SORGO</b>	
Importación .....	S/C
<b>TRIGO NACIONAL</b>	
Salvado de Trigos Finos .....	300,00
Forrajero .....	332,00
Panificable, mín. 11.....	342,00
Triticales .....	S/C
<b>FRUTOS SECOS Euros/Tm</b>	
<b>ALMENDRAS</b>	
Común 14 mm.....	6.100,00
Largueta 12/13 mm.....	6.450,00
Largueta 13/14 mm .....	7.300,00
Marcona 14/16 mm.....	11.750,00
Marcona 16 mm.....	11.950,00
<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.....	1.070,00

## Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 18 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 .....	310,00
<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 .....	370,00
Jaerla.....	S/C
Kennebec.....	S/C
Red Pontiac .....	360,00
Red Scarlett .....	340,00
Hermes .....	320,00
Yona .....	340,00
<b>ALUBIAS Euros/Kg</b>	
Canela .....	1,60
Negra .....	3,25
Palmeña .....	
Redonda .....	2,20
Planchada.....	1,80
<b>LEGUMINOSAS</b>	
Veza Grano .....	1,40
Riñón de León .....	1,70
Redonda .....	1,35

## 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
<i>Próxima sesión 24 de enero de 2023.</i>	
<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
<i>Próxima sesión 24 de enero de 2023.</i>	
<b>CÍTRICOS (17/01) Euros/Kg</b>	
<b>NARANJAS</b>	
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.....	0,75-0,85
Industria Grupo Navel.....	0,21
Industria Grupo Blanca .....	0,21
<i>Los precios son orientativos, en árbol, origen Córdoba. Sin IVA incluido. Para la naranja de industria, los precios son sobre camión.</i>	
<i>Nota: Mercado con actividad y demanda. Desaparece de la tabla de cotizaciones la Navelina en fresco que ya dejó de cotizar la semana pasada. Repetición general de la cotización en fresco para la Salustiana Calidad 1ª y Calidad 2ª, y para la Lane Late Calidad 1ª. Ligera subida de la mandarina híbrida Tango. La parte superior de las horquillas se corresponden con calibres altos y extras. Repetición de la cotización de industria tanto para el grupo Navel como para el Grupo Blanca.</i>	
<i>Próxima sesión el 24 de diciembre de 2022.</i>	

<b>FRUTOS SECOS Euros/Kg</b>	
<b>ALMENDRA</b>	
Guara .....	3,55
Comuna Ecológica .....	5,85
Pelona .....	2,70
Belona .....	5,05
Constantí.....	4,70
Vairo.....	3,15
Lauranne .....	3,35
Común .....	3,45
Largueta .....	5,00
Marcona .....	6,75
<b>PIÑÓN</b>	
Alameda.....	52,00
Castilla .....	52,00
<b>AVELLANA Euros/Libra</b>	
San Giovanni .....	1,67
Tonda .....	1,79
Corriente .....	1,80
Negreta .....	2,04

<b>Lonja de Reus</b>	
Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 16 de enero de 2023. Información facilitada por EFEAGRO.	
<b>Frutos Secos Euros/Kg</b>	
<b>ALMENDRA</b>	
Guara .....	3,55
Comuna Ecológica .....	5,85
Pelona .....	2,70
Belona .....	5,05
Constantí.....	4,70
Vairo.....	3,15
Lauranne .....	3,35
Común .....	3,45
Largueta .....	5,00
Marcona .....	6,75
<b>PIÑÓN</b>	
Alameda.....	52,00
Castilla .....	52,00
<b>AVELLANA Euros/Libra</b>	
San Giovanni .....	1,67
Tonda .....	1,79
Corriente .....	1,80
Negreta .....	2,04

## Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 16 de enero de 2023. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
Trigo Blando .....	324,00
Cebada P. E. (+64).....	308,00
Avena.....	307,00
Centeno.....	298,00
Tricale.....	308,00
Maíz, (14º).....	315,00
<b>LEGUMINOSAS Euros/Tm</b>	
Guisantes .....	S/C
Garbanzo Pedrosillano .....	1.250,00
Lenteja Armuña .....	1.600,00
<b>OLEAGINOSAS Euros/Tm</b>	
Girasol (9-2-44).....	S/C
Girasol (Alto Oleico).....	S/C
Colza .....	S/C
<b>FORRAJES Euros/Tm</b>	
Forrajes (Avena).....	S/C
Alfafa Empacada.....	S/C
Veza (Henificada).....	S/C
Paja Paquete Pequeño .....	S/C
Paja Paquete Grande .....	66,00

## Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 19 de enero de 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
<b>Alfalfa</b>	
Empacada.....	213,00
Avena.....	291,00
Cebada .....	
Nacional de 62 Kg/Hl.....	294,00
Centeno.....	283,00

## MERCADOS NACIONALES

## Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 2, del 9 al 15 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	0,42-0,50	Castellón
Hernandina	0,42-0,47	L. Valencia
OTRAS MANDARINAS E HÍBRIDOS		
Nadorcott	0,80-1,00	Alicante
Nadorcott	0,60-0,77	Castellón
Nadorcott	0,68-0,88	Valencia
Nadorcott	0,72-0,90	L. Valencia
Ortanique	0,26-0,33	Alicante
Ortanique	0,21-0,34	Valencia
Ortanique	0,24-0,34	L. Valencia
Tango	0,80-1,00	Alicante
Tango	0,77-1,00	Castellón
Tango	0,68-0,88	Valencia
Tango	0,72-0,90	L. Valencia
NARANJAS NAVEL		
Navel Lane Late	0,33-0,40	Alicante
Navel Lane Late	0,33-0,36	Castellón
Navel Lane Late	0,28-0,42	Valencia
Navel Lane Late	0,25-0,36	L. Valencia
Navelina	0,22-0,30	Alicante
Washington Navel	0,21-0,27	Castellón
Washington Navel	0,19-0,28	L. Valencia
NARANJAS BLANCAS		
Salustiana	0,29	Castellón

LIMÓN FINO	Euros/Kg	Zona
Limón Fino	0,30-0,40	Alicante
POMELO ROJO		
Pomelo Rojo	0,20-0,30	Alicante
FRUTAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Granada Mollar	0,53	Alicante
HORTALIZAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,42-0,55	Alicante
Ajo Tierno	2,80	Alicante
Alcachofa Consumo Fresco	0,25-1,31	Alicante
Consumo Fresco	0,80-2,00	Castellón
Consumo Fresco	0,88-1,76	Valencia
Industria Corazones	0,30-0,97	Alicante
Industria Perolas	0,08-0,15	Alicante
Industria Troceado	0,27-0,34	Alicante
Apio Verde	0,18-0,38	Alicante
Berenjena Rayada	0,95-1,12	Alicante
Boniato Rojo	0,43-0,69	Alicante
Blanco	0,50-0,77	Castellón
Calabacín	0,58-0,82	Alicante
Blanco	1,25-1,49	Castellón
Calabaza		
Redonda	0,47-0,60	Alicante
Redonda	0,88-1,06	Valencia
Tipo Cacahuete	0,29-0,34	Alicante

Tipo Cacahuete	Euros/Kg	Zona
Cebolla Tierna (Manojo 3 uds)	0,41-0,68	Alicante
Tierna	0,85	Castellón
Pomelo Rojo	0,44-0,75	Valencia
Col China	0,48-0,55	Castellón
Lombarda	0,30-0,35	Castellón
Brócoli	0,39-0,85	Alicante
Brócoli	0,61	Castellón
Brócoli Industria	0,20-0,33	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,28-0,40	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,40	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,34-0,39	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,25-0,50	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,30-0,57	Castellón
Coliflor Blanca	0,35-0,80	Alicante
Blanca	0,33-0,85	Castellón
Blanca	0,54-0,87	Valencia
Escarola Hoja Rizada	0,25-0,33	Alicante
Hola Rizada	0,50	Castellón
Hoja Rizada	0,35-0,41	Valencia
Hoja Ancha Lisa	0,30	Castellón
Espinaca	0,91-1,20	Alicante
Haba Muchamiel	1,19-1,81	Alicante
Lechuga Maravilla	0,25-0,51	Castellón
Romana	0,20-0,30	Alicante
Romana	0,20-0,38	Castellón
Romana	0,22-0,26	Valencia

Little Gem	Euros/Kg	Zona
Iceberg	0,15-0,33	Alicante
Iceberg	0,15-0,50	Alicante
Trocadero	0,46	Alicante
Patata Blanca	0,52-0,71	Alicante
Pepino Blanco	0,86	Alicante
Tomate		
Acostillado	0,94-1,44	Alicante
Redonda Lisa	1,00	Castellón
Daniela	0,86-0,95	Alicante
FRUTOS SECOS		
<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		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	4,60-5,00	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	5,15-5,25	Castellón
Oliva Virgen Extra	5,40-5,50	Castellón
Garrofa Entera	0,90-1,25	Castellón
MIEL		
De Milflores	3,00-3,10	Castellón

Empacada	63,00
Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl	309,00

## 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	S/O
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 19 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	307,00
Pienso -62 kg/Hl	301,00
AVENA	
Rubia	322,00
Pienso	315,00
TRIGO	
Duro Pr>12	S/C
Pienso +72 Kg/Hl	332,00
Fuerza +300w +14 pr	341,00
Fuerza -300 +12,5 pr	S/C
Panificable	
Pr>11, W<200	S/C
Chamorro	S/C
Triticale	318,00
Centeno	S/C
Guisante	446,00
Yeros	S/C
Garbanzo	
sin limpiar	S/C
Veza	S/C

Alfafa 1ª	347,00
Paja 1ª	60,00

NOTA: Reajuste a la baja de cereales. Sube el guisante y forrajes, cotizando por primera vez la paja.

*Próxima reunión el 2 de febrero de 2023.*

## Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 16 de enero de 2023. Campaña 2022-2023.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina	Sin existencias
Navel	0,21-0,30
Navel Lane Late	0,28-0,40
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett	0,32-0,42
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	0,37-0,56
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	Sin existencias
Barberina	
Mid-night	0,37-0,56
Valencia Late	0,37-0,47
GRUPO MANDARINAS	
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki	Sin existencias
Okitsu	Sin existencias
Owari	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós	
Basol	Sin existencias
Orunules	Sin existencias
Marisol	Sin existencias
Mioro	Sin existencias
Arrufatina	Sin existencias
Clemenules	
Orogrande	Sin existencias
Hernandina	0,47-0,51
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	Sin existencias
Tango	0,80-1,00
Nardocott	0,80-1,00
Ortanique	0,28-0,37
Orri	1,20-1,40
<i>Nota: Se mantiene el interés por las variedades tardías. El próximo Boletín de precios se publicará el lunes 23 de enero de 2023.</i>	
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 12 de enero de 2023.	
ARROCES	
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
<i>Precios según rendimientos, a granel</i>	
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
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
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.	313,00
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	330,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
TURTS Y HARINAS Euros/Tm	
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona	615,00
disponible Cartagena	599,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona	625,00
disponible Cartagena	609,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona	325,00
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia	S/C
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida	Sin operaciones
	Sin operaciones
14% prot., Aragón/Lérida	Sin operaciones
	Sin operaciones
B. Balas s/calidad A./Lér	Sin operaciones
	Sin operaciones
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona	315,00-316,00
disponible Andalucía	269,00-270,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona	Sin operaciones
Palmiste,	
disp. Valencia	Sin operaciones
Harina de Colza, dest. Valencia	Sin operaciones
	Sin operaciones
Gluten Feed,	

disp. Valencia	330,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia	385,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona	
	365,00-366,00
Import. disp. Andalucía	369,00-370,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	296,00
Hojas, destino Valencia	S/C
Tercerillas, destino Valencia	S/C
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm	
Varietad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia	900,00-1.150,00
Zona Alicante	900,00-1.000,00
Zona Castellón	950,00-1.000,00
Zona Tarragona	950,00-1.000,00
Zona Murcia	Sin operaciones
Zona Ibiza	800-1.000,00
Zona Mallorca	Sin operaciones
<i>Precios tonelada a granel s/rendimientos</i>	
Troceada Integral,	
disp. orig.	234,00-254,00
Troceada sin Harina	
disponible origen	240,00-260,00
Troceado Fino,	
disp. origen	220,00-240,00
Garrofin,	
disp. origen	Sin operaciones
LEGUMBRES Euros/Tm	
<i>Disponible origen</i>	
ALUBIAS	
Redonda Manteca	S/C
Pintas	
Granberry	1.850,00
Michigan	1.600,00
Canellini	
Argentina 170/100	1.550,00
Blackeyes	1.850,00
Negras	1.500,00
Garrofin	2.750,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46	1.900,00
Nuevos 34/36	2.650,00
Nuevos 50/52	
(tipo café americano)	S/C
LENTEJAS	
USA Regulars	1.650,00
Laird Canadá	1.550,00
Stone	1.350,00
Pardina Americana	1.650,00
<i>Precios por tonelada, mercancía envasada.</i>	
FRUTOS SECOS Euros/Tm	
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11,	
disponible origen	2.450,00
Chino 11/13,	
disponible origen	2.300,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Jumbo Americano 38/42	
disponible Valencia	2.000,00
Mondado Origen Argentina 38/42	
disponible Valencia	1.950,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia	S/C
Largueta 13/14 mm,	
Valencia	S/C
<i>Precios tonelada, mercancía envasada.</i>	
(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,	

## MERCADOS NACIONALES

## 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 9 al 15 de enero de 2023.

## CEREALES

■ **De invierno:** **Cádiz:** En las comarcas **Costa Noroeste** y **La Janda** está finalizando la siembra del **cereal**, queda en torno a un 5-10%. El **trigo** precoz sembrado en seco presenta una altura de unos 10-15 cm y está comenzando el ahijado. Hay agricultores que han aplicado abonados de liberación lenta como el 25-15-0, en las parcelas de **trigos** más avanzadas se emplea urea 46. Las altas temperaturas habidas hasta el momento hacen que se esté a la espera de una bajada de temperaturas para que enraice mejor. **Córdoba:** Finalizadas ya las siembras de **cereal de invierno**, el estado más avanzado es el BBCH 21 (inicio de ahijado), aunque dependiendo del momento de siembra se observan diferentes estados de desarrollo menos adelantados. Las lluvias registradas junto a las temperaturas del mes de diciembre, que ha sido significativamente más cálido y húmedo de lo habitual, han asegurado la germinación y nascencia del cultivo del **cereal**. Ha comenzado de manera incipiente el abonado de cobertera, de manera especial donde no se aplicó de fondo ante la situación de sequía y elevado coste de los fertilizantes en la época de siembra. **Granada:** En las comarcas de **Baza** y **Huércar**, queda un 5% de la superficie por sembrar. Solo en torno a un 5% abonó en fondo con abonos complejos ternarios tipo 15-15-15. Lo que se sembró en seco ha nacido en un 70-80%. **Jaén:** En las comarcas **Sierra de Cazorla**, **La Loma** y **El Condado**, los **cereales** están nacidos en un 80% y sembrando el 20% restante. En torno a un 10% de los agricultores abonaron en fondo con triple quince. Las parcelas más precoces presentan una altura de en torno a 10 cm de altura, con varias hojitas como estado fenológico más avanzado. **Málaga:** En las comarcas **Norte**, **Centro** y **Vélez-Málaga**, **zona de Almogía**, **Cártama**, **Málaga**, **Casabermeja**, **Antequera**, **Colmenar**, **Riogordo**, **Villanueva del Rosario**, **Periana**, **Comares**, entre otros municipios, los **cereales** presentan una buena nascencia, sobre todo los tempranos, sembrados en seco están al 75% de nascencia, con una altura de 8-10 cm de altura, con varias hojitas en desarrollo. Se están aplicando coberteras de urea 46%. **Sevilla:** El estado fenológico de los **cereales de invierno** es el de desarrollo de las primeras hojas, aunque se ven parcelas más tardías en nascencia y otras más adelantadas iniciando el ahijado. La cobertura del terreno en general es buena ya que las precipitaciones este año han acompañado favorablemente la preparación del terreno y la germinación de las semillas. En ciertos casos se pueden observar algunas parcelas de **cereales** con amarilleamiento por exceso de humedad en terrenos pesados, zonas bajas o por falta de nitrógeno que se irá corrigiendo a medida que puedan ir entrando al campo con los tractores para aplicar los correspondientes abonados de cobertera.

## LEGUMINOSAS

Las **habas** se encuentran predominantemente en el estado fenológico BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas), ya empiezan a mostrar las flores en las parcelas más adelantadas. Se observa en algunas zonas una buena cobertura y desarrollo del cultivo. En los **guisantes**, se observan distintos estados, desde zonas donde se están realizando las siembras, a otras donde se observa ya el estado fenológico de Desarrollo de Hojas. Se sigue realizando la preparación del terreno para la siembra del cultivo del **garbanzo**. En las plantaciones de la **veza**, se observa el estado fenológico de desarrollo de hojas en muchas zonas.

## CULTIVOS INDUSTRIALES

El cultivo de la **remolacha azucarera**, presenta en **Sevilla** una reducción significativa de la superficie esta campaña. Presenta una buena nascencia, desplegando las primeras hojitas en la mayoría de los casos, aunque hay parcelas donde puede verse con varias hojas desplegadas y cerrando las calles, de momento la tierra tiene humedad suficiente y no se están aplicando riegos. En la comarca **Campaña de Cádiz** y **Costa Noroeste**, la **remolacha azucarera** presenta el estado de cotiledones en las parcelas más tardías y hasta el 50% de las calles cubiertas en las más adelantadas. La mayoría de las parcelas están nacidas, solo se observan algunas parcelas de resiembra por problemas de caída de plántulas. Se está sembrando, en la comarca **Norte malagueña anís**, con dosis de unos 35 kg/ha de semilla. No se ha aplicado abonado de fondo y se esperan menos hectáreas de este cultivo. En **Sevilla**, el cultivo de la **colza** está naciendo y desarrollando sus primeras hojas en la mayoría de los casos.

## CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** En los invernaderos del **Poniente Almeriense**, se recogen **pepinos tipo, Español, Francés** y **Almería**. Se recogen también **pimientos Lamuyos, California** e **italianos**. Los **tipos Rojos** y **Verdes** son los que más salen de las fincas. Se plantaron en agosto, con una densidad de 2 plantas/m<sup>2</sup>. Se están recolectando **berenjenas** con rendimientos de unos 5 kilos por planta, con 2 plantas/m<sup>2</sup> de densidad. La campaña comenzó a mediados de agosto y se encuentra aproximadamente en torno al 50%. Se han caído muchas flores, hay menos producción, con mermas de hasta el 20%. En los invernaderos de la zona de **Níjar**, en las plantaciones de **tomates**, como consecuencia de las altas temperaturas diurnas y de la elevada humedad ambiental están proliferando las enfermedades fúngicas, especialmente problemática es la presencia de Mildiu que está provocando daños por pudrición en los tallos y afectando a la calidad de los frutos, lo que se traduce en mermas importantes en la producción. También influye en estas mermas de producción los abortos de flores provocados por las temperaturas cálidas que se produjeron en el mes de octubre. En los invernaderos de **pimientos** continúa la recolección, sin problemas de cultivo a destacar, en los de **berenjenas** también continúa la recolección. En los invernaderos de **calabacines** continúa el cultivo y la recolección. Se observa un buen crecimiento del cultivo de la **sandía** provocado por una climatología bastante benigna. Se confirma la reducción de superficie en este cultivo en comparación con las campañas anteriores. **Cádiz:** Con respecto a las hortalizas de invernadero, en la comarca **Costa Noroeste** se están plantando **melones Galia**, con una densidad de 2 plantas por m<sup>2</sup>. Lleva un estercolado de 35-40 tn/ha, con enraizantes y ácido fosfórico que se le repite a los 10 días de la plantación. Se observan invernaderos plantando **calabacines** y recolectando en otros. La densidad de plantas es de 0,8-1 /m<sup>2</sup>. **Granada:** En la comarca de **La Costa**, se están sacando **tomates del tipo Cherry, Cherry Rama** y **Cherry Pera** además de **tomates Pera**, variedad **Intense** y **Lisos**. Los **Rosa de Barbastro** se recogen en categoría I y más de 82mm de calibre. Se recolectan **pepinos del tipo Holandés, Francés** y **Español**, con pocas producciones. Los **calabacines** sí están subiendo en oferta con aumento de kilos. Predominan las **judías redondas tipo Emerite** y **Perona**, así como las **planas tipo Heldá**. Se recogen **pimientos Italianos verdes, Lamuyos rojos** y **verdes** y **California, rojos amarillos, naranjas** y **verdes**, calibres G (entre 71-90mm), categoría I. Se recogen **calabacines verdes** de la variedad **Musa**, calibre M. **Huelva:** La campaña de la **fresa** continúa en las comarcas **Condado Campiña**, **Condado Litoral** y **La Costa** estando más adelantada que otros años. Las producciones están siendo superiores a otras campañas en estas fechas. Desde el punto de vista comercial se están produciendo bajadas en las cotizaciones. La botritis ha hecho acto de presencia y se airean invernaderos y hay fruta que se tiene que retirar afectada. Han caído 350 l/m<sup>2</sup> desde octubre lo que se sitúa por encima de la media histórica en las zonas productoras. Se observa poca producción de **frambuesas** en estas fechas. La variedad **Adelita** que se inició en octubre está finalizando y es de las más empleadas. Todo el ciclo se está adelantando, comenzando otra postura nueva y produciendo menos. Las temperaturas están siendo altas hasta el momento, no se para. **Málaga:** En la comarca de **Vélez-Málaga**, se encuentran en recolección desde septiembre-octubre **tomates tipo Daniela, Daniela verde, Pera** y **Cherry rama**. Una de las variedades más empleadas en **tomates lisos** es **Kabrera F1**. Se recogen **pepinos del tipo Francés**, con densidad de 1,5 planta/m<sup>2</sup>. Se plantaron escalonadamente desde agosto hasta noviembre. En la comarca de **Vélez-Málaga** se observan invernaderos con **pimientos** en producción. Los **Italianos** tienen una densidad de 1,5 plantas/m<sup>2</sup> y los **Lamuyos** también. Se están regando con 20-30 minutos al día con abonados del tipo nitrato potásico y sulfato potásico. Los riegos están siendo de depuradoras o pozos propios de las fincas. ■ **Al aire libre:** **Almería:** En la comarca del **Bajo Almanzora**, en la **zona Cuevas de Almanzora-Pulpí** se observan fincas de **hoja de roble**, tanto **morada** como **verde** que se están recolectando y otras en crecimiento ya que la plantación es escalonada. El desarrollo del cultivo es bueno, las temperaturas suaves han beneficiado el crecimiento. El tipo de **lechuga** más observado es la **Iceberg** que se encuentran plantadas desde noviembre y se están recolectando ya algunas parcelas. También en esta comarca se observan un buen número de parcelas

de **coles** y **brócolis**, algunas **coliflores** que se encuentran entre crecimiento de brotes y desarrollo de las partes vegetales cosechables. En la **zona de Fiñana, Abucena-Abta** hay fincas con las plantas muy desarrolladas, recolectando y sin daños ya que las temperaturas han sido suaves hasta esta semana. **Cádiz:** Se están recolectando **coliflores** en zonas de la **Cartuja de Jerez de la Frontera**. **Granada:** En la comarca de **La Vega** se observan parcelas de **ajos Spring** que están paralizados, con 20 cm de altura y 5-6 hojitas. Las pocas parcelas de **ajos morados** que hay se encuentran en desarrollo de las 2 primeras hojitas. Las **cebollas** plantadas del tipo **Babosa, variedad Sirius** presentan unos 10 cm de altura, en desarrollo de hojas, muy completo y sano el cultivo. En cuanto a los **espárragos** de la comarca, se encuentran finalizando el agostado, próximo a desbrozar matas, abonando y enterrando abono. **Huelva:** En la comarca de **Condado Campiña**, se observan parcelas de **espárragos** sin desbrozar las matas. Presentan un tono marrón-amarillento y en breve se iniciarán la eliminación de la parte aérea de la planta. En la comarca **Condado Litoral**, se observan parcelas de **coles** plantadas escalonadamente y las más avanzadas recolectándose. Hay parcelas de **puerros** sembrados a dos metros entre meseta y meseta, tres hilos en cada meseta y a 50 cm entre cada hilo y distancia entre planta de 10 cm. Presentan un desarrollo escalonado con las más avanzadas en recolección. Se están recolectando parcelas de **zanahorias** en manojos. La siembra ha sido escalonada con plantas en estado fenológico de desarrollo de hojas y otras en fase de crecimiento de la raíz. **Sevilla:** Se produce la recolección de **alcachofas, brócolis** y **coliflores**. Desarrollo de hojas en las parcelas de **ajos** y **cebolla** temprana. Desarrollo de la parte aérea e inicio del engorde de la raíz en las parcelas sembradas de **zanahorias**. Desbroce de las matas de la **esparraguera** para facilitar la próxima recolección.

## FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Almería:** En las comarcas de **Río Nacimiento**, **Alto Andarax** y **Campo de Tabernas**, el estado fenológico de los **almendros** es el de yema de invierno. En la comarca del **Bajo Almanzora**, se observan las primeras flores, pero se trata de parcelas puntuales. Se observa mucha finca con frutos de la anterior campaña, secos, de escaso tamaño que no llegaron a recogerse. En la zona de **Níjar**, la mayoría de las variedades de **almendros** presentan yemas florales hinchadas. En las variedades tardías aún quedan hojas en los árboles y las yemas comienzan a hincharse. **Córdoba:** El estado fenológico predominante de los **almendros** es el de yema de invierno, parada invernal, quedando parcelas que no han llegado a tirar toda la hoja influidos por la ausencia de bajas temperaturas. **Granada:** En las comarcas de **Guadix**, **Baza** y **Huércar**, las parcelas de **almendros** se están podando y se trituran los restos cuando antes se quemaba. Se encuentran en estado fenológico de yema de invierno con algún movimiento de hinchazón en las yemas de flor de las zonas y variedades más tempranas. El adelanto de la floración puede acarrear peligro, aunque hasta esta semana no ha hecho frío, yendo las temperaturas desde los 0° en la noche hasta los 14-16° de día. **Huelva:** En las comarcas **Condado Campiña**, **Litoral** y **Costa**, los **almendros** se encuentran en estado fenológico de yema de invierno presentando alguna adelantada, botones hinchados y cogiendo más longitud la yema. **Sevilla:** Labores de poda en las parcelas de **almendro** donde se puede ver como empiezan a hincharse las yemas de las variedades más precoces. ■ **Frutales de hueso y pepita:** Se inician las labores de poda en las primeras parcelas de **frutales de hueso**. ■ **Frutales subtropicales:** **Granada:** En la comarca de **La Janda** y **Campo de Gibraltar**, está comenzando la recolección de los **aguacates** de la variedad **Hass**, con edades de 4-5 años árboles en crecimiento. La mayoría se encuentra en fase de engorde del fruto. Son frutos medianos y con mermas de producción respecto a otras campañas, aunque la entrada de más fincas a producir puede compensar estas mermas. **Málaga:** En la comarca **Centro**, la campaña del **aguacate Fuerte** está muy avanzada y la del **Hass** con más fincas en recolección. No se están cogiendo los mismos kilos que otros años. No se están dando riegos, ni abonados y tampoco hay tratamientos fitosanitarios. En la comarca **Centro** finalizó la campaña del **man-go Osteen** hace algunas semanas. Se observan parcelas con marcos de plantación de 4x3m, con 5-6 años de antigüedad con una producción de unos 60-70 kg/pe. No se observan plagas en estos momentos. Las cotizaciones han estado bajas toda la campaña a pesar de no haber fruta en los campos.

## CÍTRICOS

**Almería:** En la comarca del **Bajo Almanzora** las plantaciones de **limón fino** siguen en recolección encontrándose muy avanzadas. En la comarca del **Bajo Almanzora** las plantaciones de **naranjas, mandarinas** e **híbridos** se están recolectando con los siguientes datos según variedades: Las **naranjas Navelinas** se encuentran casi finalizadas, predominan los calibres 2-3, con rendimientos de unas 40 tn/ha, en la **mandarina Nova** la recolección está prácticamente finalizada, predominan los calibres 2-3-4 y se obtienen rendimientos de unas 40 tn/ha, y la **mandarina Afourer-Nadorcott**, se encuentra en recolección, se obtienen calibres 1-2-3-4 con un rendimiento de en torno a 45 tn/ha. **Córdoba:** La recolección de la **naranja** de la variedad **Navelina** está prácticamente finalizada con unas mermas de producción en torno al 30% motivado principalmente por falta de calibre: disminuye el peso de la fruta y afecta al destino de la misma (consumo en fresco o a industria de zumo), y disminuye su valor comercial. La variedad **Salustiana**, la mayoritaria en la zona, se encuentra en plena recolección en situación similar a la **Navelina**, mientras que las lluvias de diciembre si van a tener una repercusión muy favorable en el calibre de las variedades tardías. **Huelva:** En las comarcas de **Condado Litoral** y **La Costa**, se siguen recolectando **naranjas Navelinas**, ya quedan pocas parcelas, algunas navel y sobre todo **Salustianas**; **Nave lates** y **Lane Lates** se realizan operaciones pero en campo son pocas las parcelas ya recolectadas. Finalizó la campaña de las **Clemenules** y **Novas**. Se encuentran en recolección **Afourer, Murcott** y **Tango** dentro de los tipos híbridos. En campo se han dado tratamientos de Fosetil-AI y Cobre tras las lluvias. Hay preocupación en el sector ante las noticias surgidas de la nueva PAC y prohibición de podas en algunos meses que en el caso de los cítricos son los de mayor incidencia de este trabajo y que se produce una vez recogidas variedades de media estación y tardías. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de los cítricos en general es el de yema en latencia, en las variedades por recolectar de enero y maduración. Gracias a las lluvias registradas mejorará el calibre de las variedades tardías. Está finalizando la recolección de las **naranjas Navelinas** y **mandarinas Clemenules**. Se están cortando **Salustianas** con calibres medios y rendimientos en torno a los 35.000 Kg/Ha.

## OLIVAR

**Córdoba:** Las fincas que han finalizado la recolección están iniciando la poda y aplicando cobre, oxiclóruo al 50%, para prevenir los efectos de los daños provocados durante la recolección. Según datos de la AICA a fecha 31/12/2022 las almazaras de la provincia han obtenido 82.404,3 t de aceite de moltar un total de 484.904,5 t de **aceituna** a un rendimiento graso medio del 17%. Destacar que el mes de diciembre ha sido atípico ya que las abundantes lluvias han impedido trabajar durante más de dos semanas en el campo, y cuando luego se pudo entrar el estado del terreno ha limitado el ritmo de trabajo. Las precipitaciones han beneficiado la cosecha, el fruto ha engordado y se recoge mejor, pero el rendimiento graso ha disminuido y los temporales han tirado mucha **aceituna** al suelo con los problemas que conlleva (incremento de los costes de recolección y de limpieza en molino, pérdida de calidad del fruto y que sólo se recoge cuando la orografía y las condiciones del suelo lo permiten). **Granada:** Hay zonas de la provincia que ya han finalizado la campaña. Sucede en la comarca de **Alhama** y **Valle de Lecrín**. En la **variedad Picual**, con marcos 8x8m y 7x7m, los rendimientos han sido del 20-21%, estimándose una reducción del 80% de la cosecha. En la comarca de **La Vega** la recolección está al 80-90%, comenzó en noviembre. Hay variedades como **hojiblanco** y **picuales**, con marcos 8x8m y centenarios. La producción se encuentra al 40% en esta zona, no sobrepasan los 1.000-1.200 kg/ha, con un rendimiento graso del 20-21% en esta fase de campaña. **Jaén:** En las comarcas de **Sierra de Cazorla** y **Sierra Mágina**, la recolección se encuentra al 80%, muy avanzada con rendimientos grasos del 18%, bajando 2-3 puntos respecto al año pasado. Los **olivos** son **Picuales**, con marcos 10x10m, sistema tradicional y en secano el 90% de las fincas. Está comenzando la poda en las parcelas en las que ha finalizado la recolección. La falta de mano de obra es patente en estos trabajos. Hasta esta semana las temperaturas oscilaban entre los 6-8 ° de noche con los 15-17° de día, temperaturas muy cálidas para estas fechas.

Fresco Contrato..... 18,00  
Industria Frito Conservación..... 24,00  
Las existencias que quedan de patata para consumo en fresco son pocas en comparación con las que van destinadas a la industria de transformación. Los precios se mantienen firmes y estables una semana más.

CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón, Granel (Pie Cortado).....	2,30
Bandeja (Pie Cortado).....	2,60
Industria 1ª raíz.....	1,01
Industria 2ª	
pie cortado .....	0,95
Seta Ostra Granel.....	3,00
Ostra Bandeja .....	3,50
Seta Shii-Take Granel .....	5,00

Con el inicio del nuevo año se ha procedido a ajustar al alza el precio percibido por el agricultor para el champiñón con destino a industria; una vez estimado el incremento en el coste de insumos y en la energía durante esta campaña. En el caso del champiñón en fresco, el precio se mantiene estable, así como para la seta de Ostra y la Shii-Take a granel. Solo la seta de Ostra en bandeja ve reducir su valor durante esta semana.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla.....	0,80
Verde.....	0,38
Borrajá.....	0,43
Lechuga Rizada .....	3,75
Cogollos .....	2,00
Escarola.....	8,40
Apio .....	0,40
Cardo .....	0,25
Repollo Hoja Rizada.....	0,30
Coliflor .....	9,00
Brócoli .....	0,65
Romanescu.....	7,00
Alcachofa	
Fresco .....	2,75
Zanahoria Industria.....	9,00

La falta de producto en regiones del norte de España ha permitido que hortalizas como la lechuga, la coliflor o el brócoli incrementen su cotización gracias a la demanda existente, lo que se ha traducido en unas ventas ágiles. La coliflor recupera el valor perdido durante la semana pasada, gracias a un ajuste a la baja en su oferta. En el campo, en los municipios de Rioja Alta continúan con la recolección de la zanahoria con destino a industria, alcanzándose ya un tercio de la superficie total.

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. El cambio de año no ha provocado cambios en la tendencia del consumo. Los niveles de venta siguen siendo bajos en estas dos primeras semanas de enero. En general, el ritmo de salida de manzanas durante esta campaña está siendo más ágil que durante el año anterior, mientras que en el caso de la pera su comercialización está siendo más pausada; no obstante, como el estocaje de existencias es menor que otros años, se prevé una estabilidad en el precio durante la campaña de comercialización. Se da por finaliza la campaña de comercialización de peras de las variedades Ercolini, Moretini, Limonera y Blanquilla, quedando en el mercado la pera Conferencia.

**FRUTOS SECOS** **Euros/Kg**  
**ALMENDRA**  
Común .....

Largueta .....	1,17
Marcona .....	1,49
Floración Tardía.....	1,28
Ecológica .....	1,37
El descenso del valor del dólar frente a la moneda europea sigue favoreciendo la llegada de importaciones de almendra californiana hasta nuestro país. Desde que comenzó en agosto la actual campaña de comercialización hasta enero de 2023, las entradas desde este origen son un 17% superiores respecto a las del mismo periodo del año pasado.	



La certificación IFS Food (International Food Standard) va muy en línea con los valores de la empresa. / EUROPLÁTANO

# Europlátano revalida su certificación IFS Food

La organización reafirma su compromiso por garantizar la calidad y la seguridad alimentaria de sus productos

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Tras el año más difícil que recuerda el sector, Europlátano ha demostrado su clara apuesta por la diferenciación a través de la calidad; y es que, en las circunstancias más complicadas, ha sido capaz de lograr certificarse bajo uno de los más rigurosos estándares de calidad y seguridad alimentaria, IFS Food.

La IFS, International Food Standard, es una norma de origen europeo desarrollada fundamentalmente por las asociaciones de distribuidores de Francia, Alemania e Italia, y que actualmente tiene una gran acogida y repercusión en la mayor parte de la Unión Europea, en supermercados como Metro, Carrefour, Lidl, Mercadona o Coop. Esta norma permite establecer un estándar común de seguridad alimentaria durante todos los procesos y un método de evaluación uniforme.

A nivel interno, esta compleja certificación evalúa todos los aspectos de la organización: responsabilidad de la dirección; calidad y sistemas de gestión de la seguridad alimentaria; gestión de los recursos; planificación y



La certificación IFS Food crea un vínculo de confianza y transparencia con los clientes. / EUROPLÁTANO

proceso de producción; medición análisis y mejora; y Food defense. De esta forma, tocando tantas áreas de la empresa, se consigue una reestructuración que hace más eficiente la producción, a la vez que garantiza la seguridad alimentaria de los productos. Y es que, toda norma o certificado de calidad tiene sus protocolos de crisis.

“Al contar con ellos, aseguramos que somos una empresa que ofrece sus productos con

**IFS Food es una norma de origen europeo desarrollada fundamentalmente por las asociaciones de distribuidores de Francia, Alemania e Italia, y que tiene una gran acogida y repercusión en la UE**

total garantía alimentaria, que posee los protocolos necesarios y que es capaz de activarlos, lo cual siempre es un plus para el cliente”, señalan desde la compañía.

Una de las características más destacables de la IFS Food, que va muy en línea con los valores de Europlátano, es que exige la mejora continua. La revalida-

ción de la certificación pasa por conseguir una mejor puntuación cada año, lo que obliga al equipo a trabajar por superarse en cada auditoría. “Desde el punto de vista comercial nos acerca más a nuestros clientes, creando un vínculo de confianza y transparencia, ya que tanto los procesos como la fruta a lo largo de toda la cadena de suministro están certificados por este estándar a nivel mundial. Además, nos abre la puerta a nuevos mercados y nos permite cumplir con las exigencias de los clientes, cada vez más preocupados por la seguridad alimentaria”, indica Europlátano.

## ■ RECUPERACIÓN TRAS LA ERUPCIÓN VOLCÁNICA

La certificación tiene aún más mérito si cabe, teniendo en cuenta la complicada situación que vive el sector desde la erupción del volcán en La Palma a finales de 2021. Es de mencionar el esfuerzo y capacidad de adaptación demostrados por el equipo de Europlátano, agricultores y trabajadores, capaces de mantener la calidad y la seguridad alimentaria de la fruta en las más difíciles condiciones. Con este hito, la empresa se reafirma en su compromiso con el plátano y con su gente, convencidos de que aportar valor tanto en el producto como durante el proceso, es clave para diferenciar el plátano e invertir en relaciones de confianza con los clientes.

Desde la dirección se agradece “a todos los trabajadores su implicación, trabajo y esfuerzo; con los que han conseguido demostrar una vez más la capacidad de Europlátano de adaptarse a las necesidades del mercado ofreciendo a sus clientes la máxima garantía de calidad y seguridad en sus productos, creando valor para nuestros plátanos, consumidores y, sobre todo, para nuestros agricultores. Estamos muy orgullosos de contar con un equipo que es consciente de la importancia de producir un plátano de calidad y que esté respaldado por sellos como Global GAP, GRASP o la misma norma IFS Food”.

# Fragaria es seleccionada como Sabor del Año 2023 por tercer año consecutivo

El fresón de Fruits Ràfols obtiene la puntuación más alta en una cata a ciegas realizada en laboratorios independientes

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Por tercer año consecutivo, Fragaria, el fresón de Fruits Ràfols, renueva como mejor Sabor del Año 2023 escogido por los consumidores en una ‘cata a ciegas’ realizada por laboratorios sensoriales independientes. Este galardón es el resultado de la evaluación que los usuarios realizan del producto, que puntúan distintos parámetros como son el aspecto, olor, sabor y textura.

El sello Sabor del Año es un distintivo implantado en España desde hace una década y que analiza distintos productos en diferentes categorías. “Conseguir por tercera vez consecutiva el premio a Sabor del Año para nuestro fresón Fragaria es la confirmación de un buen

trabajo y una constancia en el día a día, que es lo realmente importante y muy difícil de conseguir”, afirma Eduard Ràfols, gerente de la Fruits Ràfols.

Fragaria lleva en el mercado desde 2018 y a lo largo de este tiempo ha cautivado a los clientes más exigentes con un sabor y texturas únicos. “Los consumidores tienen que probar Fragaria para poder degustar el sabor del fresón con el color, sabor y textura de la fruta recién recolectada, además de ser una de las frutas con más propiedades para una vida saludable”, añade.

Para Fruits Ràfols, la fórmula de este éxito está sin duda en cuidar todo el proceso, desde el campo hasta llegar a la mesa de

los consumidores. “Es un trabajo de todo el equipo que participa en el día a día en el campo, cuidando y mimando el terreno, las plantas, las fresas, la recolección y el transporte hasta el consumidor final”, explica el directivo. Más de un centenar de trabajadores intervienen en este proceso que, desde Huelva hasta las paradas de Mercabarna, consiguen un producto selecto, de sabor extraordinario.

## ■ IFS WHOLESALE PLUS

Para Fruits Ràfols no paran las buenas noticias. Este año ha vuelto a obtener la IFS Wholesale Plus V2 (Higher Level), una exigente certificación de calidad que solo han conseguido diez empresas del sector hor-



Desde 2018 Fragaria está cautivando a los clientes más exigentes. / RÀFOLS

tofrutícola en España. En esta ocasión, ha obtenido la puntuación más alta, con un 97,64%, es decir, esta valoración sitúa a Fruits Ràfols en el ‘top’ de las calificaciones.

Los criterios que se evalúan para la obtención de este certificado son la seguridad y calidad alimentaria mediante el análisis de los procesos y el estado de las instalaciones, entre otros baremos.

Las condiciones óptimas para conservar las propiedades y apariencia de los productos, así como garantizar la inocui-

dad alimentaria, son parámetros a tener en cuenta en el proceso de evaluación.

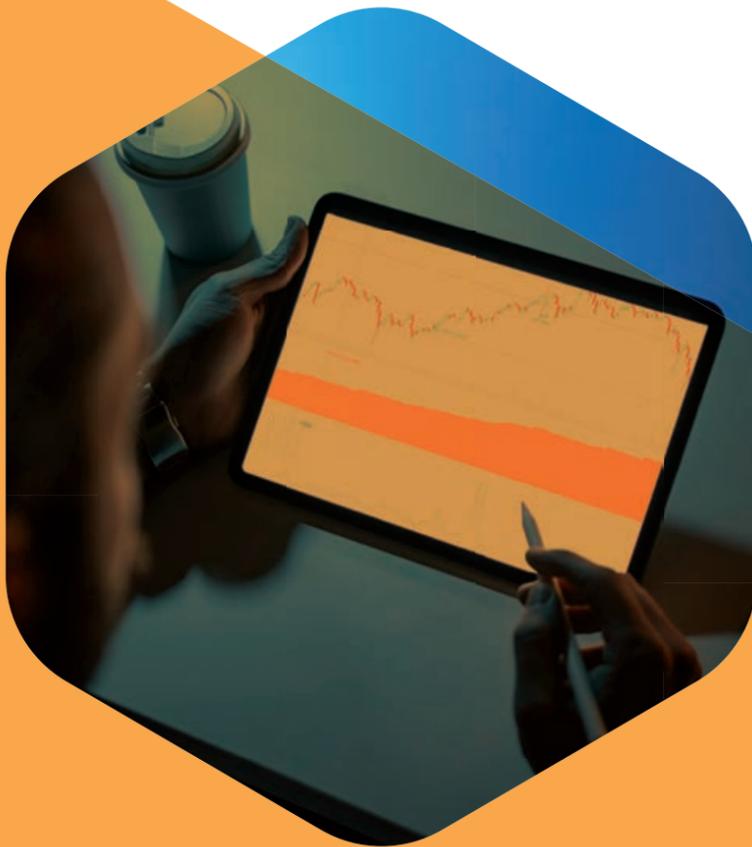
Fruits Ràfols fue fundada en 1988 y en la actualidad cuenta con una plantilla de más de 30 trabajadores, unos 1.300 clientes en toda Europa, más de 230 proveedores y 300 referencias de productos de unas 40 familias diferentes. Además de Fragaria para berries, también tiene otras marcas propias, como son Mantiana para manzanas seleccionadas, Paso Lagarto para aguacates y Helenia para los kiwis.



**CitroFy**

Una tecnología de  
**CITROSOL**

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



**Acceso desde cualquier dispositivo con conexión a internet**

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



8 | 9 | 10  
February  
2 0 2 3  
BERLIN

Hall 18 · Stand A-25



@Citrosol\_com



CITROSOL

**CITROSOL**  
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com  
info@citrosol.com



valencia fruits  
**dossier**

**Lanzamientos**

**Objetivos**

**Novedades**



La empresa ha crecido un 35% en su personal, fomentando una cultura de diversidad e inclusión en su plantilla, factor clave para AgroFresh. / AGROFRESH

## AgroFresh, avanzando año a año

### AGROFRESH.

AgroFresh es una empresa Ag-Tech que ofrece una gama de soluciones postcosecha con la misión de reducir el desperdicio alimentario, a la vez que se mantiene la calidad y frescura de la fruta y verdura. En esta ocasión, la empresa quiere compartir su progreso de los últimos cinco años con los lectores de **Valencia Fruits**, periodo en el cual, se puede observar cómo ha evolucionado tanto a nivel financiero como logístico, de producción o de personal.

Desde que Tecnidex pasó a formar parte de AgroFresh, a fi-

nales del 2017, esta se ha convertido en la central europea de la compañía. Con ello, de 2018 a 2022 se ha aumentado la facturación en un 46% en el mercado español. Asimismo, la producción realizada en Valencia se ha incrementado en más del 20% en los últimos cinco años, destacando la localización en España de la producción de una veintena de productos basados en 1-MCP.

En términos de logística, la empresa ha crecido en un 33%,

Desde que Tecnidex pasó a formar parte de AgroFresh, a finales del 2017, esta se ha convertido en la central europea de la compañía

ya que desde España se realizan envíos a más de 50 países, destacando Francia, Italia, Marruecos y Portugal. Además, su afán de expansión ha llevado a adentrarse recientemente en nuevos mercados como Australia, China o Nueva Zelanda.

En cuanto al personal, la empresa ha crecido en un 35%, fo-

mentando una cultura de diversidad e inclusión en su plantilla, factor clave para AgroFresh a la hora de captar talento a nivel nacional e internacional.

Ejemplo de ello es el reciente premio "Champion of Board Diversity" recibido por parte del Foro de Mujeres Ejecutivas, principal evento de mujeres en la Región de Filadelfia (EEUU), en el cual se premia a las principales empresas con un 30% o más de mujeres en sus respectivos directorios.

En cuanto al catálogo de soluciones, se puede ver su evolución desde 2018 cuando se contaba con tres líneas de negocio, hasta la actualidad, con más de diez. Destacan tres nuevas soluciones: FreshCloudTM, VitaFreshTM Botanicals y FreshStartTM.

FreshCloudTM es una plataforma digital que ayuda a controlar la calidad de la fruta y facilita la toma de decisiones en función de cada cultivo, desde la cosecha hasta el almacenamiento, ahorrando tiempo y optimizando las gestiones internas. VitaFreshTM Botanicals son recubrimientos vegetales que favorecen la prolongación de la vida útil de cítricos y aguacates, entre otros. Además, diversas de estas soluciones cuentan con el certificado orgánico por CAAE en Europa y, el certificado vegano por la Unión Vegetariana Europea. FreshStartTM, por su parte, es una línea de detergentes y desinfectantes biodegradables, con certificado ecológico que ayudan a ofrecer frutos más limpios y seguros.

Además, se ha creado el sistema de calidad SmartCitrusTM, la plataforma integral de soluciones, equipos y servicios AgTech para la industria de los cítricos, que ha nacido en España y ya está disponible en otras regiones. Así mismo, cabe resaltar el buque insignia de AgroFresh, SmartFreshTM, el 1-MCP original que ayuda a poner el proceso de maduración "en pausa", solución que lleva revolucionando la industria de la manzana desde hace 20 años y está hoy disponible para múltiples cultivos como fruta de hueso, kiwi o caquis.

AgroFresh se enorgullece de crecer año tras año, sin dejar de lado su compromiso con los clientes ni perder de vista las necesidades específicas para cada cultivo.

## La automatización de procesos como motor para impulsar la competitividad del sector

Maf Roda ofrece soluciones tecnológicas que ayudan a las empresas a dar el salto hacia la digitalización

### MAF RODA.

Los últimos años han sido época de grandes retos, inestabilidad e incertidumbre por los acontecimientos que impactan a nivel global, el COVID-19, la escasez de materias primas o la subida de los precios de la energía que tienen como consecuencia una inflación que los bancos internacionales se apresuran a contener.

Es el contexto en el que nos está tocando navegar, y aunque no es fácil, es donde debemos demostrar nuestra gran fortaleza como compañía, crear valor y buscar oportunidades. En nuestro caso, el del Grupo Maf Roda, nos enfocamos en buscar las soluciones tecnológicas que ayuden a las empresas a dar ese salto hacia la digitalización impulsado por los fondos europeos Next Generation. Queremos aportar un gran

valor a las empresas del sector agroalimentario poniendo a su disposición un *know-how* en automatización de procesos que les ayudarán a ser aún más competitivos en un contexto de incertidumbre con unos márgenes cada vez más erosionados.

Nuestras soluciones tecnológicas, que cubren el ciclo completo de procesos de un centro hortofrutícola, son un gran avance hacia esa digitalización de procesos que ayuda a nuestros clientes a mitigar una de sus mayores preocupaciones que es la de ampliar los márgenes de beneficios.

El Grupo Maf Roda es conocido en España por sus calibradores y sistemas electrónicos de calidad, como la Pomone IV y el GlobalScan 7, especialmente en cultivos como los cítricos, el tomate, la manzana o la fruta

de hueso, aunque su catálogo de productos cubre todas las frutas y verduras frescas como son arándano, cereza, aguacate, pimienta, cebolla, berenjena, calabacín, mango, entre muchos otros, gracias a su presencia internacional. Trabajar con una gran variedad de productos nos proporciona una gran experiencia que somos capaces de trasvasar.

Sin embargo, no solo desarrollamos calibradores o sistemas electrónicos, si no que, a diferencia de nuestra competencia directa, somos capaces de desarrollar proyectos completos y personalizados completamente integrados a medida de nuestros clientes. Cuando hablamos de proyectos completos, nos referimos a que ofrecemos soluciones de automatización de procesos desde que la fruta entra en el almacén



Las soluciones tecnológicas permiten ganar competitividad en un contexto de incertidumbre. / MAF RODA

con el despaletizado hasta que la fruta sale para su comercialización envasada y paletizada para el transporte, incluyendo trazabilidad y programas de gestión de almacenes.

En los últimos años ha habido dos áreas en las que el Grupo ha avanzado enormemente y ha conseguido ofrecer soluciones de automatización que hasta entonces eran inexistentes en el sector. Estas dos áreas son: la gestión de la logística interna de los almacenes, con el lanzamiento de los vehículos de guiado automático o AGVs que sustituyen a las tradicionales carretillas; y los robots

de confección que permiten encajar la fruta orientada, un trabajo que hasta la fecha solo se podía hacer con equipo humano. Son dos áreas donde aún hay mucha capacidad de automatizar y donde Maf Roda ha sabido adelantarse para ofrecer soluciones tecnológicas donde aún no existían.

En la última edición de Fruit Attraction presentamos estas dos grandes novedades de nuestro catálogo que se verán ampliadas con las novedades que veremos en febrero en Berlín en Fruit Logística y que aún no podemos desvelar. Por lo que os animamos a visitarnos para verlas in situ.

# La solución para las resistencias

**Fludioxonil**, con su modo de acción diferente disminuye el riesgo de aparición de cepas resistentes y ayuda a controlar las enfermedades postcosecha.

- Gran estabilidad
- Alta eficacia
- Ayuda a proteger la fruta durante más tiempo
- Excelente perfil toxicológico

**AgroFresh**

We Grow Confidence™

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

**DIRECTOR COMERCIAL:**

**Sergio Aparicio**, Tel: 696 447 131, [saparicio@agrofresh.com](mailto:saparicio@agrofresh.com)

**COMUNIDAD VALENCIANA Y CATALUÑA:**

**Carlos García**  
Tel: 696 447 126  
[cgarcia@agrofresh.com](mailto:cgarcia@agrofresh.com)

**José Giner**  
Tel: 646 791 982  
[jginer@agrofresh.com](mailto:jginer@agrofresh.com)

**ANDALUCIA Y EXTREMADURA:**

**Daniel Fernández**  
Tel: 696 447 132  
[dpastrana@agrofresh.com](mailto:dpastrana@agrofresh.com)

**Carlos J. Guerra**  
Tel: 696 393 463  
[cguerra@agrofresh.com](mailto:cguerra@agrofresh.com)

**REGION DE MURCIA:**

**Alvaro Payá**  
Tel: 696 447 132  
[apaya@agrofresh.com](mailto:apaya@agrofresh.com)

**Gregorio Melgar**  
Tel: 680 232 876  
[gmelgar@agrofresh.com](mailto:gmelgar@agrofresh.com)

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

©2023 AgroFresh Solutions. Reservados todos los derechos. ™Marca comercial de AgroFresh Inc. ("AgroFresh") o una empresa afiliada de AgroFresh. Scholar® es una marca registrada por Syngenta.

Las condiciones individuales y los resultados pueden variar. AgroFresh no puede garantizar resultados comparables. Términos completos disponibles en: [www.agrofresh.com/terms-conditions](https://www.agrofresh.com/terms-conditions)

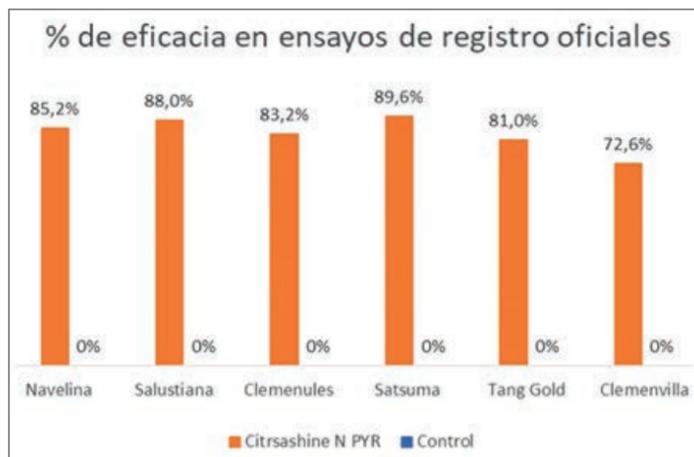
# Decco trabaja en soluciones postcosecha para proveer Más y Mejor fruta fresca para el mundo

## DECCO.

En Decco trabajamos para traer "Más y mejor fruta fresca para el mundo". Con esta misión en el centro de todas nuestras acciones lanzamos al mercado una solución para reducir la incidencia de la podredumbre en cítricos.

Los recubrimientos son una solución para reducir la cantidad de frutas que no se llegan a consumir, su uso permite que las frutas luzcan mejor durante más tiempo. El cometido de los recubrimientos de Decco es conseguir que el consumidor disfrute de una experiencia completa de consumo, una fruta que permanezca fresca y conserve todo su sabor y cualidades.

Los recubrimientos están regulados por la EU Regulation 1333/2008, en ella se detalla los componentes que pueden utilizarse tanto como agente de recubrimiento como los coadyuvantes autorizados. Hay que explicar que para la autorización de un nuevo componente en una de las dos listas (Agente de recubrimiento o coadyuvante) se tiene que presentar un estudio pormenorizado en cuya evaluación se involucra la EFSA, como entidad independiente que emite una opinión científica y luego se debe obtener el ok de la Comisión Europea.



Los ensayos de eficacia del Citrashine N Pyr para justificar su inclusión como primer recubrimiento del mercado con el pirimetanil incluido en su matriz fueron satisfactorios para las autoridades europeas. / DECCO

La UE se toma muy en serio la seguridad alimentaria, no en vano disfrutamos de las regulaciones más completas y exigentes, se revisan todos los componentes periódicamente para actualizarlos con los nuevos avances en materia de análisis.

## EL CITRASHINE N PYR

El pirimetanil es una de las moléculas autorizadas recientemente para su uso en postcosecha, siendo clasificada por la EFSA como una molécula de bajo perfil toxicológico.

Esta molécula tiene un gran efecto contra los hongos que más afectan a los cítricos, principalmente los hongos del género penicillium, pero, además, tiene una gran actividad contra los hongos que afectan a la conservación de las pomáceas (Botrytis, Alternaria Alternata...), para lo que también tiene registro y uso.

El lanzamiento de la Citrashine N Pyr viene motivado por los estudios que se realizaron en Decco que demostraron sus grandes resultados al incluirlos

**El cometido de los recubrimientos de Decco es conseguir que el consumidor disfrute de una experiencia completa de consumo**

en la matriz del recubrimiento. La universidad de California en Riverside realizó unos estudios comparativos donde se mostraba cómo el pirimetanil era la molécula más efectiva para el control del podrido en los cítricos.

El pirimetanil es una molécula que cuenta con numerosos beneficios documentados tanto por universidades, como por empresas privadas. Entre las que podemos destacar:

- Bajo perfil toxicológico
- Efectividad contra las cepas resistentes al imazalil
- Es un fungicida sistémico
- Capacidad curativa hasta en 24h
- LMR aceptado en la mayoría de los mercados
- LMR en Europa
  - Cítricos 8 ppm
  - Pomáceas 15 ppm
  - Fruta de Hueso: albarico-

ques y melocotones 10 ppm; cerezas 4 ppm y ciruelas 2 ppm

• Efectivo contra los siguientes hongos: Penicillium sp, Monilinia sp, Botrytis sp, Alternaria sp, Gloeosporium sp, Rhizopus spp, Colletotrichum sp, Cercospora sp, Cladosporium sp, Mycosphaerella sp, Venturia sp.

Como toda solución seria, la Citrashine N Pyr (nº de registro ES-01276) ha pasado por un proceso de registro en el ministerio de Agricultura español para probar:

• La seguridad de su uso tanto para el operador como el consumidor final

• Su efectividad

Los ensayos de eficacia para justificar su inclusión como primer recubrimiento del mercado con el pirimetanil incluido en su matriz fueron satisfactorios para las autoridades.

En Decco trabajamos día a día aportando mediante el servicio lo mejor de nosotros mismos. Parte de esta mejora continua es resultado de la intensa labor de investigación y desarrollo que nos trae novedades al mercado que resuelven problemas reales del sector hortofrutícola y, por lo tanto, tiene una rápida y exitosa aceptación en la industria.

Saber escuchar es una parte crucial del proceso de innovación y en Decco Ibérica ya sea con soluciones propias o gracias al desarrollo de terceros que adaptamos al sector de la postcosecha este proceso de escucha activa es llevado a cabo por toda la organización.

En definitiva, ofrecemos soluciones para minimizar el desperdicio alimentario y conseguir que haya 'More.Beautiful.Fresh.' para todo el mundo.

# El cartón es capaz de liderar un modelo basado en la economía circular

Uno de los ejes fundamentales de AFCO es potenciar la sostenibilidad y la economía circular del papel en el sector

## ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

El cartón es el embalaje sostenible por excelencia, porque es natural, 100% reciclable y biodegradable y respeta la salud del consumidor y del planeta. Un ejemplo son los platos y las barquetas del sello de calidad Uniq, la gran apuesta de AFCO por desarrollar envases de cartón pensados exclusivamente para el sector agrícola. En palabras de Joaquín Fernández, director de Desarrollo Estratégico de Uniq, "con las barquetas ofrecemos al mercado la estandarización de un formato de envases sostenible 100% cartón; material reciclable, renovable y biodegradable".

De hecho, incentivar sostenibilidad y economía circular del papel es una de las premisas de esta asociación.

## MÁXIMA SOSTENIBILIDAD

En esta línea de trabajo existen estudios que demuestran que el cartón es reutilizable y sus fibras pueden reciclarse al menos 25 veces; datos que encajan totalmente con la misión de AFCO,

**"El cartón ayuda a mejorar las credenciales de sostenibilidad de las empresas y marcas"**

que aglutina un gran número de empresas del país, de impulsar y potenciar la aplicación de cartón, medidas para alcanzar la máxima sostenibilidad y el menor impacto sobre el medio ambiente entre las industrias del sector.

## REUTILIZABLE Y RECICLABLE

Uno de estos estudios fue desarrollado el pasado 2021 por la Universidad Tecnológica de Graz (Austria) que, una vez más, destaca la gran contribución del cartón a la economía circular y la función que puede desempeñar a la hora de mejorar las credenciales de sostenibilidad de las empresas y marcas. El estudio muestra que "cuanto más a menudo se pueda reciclar

un mismo envase, más positivo será su impacto en el medioambiente", es decir, destaca los beneficios ecológicos del aumento del número de ciclos de reciclado. Fernández apostilla que "el cartón es un material de envases imbatible en sostenibilidad, capaz de liderar un modelo basado en la economía circular y descarbonización".

El objetivo del estudio consistió en reciclar repetidamente cartón plegable para entender qué efecto, si lo hubiera, tendría sobre las propiedades mecánicas del material incluidas su fuerza innata y su resistencia a los impactos.

Siguiendo con reciclaje, desde AFCO se promueve la recogida y el reciclaje en el marco de la economía circular del papel; se impulsa la recuperación del suficiente papel y cartón para abastecer a las fábricas, que el papel y cartón para reciclar cumpla con los estándares de calidad adecuados y que su recogida se haga con eficiencia de costes. Remarcar que la recuperación y



Joaquín Fernández, director de Desarrollo Estratégico de Uniq. / ÓSCAR ORTEGA

reciclaje del papel y cartón usados prolonga la vida útil de las fibras de celulosa, evitando que acaben en los vertederos.

En clave numérica, la tasa actual de los envases de papel y cartón en Europa es ligeramente superior al 84% y la industria papelera europea se ha fijado como objetivo una tasa de reciclaje del 90% para el 2030.

Actualmente en España se recoge y recicla alrededor del 78% del papel y cartón que se consume, lo que sitúa a España en el "club del 70%", formado por los países que más reciclan en todo el mundo.

## MENOR IMPACTO AMBIENTAL

La Federación Europea de Fabricantes de Cartón Ondulado (FEFCO) ha publicado estudios que han evaluado el impacto de los embalajes de cartón ondulado reciclable en comparación con los envases reutilizables de plástico. "Estos estudios concluyen y demuestran científicamente

que el uso generalizado de envases reutilizables de plástico tiene un mayor impacto climático que el uso de envases de cartón ondulado reciclable", comenta el director de desarrollo estratégico de Uniq. Una de las conclusiones es que el cartón ondulado es más beneficioso que las cajas de plástico reutilizables en 10 de las 15 categorías de impacto climático analizadas y, otra, es que los envases de cartón contienen de media hasta un 89% de material reciclado.

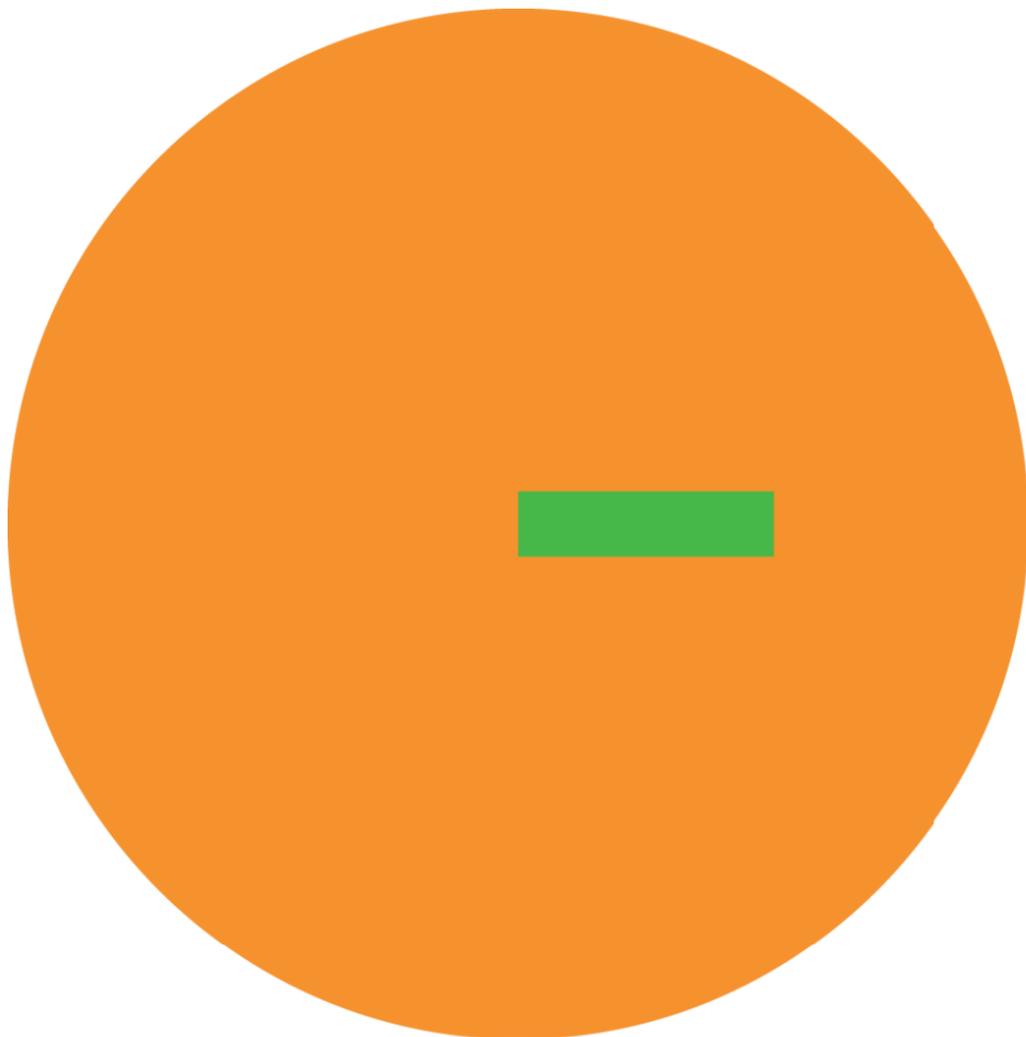
Los estudios han sido realizados por Ramboll (Consultora independiente danesa fundada en 1945) y el VTT (Instituto de Investigación Técnica perteneciente al estado finlandés) y analizan el ciclo de vida de las cajas de cartón ondulado frente a reutilizables de plástico y su impacto medioambiental en el transporte de productos frescos a distancias medias en Europa, y también en la cadena logística del comercio electrónico.



# Citrashine Long Life

## Recubrimiento

- Las condiciones extremas, requieren soluciones extraordinarias
- Reduce la afección de los daños por frío
- Gran control de la pérdida de peso
- Mantiene el brillo



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

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

[deccoiberica.es](http://deccoiberica.es)

# “Invertimos en digitalización para un transporte marítimo más seguro, eficiente y sostenible”

Para MSC “la sostenibilidad es una prioridad empresarial” y con ese objetivo marcando sus pautas de actuación la naviera relata desde sus nuevas rutas hasta su apuesta decidida por lograr una descarbonización neta para 2050, pasando por la introducción de herramientas digitales e interesantes novedades técnicas. Con más de 1.000 especialistas reefer repartidos por todo el mundo y una de las flotas reefer más avanzadas, MSC invierte e innova para adaptarse a las necesidades de sus clientes.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Tienen previstas novedades que afecten principalmente al sector de las frutas y hortalizas?

**MSC.** Recientemente hemos introducido el servicio India to West Mediterranean, exclusivamente dedicado a las exportaciones con destino oriente medio. Escala todos los sábados en Valencia y ofrece servicio directo hasta Arabia Saudí (Jeddah y King Abdullah), Emiratos Árabes Unidos (Jebel Ali) e India (Mundra y Nhava Sheva).

El tiempo de tránsito de Mundra a Génova es de solo 19 días y a Valencia de 23 días, el de Nhava Sheva a Barcelona de 16 días, sin necesidad de transbordo entre los puertos de carga y descarga.

El servicio también conecta con las redes intermodales de MSC en Génova y Valencia, ofreciendo nuevas oportunidades a los exportadores de toda la región y mejorando el apoyo a nuestros clientes en India y el Mediterráneo occidental.

**VF.** ¿En qué líneas están trabajando para contribuir a la reducción de la huella de carbono?

**MSC.** En MSC creemos que la sostenibilidad es una prioridad empresarial y, como empresa familiar, nuestros fuertes valores y visión a largo plazo impulsan nuestro compromiso de contribuir a crear un futuro más sostenible.



Una de las líneas de trabajo de MSC es la descarbonización de la logística. / MSC

“Contamos con una de las flotas de contenedores reefer más grandes y avanzadas del mundo, con tecnología de refrigeración y deshumificación, que incluyen atmósfera controlada y ajustes de ventilación”

Nuestro objetivo es lograr una descarbonización neta para 2050, y nuestro camino hacia la descarbonización de la logística se centra en trabajar la neutralidad de carbono, apoyar soluciones de transición para la logística y continuar los programas

de eficiencia energética en toda la división de Mercancías.

La colaboración en toda la cadena de suministro y de valor es clave para hacer posibles las inversiones necesarias para la descarbonización, así como para impulsar soluciones a escala.

Colaboramos con empresas del sector y participamos en múltiples plataformas del ecosistema marítimo para impulsar la descarbonización de nuestro sector y promover la adopción generalizada de combustible con bajas o nulas emisiones de carbono.

Mientras tanto, estamos llevando a cabo una revisión masiva de nuestros activos, así como una importante evolución hacia nuevos combustibles y tecnologías. Por un lado, estamos gradualmente introduciendo nuevos buques, vehículos y equipos terrestres cada vez más eficientes en cuanto a emisiones de carbono y, por otro lado, estamos modernizando el resto de barcos, vehículos y equipos terrestres con tecnologías, sistemas y combustibles que ahorren energía.

Además, nuestras soluciones intermodales pueden fomentar el uso del ferrocarril frente a la carretera y la optimización de la última milla desde una perspectiva integral.

**VF.** ¿Qué ventajas plantea el envío de frutas y hortalizas en sus contenedores frente a otras alternativas?

**MSC.** Contamos con una de las flotas de contenedores reefer más grandes y avanzadas del mundo, con tecnología de refrigeración y deshumificación, que incluyen atmósfera controlada (AC) y ajustes de ventilación

para garantizar el flujo de aire. Realizamos una minuciosa inspección PTI y, a continuación, supervisamos los embarques con regularidad durante todo el trayecto. Adicionalmente, contamos con un equipo mundial de más de 1.000 especialistas reefer que trabajan estrechamente con los clientes para ayudarles a preparar sus embarques y crear soluciones a medida que se adapten perfectamente a sus necesidades.

De esta manera podemos garantizar el mejor servicio a nuestros clientes y formar sólidas alianzas.

**VF.** ¿Hay alguna novedad técnica que estén desarrollando actualmente y esperen lanzar en breve?

**MSC.** Invertimos constantemente en la tecnología y los equipos adecuados para ofrecer a nuestros clientes un apoyo de primera clase desde el inicio hasta el final del viaje de su mercancía.

Un desarrollo clave en 2022 fue nuestra oferta para mercancía líquida, que permite a los clientes llenar contenedores secos de 20 pies con hasta 24.000 litros de líquido. Este servicio es una opción muy solicitada por los clientes que transportan aceite y vino.

Nuestra inversión no se limita a infraestructuras, MSC también está enfocado en el futuro digital de la cadena de suministro. Hemos estado invirtiendo en el desarrollo de herramientas digitales para que el transporte marítimo sea más seguro, eficiente y sostenible, y estamos tomando medidas para impulsar la digitalización en todo nuestro sector. Nuestras soluciones de comercio electrónico permiten a los clientes reservar, gestionar y comprobar el trayecto de su mercancía como nunca, y nuestro conocimiento de embarque electrónico (eBL) permite a los cargadores y otros participantes clave de la cadena de suministro recibir y transmitir electrónicamente todos los documentos relacionados con el intercambio comercial.

## Tres consejos de Sanifruit para reducir el manchado

Sanifruit salvaguarda la calidad de las mandarinas al tratar en drencher y ayudando a maximizar sus beneficios

► SANIFRUIT.

En Sanifruit, expertos en postcosecha biotecnológica sin residuos, hemos desarrollado un modelo único en el mercado para ayudar a reducir el manchado que se puede producir en las variedades da mandarinas de final de campaña al pasar por el drencher.

Debido a unas condiciones climatológicas y de cultivo determinadas, estas tipologías acumulan mayor volumen de tratamientos en precosecha y residuos en la piel, como fosetil y cobre, ante la ausencia de lluvia.

Expertos en postcosecha del servicio técnico de Sanifruit han testado, con excelentes resultados, una solución global que reduce el manchado habitual que suele aparecer durante el tratamiento drencher en las centrales cítricas.

Esto puede suponer mermas que, unido a un alto precio de la variedad, implica importantes pérdidas económicas para las centrales, en ocasiones incluso pueden ser superiores a las de los problemas de podrido.

El sistema combinado de Sani-D Bio + Sani RC Drencher + Drenpur PH ayuda de forma eficaz a combatir la podredumbre sin generar ningún tipo de manchado, ayudando a maximizar los beneficios en una campaña en la que cada euro cuenta para las centrales.

■ NUESTROS 3 CONSEJOS

1. Emplea tratamientos postcosecha sin residuos de Sanifruit: Los residuos de los tratamientos precosecha se acumulan en la balsa de tratamiento del drencher e interactúan con los productos postcosecha aplicados, pudiendo

provocar el manchado de la piel. Por eso el sistema de Sanifruit combinado de Sani-D Bio + Sani RC Drencher es el más efectivo para minimizar las mermas por manchado, gracias a su composición natural y sin residuos.

2. El desinfectante es importante: Las concentraciones y el tipo de desinfectante del caldo es fundamental ya que los oxidantes fuertes potencian las lesiones de la piel e incrementan el manchado. En Sanifruit recomendamos usar formulaciones de un solo componente como Drenpur PH, formulado con peróxido de hidrógeno.

3. Añade Sani RC: En la línea de confección en caso de detectar en control de entrada que la fruta presenta deshidratación o piel cansada.

Los técnicos de Sanifruit asesoran a los clientes, además, en



Sanifruit ha testado una solución global que reduce el manchado que suele aparecer durante el tratamiento drencher en las centrales cítricas. / ARCHIVO

el manejo correcto de la fruta postcosecha en algunos detalles que marcarán la diferencia y maximizarán los beneficios. Por ejemplo, en como limitar el número máximo recomendado de palets en el drencher, lavar y desinfectar los cajones o secar la fruta antes de entrar a las cámaras.

En Sanifruit somos expertos en postcosecha sin residuos para frutas y verduras. Actualmente nuestra empresa es la única en

el mercado que ofrece soluciones globales en todo tipo de aplicaciones en postcosecha 100% natural, vegetal y orgánica.

En los últimos años, el laboratorio de I+D+i ha desarrollado numerosos tratamientos eficaces orgánicos y bio que comercializa y distribuye en todo el mundo. Actualmente ofrecemos soluciones para cítricos, fruta de hueso, fruta de pepita, melón, banana, aguacate y pimiento.

# AgroBank refuerza su apuesta por el mundo rural con la campaña “Siente Agro”

Esta iniciativa busca fomentar el relevo generacional, el papel de la mujer y los jóvenes en el campo y la digitalización

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La división especializada de CaixaBank dirigida a la actividad agroalimentaria, AgroBank, ha lanzado una nueva campaña de comunicación y posicionamiento con el firme objetivo de incrementar su apuesta por el mundo rural. Poner en marcha proyectos de digitalización e innovación, dar impulso a jóvenes y mujeres y ofrecer acceso a los fondos Next Generation de la UE son las propuestas principales para vertebrar este “Ecosistema de Innovación Agro”.

Así, bajo el título “Siente Agro. La nueva era empieza contigo”, AgroBank empieza su nueva etapa tras consolidarse como la entidad financiera líder en el sector agroalimentario. A través de esta campaña se han creado y lanzado nuevos perfiles en redes sociales (Twitter y LinkedIn) que ofrecen contenido multimedia exclusivo, como noticias de relevancia para la actividad agroalimentaria y contenidos más prácticos.

“El inicio de esta nueva etapa de AgroBank coincide con un momento de cambio para el sector agroalimentario, lleno de retos y oportunidades. Por ello, es el momento de apostar por el AgroTech, el agro del futuro. AgroBank va a liderar el cambio para facilitárselo a nuestros clientes”, afirma Sergio Gutiérrez, director de AgroBank.

## INNOVACIÓN

Esta campaña se enmarca en el proyecto “Ecosistema de Innovación Agro”, el reciente lanzamiento de la entidad que busca favorecer la modernización de las explotaciones agrarias para promover su mayor competitividad.

Entre las iniciativas que integran este proyecto, se encuentra el programa lanzado junto con el Consejo Europeo de Innovación (EIC) para acelerar la digitalización del sector agro con soluciones tecnológicas e innovación de start-ups para lograr producir alimentos de forma más sostenible y saludable. Además, recientemente se han incluido soluciones a medida para los clientes de AgroBank con un fuerte componente tecnológico y de innovación.

## PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor de AgroBank se basa en cuatro pilares. El primero es conformar una extensa red de oficinas en aquellos territorios donde el sector agroalimentario tiene un papel destacado en la economía de la zona. Por ello, junto a las oficinas de AgroBank, en esta nueva etapa CaixaBank complementa su presencia en las zonas menos pobladas con más de 1.650 oficinas, convirtiéndose en la entidad financiera con más presencia en este tipo de localidades.

Con la intención de construir un ecosistema agro que englobe todo el conjunto de soluciones para el sector, la segunda propuesta trata de conformar un catálogo de productos y servicios

que den respuesta a todas las demandas de los clientes.

Todo ello se acompaña del tercer punto, que son las acciones de impulso al sector con diferentes

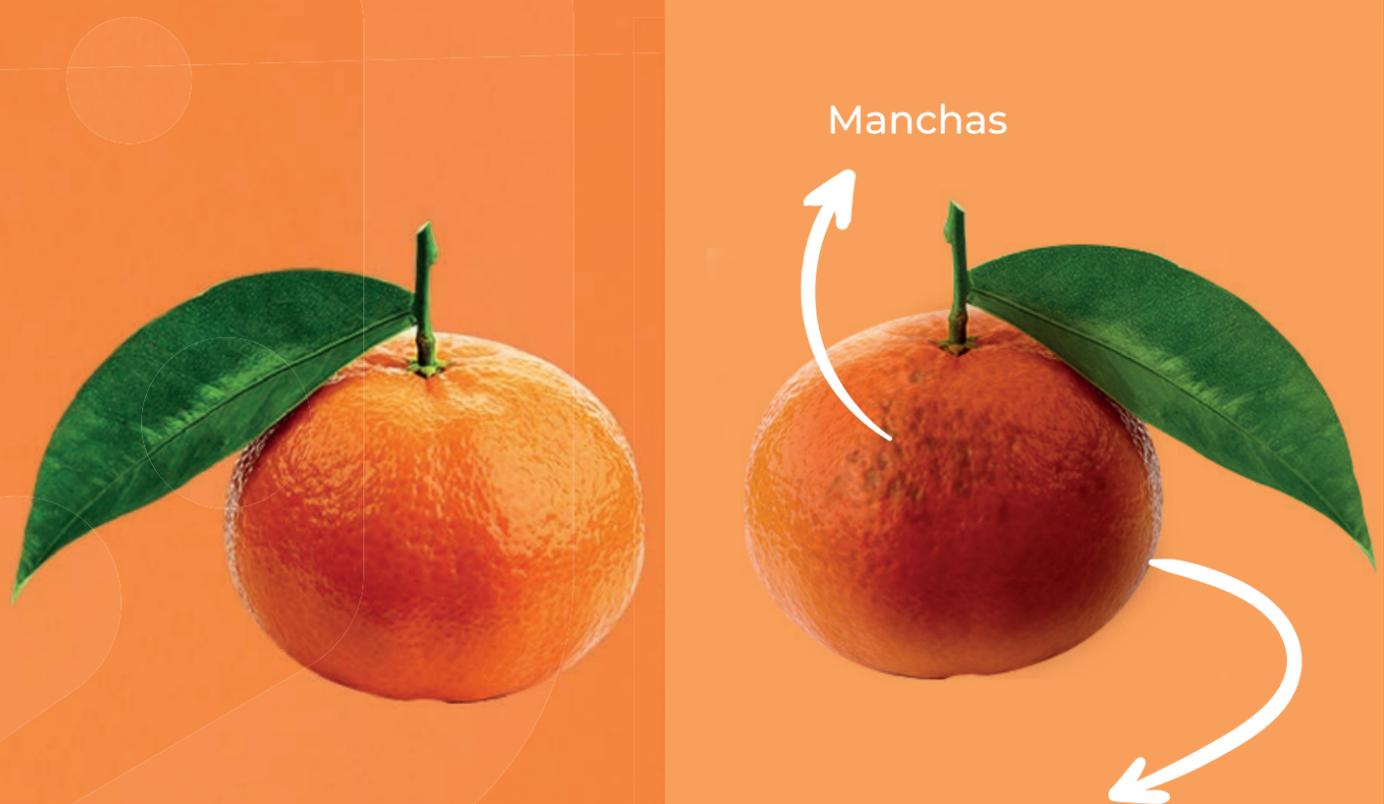
proyectos y finalmente, AgroBank incluye en su nueva etapa el AgroTech, para acompañar y facilitar a los clientes su transición hacia un agro del futuro.



La campaña se enmarca en el proyecto “Ecosistema de Innovación Agro”. / VF

**Sani  
Fruit**  
Healthy *Fruiture*

El sistema de Sanifruit para prevenir el manchado de mandarinas tardías en Drencher



Rentabiliza tu campaña de cítricos con la solución combinada de Sanifruit que ayuda a minimizar el manchado de mandarinas al pasar por el drencher

Sani-D Bio + Sani RC Drencher + Drenpur PH



Para más información, consulta el artículo publicado en este número.

[www.sanifruit.com](http://www.sanifruit.com)

ALBERTO CÁNCER MULERO / Director comercial de Janus Fruit

# “El Brocomole es la evolución del guacamole hacia otros sabores y modos de consumo”

*El Brocomole ¿Ysi? de Bouquet, un unttable vegetal perfecto para dipear elaborado con brócoli y aguacate es el último lanzamiento de Anecoop y su filial Janus Fruit. Esta novedosa propuesta será, además, la única representante española en la próxima edición de los FLIA de Fruit Logistica. Desde Janus Fruit, empresa especialista en la producción y comercialización de V gama, su director comercial, Alberto Cáncer Mulero explica a Valencia Fruits cómo nació la idea del Brocomole, sus particularidades y sus pretensiones comerciales.*

NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.  
Valencia Fruits. ¿Cómo nace la idea del Brocomole? ¿Qué tiene de especial?

Alberto Cáncer Mulero. En la línea de guacamoles, el mercado ya tiene a disposición distintos tipos, desde suaves, picantes, bio... Desde Janus Fruit hemos querido ir más allá con este nuevo producto.

El Brocomole ¿Ysi? de Bouquet representa la evolución del guacamole hacia otros sabores y modos de consumo.

Su idea surge tras ser conocedores de que, en Estados Unidos, un producto al que se bautizó con el nombre de ‘brocomole’, era tendencia en los momentos en los que faltaba el aguacate para producir el guacamole. De hecho, muchos restaurantes americanos sustituyeron el aguacate por el brócoli.



El Brocomole, frente al guacamole tradicional, supone un 31% menos de calorías, un 34% menos de grasa, un 30% menos de azúcares y un 37% más de proteína, a lo que hay que sumar también que es un producto fuente de fibra. / GRUPO ANECOOP

“Una de las características de todos los productos de la línea ¿Ysi? es el alto porcentaje de materia prima original que contiene cada uno de ellos, que en la mayoría de los casos supera el 90%”

Tras saber de esta tendencia, desde el Grupo Anecoop, su filial Janus Fruit junto con uno de sus clientes decidió desarrollar un nuevo producto similar al que los americanos llamaban ‘brocomole’, y así nació el Brocomole ¿Ysi? de Bouquet.

En cuanto a sus particularidades, podemos decir que desde el punto de vista nutricional tiene ventajas interesantes sobre el guacamole.

Una de las características de todos los productos de la línea ¿Ysi? es el alto porcentaje de materia prima original que contiene cada uno de ellos, que en la mayoría de los casos supera el 90%, y en nuestro Brocomole este porcentaje llega al 97% (54% de brócoli y 43% de aguacate), y el 3% restante son los ingredientes saborizantes como la sal, la cebolla, el cilantro, el ajo o el comino, productos necesarios para su correcta conservación en refrigeración.

VF. ¿Cuáles son estas interesantes ventajas que tiene este producto sobre el archiconocido guacamole?



Alberto Cáncer Mulero es optimista ante la aceptación del Brocomole ¿Ysi? de Bouquet por parte de los consumidores europeos. / GRUPO ANECOOP

ACM. Una de sus ventajas es que aúna las virtudes de sus dos principales ingredientes frescos, el brócoli y el aguacate. Además, este ‘mix’, frente al guacamole tradicional, supone un 31% menos de calorías, un 34% menos de grasa, un 30% menos de azúcares y un 37% más de proteína, a lo que hay que sumar también que es un producto fuente de fibra, vitamina C y potasio; apto para celíacos

al ser un producto sin gluten y para las personas intolerantes a la lactosa al ser un alimento sin lactosa.

VF. ¿En qué porcentaje la materia prima utilizada para la elaboración de los productos ¿Ysi? de Bouquet procede de los socios productores de Anecoop?

ACM. Janus Fruit es una empresa participada por el Grupo Anecoop y por su cooperativa socia Rural San Vicente Ferrer de

“La presentación del Brocomole a los premios FLIA de Fruit Logistica 2023 es para dar mayor visibilidad internacional al producto y a toda la línea Easy by Bouquet, y captar la atención de las cadenas de supermercados europeas”

“En poco más de dos meses, el producto ha superado todas las expectativas sobre las previsiones establecidas en su lanzamiento al mercado”

Benaguasil, especializada en la elaboración y comercialización de productos de V gama, categoría de soluciones a base de frutas y hortalizas adaptadas al estilo de vida actual y que representan una oferta de alimentación saludable. Su creación se sustenta bajo la idea de un nuevo modelo empresarial que representa una oportunidad más de salida comercial del producto de los socios agricultores de Anecoop.

Dicho esto, los porcentajes son significativos, pero, dependiendo del producto, no toda la materia prima procede de nues-

“Estamos trabajando en un nuevo producto en la misma línea de unttables y para dipear, pero esta vez, con la particularidad de que será rico en proteínas”

tros socios, aunque esa es nuestra aspiración en el futuro. Una de las misiones de Janus Fruit, como filial de Anecoop y compañía hortofrutícola, es facilitar el consumo de frutas y verduras producidas por nuestros socios.

VF. ¿Qué podemos decir de su circuito comercial? ¿Cómo se ha planificado su comercialización?

ACM. El producto se lanzó en España bajo la marca “El Mercado” de Carrefour en el mes de noviembre. En poco más de dos meses, el producto ha superado todas las expectativas sobre las previsiones establecidas en su lanzamiento al mercado.

De todas formas, aún es pronto para asegurar su éxito entre los consumidores, por lo que seguimos analizando una visión real sobre el producto.

Somos optimistas ante la aceptación de esta nueva propuesta. Se trata de un producto alternativo al guacamole, pero no un sustituto, que además favorece el consumo de brócoli especialmente entre las personas a las que no les gusta ya que su sabor es prácticamente inapreciable a pesar de contener un 54% de brócoli. De hecho, por los datos obtenidos en el ‘panel de consumidores’, a quien más atrae nuestro Brocomole es, precisamente, a la gente que no le gusta el brócoli.

Si bien ahora mismo el producto está disponible bajo la marca de Carrefour, el objetivo es comercializarlo con nuestra marca, ¿Ysi? de Bouquet en el circuito de cadenas de supermercados y compaginarlo también con la marca del distribuidor.

VF. ¿Este producto está disponible en los lineales de los supermercados del territorio nacional o también tiene presencia internacional?

ACM. En estos momentos, la línea ¿Ysi? de Bouquet tiene presencia en Europa bajo la marca Easy by Bouquet. Janus Fruit está enviando producto a clientes en Grecia, Italia, Polonia y la República Checa.

Poco a poco estamos teniendo más presencia en Europa que es el mercado natural y potencial al que podemos llegar teniendo en cuenta que nuestros productos tienen 30 días de vida útil.

Precisamente la presentación del Brocomole a los premios Innovation Award (FLIA) de Fruit Logistica 2023 es para dar mayor visibilidad internacional al producto y a toda la línea Easy by Bouquet, y captar la atención de las cadenas de supermercados europeas.

VF. ¿En qué nuevo producto o lanzamiento está trabajando ya Janus Fruit?

ACM. Tenemos varios desarrollos en marcha a la espera de resultados. Por el momento solo podemos avanzar que se está trabajando en un producto en la misma línea de unttables y para dipear, esta vez con la particularidad de que será “rico en proteínas”.

## ► NR. REDACCIÓN.

Para los manzanos del Tirol del Sur (Südtirol) el invierno es periodo de reposo vegetativo, es cuando se toman su merecido descanso. Sin embargo en VOG —La casa de las manzanas— las acciones de promoción no cesan incluso en la estación invernal, son la base de su estrategia de marketing. Campañas muy bien pensadas, diseñadas, planificadas, y que siempre logran captar la atención de su público objetivo. Para los meses más fríos del año, bajo la marca Marlene®, VOG viene realizando numerosas iniciativas de comunicación internacionales y de patrocinio deportivo que subrayan su vínculo con el deporte y la montaña.

En diciembre, por ejemplo, las manzanas Marlene® patrocinaron en Noruega las competiciones mundiales FIS de esquí de fondo en Lilehammer y Beitostølen, en una iniciativa desarrollada en colaboración con Coop Norge. También en el ámbito de los deportes invernales, las manzanas Marlene® vuelven a acompañar a la Audi Ski FIS World Cup. Hasta el 11 de marzo la firma se hallará presente en ocho competiciones, en los dorsales, los bloques de salida y las metas. Los países involucrados en el patrocinio deportivo internacional son Italia, Noruega y Suecia. Tras las etapas italianas de Sestriere, Alta Badia y Bormio, la colaboración seguirá en Plan de Corones, Kvitfjell y Åre.

En su tierra de origen, el Tirol del Sur, la marca, además, apoya a los jóvenes atletas surtiroleses y a los campeones de esquí del mañana con la Marlene Cup, el campeonato sub 18 y sub 21 organizado por la Federación italiana de deportes de invierno de Tirol del Sur. Se trata de una colaboración consolidada a lo largo de los años, gracias a la cual Marlene® se confirma como patrocinadora principal del circuito de doce pruebas internacionales.

En la temporada 2022-2023 vuelve asimismo la histórica colaboración con la campeona de biathlon Dorothea Wierer. La atleta, una auténtica hija de los Alpes al igual que Marlene®, llevará en todas las pruebas el logo azul en su carabina, en una posición que garantizará una visibilidad aún mayor ante el público internacional.

Hannes Tauber, responsable de Marketing de VOG explica que este año “llegaremos a muchísimos aficionados a los deportes de invierno del mundo entero gracias a patrocinios que valorizan a Marlene® y sus temas. La montaña, el apoyo a estilos de vida activos y el bienestar son valores importantes de la marca y la temporada invernal es uno de los mejores momentos para apoyarlos y promoverlos”.

## ■ RECORRIENDO EUROPA

Después del éxito de la campaña de otoño realizada en diez países y tras las iniciativas de pu-



## En invierno Marlene® estrecha su vínculo con el deporte y la montaña

La marca italiana, cada vez más internacional, concentra sus actividades de marketing en el norte de Europa

blicidad exterior en Roma, Milán, Sevilla, Barcelona y Malta, durante este invierno, ‘la Hija de los Alpes’ continúa dando color a los medios de transporte de las ciudades europeas.

En diciembre fue el turno de los tranvías de Oslo y Estocolmo que se transformaron en una exposición de arte al aire libre. Los tranvías se decoraron por entero con las nuevas obras pictóricas de los artistas ganadores del ‘Art contest Marlene®’, organizado con ocasión del vigésimo quinto aniversario de la firma.

La campaña invernal también ha sido protagonista en Suecia y Noruega, en los principales diarios y en internet, para incrementar el conocimiento de la marca Marlene® en los mercados

del norte de Europa, donde se encuentra presente y es muy apreciada desde hace tiempo.

“Marlene® es una firma cada vez más internacional. Con las campañas de publicidad exterior en los tranvías llevamos la manzana ‘Hija de los Alpes’ y sus estaciones al día a día de millones de consumidores de toda Eu-

ropa, recordándoles que con la marca Marlene® pueden encontrar las manzanas de calidad del Tirol del Sur a lo largo de los doce meses del año” explica Hannes Tauber.

## ■ BALANCE ANUAL

En el mes noviembre, el Consejo Rector de ‘La casa de la manzana de Terlano’ celebró su asamblea anual en la que, además de reelegir a Georg Kössler como presidente de VOG, se presentó el balance del ejercicio 2021-2022, que fue satisfactorio a pesar de las numerosas dificultades que presentó la temporada.

Los volúmenes de la cosecha europea de 2021, de casi doce millones de toneladas, estuvieron en línea con la media de los últimos años, pero fueron significativamente superiores a los del

año anterior. Quedó claro desde el primer momento que la temporada de comercialización 2021-2022 no iba a ser fácil.

“A pesar del lento arranque en las ventas, la solidez y eficacia de nuestro consorcio

han permitido afrontar las dificultades”, afirmaba Kössler durante la presentación de las cuentas.

El reelegido presidente señaló que la cosecha de 2021 en VOG resultó muy buena en cuanto a

calibre, color, sabor y sobre todo en lo que se refiere a capacidad de conservación. “Gracias al amplio surtido de variedades y marcas, y sobre todo gracias a la experiencia en la gestión de categorías, VOG ha podido encontrar los momentos adecuados en los que comercializar sus productos a lo largo de los doce meses del año”.

Las consecuencias de la pandemia de la Covid-19 y la guerra en Ucrania también han alterado el equilibrio económico internacional. Tal como recordó Kössler durante la asamblea anual, “el fuerte incremento de los costes energéticos y logísticos, así como el aumento del precio de los materiales de embalaje, tuvieron un impacto significativo en los costes de almacenaje y elaboración de nuestras manzanas”.

A pesar de ello, “gracias a nuestros enormes esfuerzos, podemos decir que hemos alcanzado un resultado comercial satisfactorio a la conclusión de la temporada 2021-2022. Se trata de un elemento fundamental para la sostenibilidad social y económica del Consorcio. Solo si logramos comercializar nuestras manzanas a un precio satisfactorio, podemos garantizar el futuro de nuestros productores”, concluyó su discurso el presidente de VOG.



Aumenta tu rendimiento y productividad con la tecnología de confianza.

📍 Pabellón 4.1  
Stands C10 D01

¡Visítanos en FRUIT LOGISTICA!  
8-10 de febrero en Berlín



**OUR INNOVATION,  
YOUR EFFICIENCY**  
TU SOLUCIÓN GLOBAL

Automatización | Calibrado | Clasificación | Packing

  
 rodasale@mafroda.es

[www.maf-roda.com](http://www.maf-roda.com)

IGNACIO GARCÍA MAGARZO / Director General de ASEDAS

# “El objetivo del sector es mantener el dinamismo económico para generar inversión y empleo”

*La subida del precio de la energía, los combustibles y las materias primas ha provocado una crisis sin precedentes que afecta a todo el sector agroalimentario, desde el productor al consumidor final. Tal y como explica el director general de ASEDAS, las cadenas asociadas “están realizando un gran esfuerzo para ser competitivas” y adaptarse a los nuevos retos y cambios que definen un sector tan dinámico como es el agroalimentario, pero sin dejar de cumplir su razón de ser, “ofrecer un surtido de alimentación completo, variado y seguro muy cerca de las casas de los consumidores”.*



García Magarzo destaca la competitividad del sector de la distribución. / ASEDAS

► JULIA LUZ, REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** La actual situación económica definida por el alza de los precios de las materias primas y de la energía ha impactado enormemente en la cadena de suministro agroalimentaria. ¿Cómo está afectando este escenario a las cadenas de supermercados asociadas a ASEDAS?

**Ignacio García Magarzo.** El encarecimiento de la energía, los combustibles y las materias primas ha provocado una situación nunca vista que afecta a todo el sector agroalimentario, desde el productor al distribuidor. Esta crisis multifactorial hace que el funcionamiento de la cadena lleve más de un año sometido a enormes tensiones que escapan del control de las empresas, pero pese a ello, nuestras empresas están realizando un gran esfuerzo para ser competitivas.

**VF.** ¿Qué medidas están tomando los supermercados para intentar frenar los efectos de este proceso inflacionista?

**IGM.** La gran competitividad que presenta el sector de la distribución alimentaria en España —con un establecimiento de distribución de gran consumo por cada 1.887 habitantes— es un factor que actúa como elemento de contención de precios. No obstante, a partir de la guerra de Ucrania y su impacto sobre las materias primas, se trabaja día a día con los proveedores para intentar que las subidas sean lo menor posible.

**VF.** ¿Están cambiando las pautas de consumo como consecuencia de la subida de precios? ¿Cómo está afectando, en concreto, a frutas y verduras?

**IGM.** En estos momentos no detectamos una crisis de consumo como la de 2008. Las grandes palancas de la compra de alimentación —productos saludables, frescos, productos fáciles de preparar y consumir...— siguen presentes en los hábitos de compra.

A pesar de ello, observamos algunos signos que recuerdan el comportamiento del consumidor durante la crisis económica de 2008, como la preferencia de algunos clientes por productos básicos y la disminución del ticket medio.

**VF.** Hasta ahora, las ventas online de las cadenas suponen un porcentaje bastante bajo de los ingresos totales de todas las compañías, pero ¿ha llegado el momento de potenciarlas?



Atender las necesidades específicas de los diversos grupos de consumo es uno de los retos de la gran distribución. / RF

**IGM.** Los datos que arroja el Observatorio de Comercio Electrónico en Alimentación que realiza ASEDAS junto con las universidades Complutense y Autónoma de Madrid indican que el crecimiento de los consumidores mixtos —aquellos que realizan sus compras de alimentación y gran consumo tanto en la tienda física como a través de la página web— se mantiene en constante crecimiento. El comportamiento de este tipo de consumidor indica que hay productos —como los frescos— que prefieren comprar en la tienda física, mientras que otros, sobre todo aquellos productos más pesados o voluminosos, los buscan más en el canal online. De este modo, más que potenciar un canal u otro, lo que las cadenas de supermercados están haciendo es ofrecer a sus clientes la posibilidad de realizar sus compras a través de la vía que ellos prefieran porque consideramos que ambos canales son complementarios. Eso sí, ambos deben ser sostenibles.

**VF.** La gran distribución afronta el 2023 con una serie de retos por cumplir, como la rebaja del IVA a productos básicos, aprobada recientemente. ¿Qué impacto tendrá esta decisión en la cadena agroalimentaria y en el consumidor final?

**IGM.** La bajada del IVA en alimentación es una medida que ASEDAS venía pidiendo desde el primer semestre de 2022 para intentar frenar la escalada de los precios. Posteriormente, otras organizaciones, muy especial-

**“Además de seguir cumpliendo con su función social, uno de los retos de los asociados es hacer evolucionar sus tiendas desde el punto de vista de diseño y servicios para ofrecer la mejor experiencia de compra”**

**“En las circunstancias inciertas que vivimos, las empresas de la distribución alimentaria están haciendo lo posible para intentar reducir todo tipo de costes y adaptarse a las nuevas circunstancias del mercado”**

mente AECOC, la ha demandado con fuerza en nombre de todo el sector del gran consumo. Por lo tanto, es una medida bienvenida, aunque es cierto que podría haberse ampliado a más categorías de alimentos.

Aun así, hemos de ser conscientes de que seguimos viviendo una grave crisis de costes que desde finales de 2021 está provocando el alza de los precios y que se ha visto acelerada por la guerra de Ucrania. En este sentido, desde ASEDAS, hemos pedido también que las empresas de distribución alimentaria tengan un acceso a la energía a precios competitivos y que se facilite el acceso a las materias primas que sufren cuellos de botella.

**VF.** El pasado 1 de enero entró en vigor el nuevo impuesto al plástico. ¿Cómo está repercutiendo en la actividad de los asociados de ASEDAS? ¿Qué alternativas se han planteado desde la GDO?

**IGM.** En relación con la pregunta anterior, otra cuestión que nos preocupa es la alta presión fiscal que están experimentando las empresas del sector. Un ejemplo de ello es, efectivamente, la entrada en vigor del impuesto sobre plásticos de un solo uso, que tendrá un impacto de más de 600 millones de euros en la cadena agroalimentaria y sobre el que habíamos pedido una moratoria para dar la oportunidad a las empresas de adaptarse mejor desde un punto de vista tanto técnico como económico. Si bien la distribución alimentaria tiene un compromiso firme con la reducción, la reutilización y el reciclado de los plásticos, lo que pedimos es más tiempo y la posibilidad de alcanzar los objetivos de la manera que mejor se ajuste a nuestro modelo de negocio.

**VF.** ¿Cómo valoran la norma que obliga a presentar sin envase de cualquier tipo de producto

por debajo de 1,5 kilogramos de peso?

**IGM.** En estos momentos estamos pendientes del listado de excepciones en el que está trabajando el Ministerio de Agricultura. Nuestra propuesta es que se trabaje estrechamente con el sector productor y que se tengan en cuenta tres factores: la seguridad alimentaria, la durabilidad y la fragilidad del producto. Una vez que se tenga ese listado, los comercios tienen seis meses para adaptarse a la norma, que ya se está implementando poco a poco.

**VF.** Ante esta situación, ¿qué objetivos se marcan las cadenas que representa ASEDAS para este año?

**IGM.** El objetivo del sector es mantener el dinamismo económico en los indicadores indispensables para su sostenibilidad, como la inversión y el empleo. Durante el 2022 se ha conseguido mantener el ritmo de crecimiento que se registraba antes de la pandemia y, además, se ha hecho un esfuerzo enorme en reformar tiendas. Esto es muy importante por sus implicaciones medioambientales y económicas, ya que implica la instalación de los más modernos sistemas de eficiencia y ahorro energético.

La posibilidad de seguir invirtiendo será la clave en el futuro de la capacidad del sector de competir, de ser rentable y de seguir creando empleo. En las circunstancias inciertas que estamos viviendo, las empresas de la distribución alimentaria están haciendo lo posible para intentar reducir todo tipo de costes y adaptarse a las nuevas circunstancias del mercado.

**VF.** ¿Cuáles son las tendencias que marcarán el futuro de los supermercados?

**IGM.** Los supermercados deben seguir cumpliendo con su función social de ofrecer un surtido de alimentación completo, variado y seguro muy cerca de las casas de los consumidores. Atender las necesidades específicas de los diversos grupos de consumo es un gran reto al que se está respondiendo ya gracias, entre otras cosas, a la tecnología que permite conocer muy bien las necesidades de cada consumidor. Asimismo, hacer evolucionar las tiendas desde el punto de vista de diseño y servicios para ofrecer la mejor experiencia de compra es otra de las grandes tendencias de futuro.

AURELIO DEL PINO / Presidente de la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES)

# “Nos centraremos en mejorar la eficiencia y rentabilidad de la cadena agroalimentaria”

*El presidente de la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados, Aurelio del Pino, explica que el principal propósito para este año en ACES es seguir apostando por una comunicación fluida con la sociedad y las administraciones, que permita una adecuada toma de decisiones que respeten la sostenibilidad y la calidad de vida de las personas. Mejorar la eficiencia y la rentabilidad de la cadena agroalimentaria y la implementación de una economía circular que minimice los efectos del cambio climático y el desperdicio alimentario son algunos de los objetivos que se marcan para este 2023.*

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Cuáles son los propósitos para este año que se han marcado en ACES?

**Aurelio del Pino.** Este 2023 desde ACES queremos seguir siendo un instrumento de diálogo social y de creación de valor para nuestros socios. Por ello, continuaremos apostando por una comunicación fluida con la sociedad y las administraciones públicas a todos los niveles, que nos permitan una adecuada toma de decisiones en pro de los principios de libertad de la empresa y de una mejora del funcionamiento de la economía, la sostenibilidad y la calidad de vida de todos los ciudadanos.

**“Las frutas y verduras son, cada vez más, productos estratégicos para los supermercados, ya que van teniendo más peso dentro de la cesta de compra”**

Especialmente, nos centraremos en mejorar la eficiencia y rentabilidad de la cadena agroalimentaria y la implementación de una economía circular que minimice los impactos ambientales, el desperdicio alimentario y permita una alimentación asequible y saludable a todos los ciudadanos en estos momentos de cambio e incertidumbre.

**VF.** ¿Qué le piden los socios de ACES al 2023 en materia de alimentación y consumo?

**AP.** Tenemos muchos retos por delante, todos igual de relevantes para la competitividad de las empresas que representamos y en los que venimos trabajando de forma incansable los últimos años.

Y para superarlos debemos ser conscientes de la importancia del diálogo entre las autoridades y los sectores empresariales. Este es el único camino que nuestros socios ven viable y, como consecuencia, piden encontrar soluciones y proyectos que refuercen la eficiencia de la cadena de suministro y aporten valor al consumidor.

**VF.** ¿Qué objetivos se plantea ACES en cuanto al sector de las frutas y las verduras?

**AP.** Las frutas y verduras son, cada vez más, productos estratégicos para las cadenas de supermercado, ya que van

teniendo más peso dentro de la cesta de nuestros clientes. Además, si se consigue dar con el surtido —en variedad, calidad y precio— que piden los clientes, las frutas y las hortalizas acaban siendo elementos de fidelización en las tiendas.

Por ello, seguiremos apostando por la comercialización de los productos de temporada y de proximidad, así como los productos ecológicos, siempre garantizando a nuestros consumidores una oferta suficiente y competitiva en variedad y precios.

**VF.** Respecto a la bajada del IVA en los supermercados, ¿qué ha supuesto para los socios de ACES esta disminución?

**AP.** La bajada del IVA en los supermercados ha sido una noticia positiva y esperada para nuestros socios tras unos meses convulsos e inestables en cuanto al incremento de costes de materias primas, energéticos, etc. Sin embargo, a pesar de su positividad, también ha supuesto un gran esfuerzo por parte de nuestros socios para garantizar el paso por caja de todas las rebajas en los distintos productos en un corto periodo de tiempo. Nos hubiera gustado que la bajada del IVA hubiera sido más amplia, abarcando a más productos, y más profunda en cuanto a la reducción de tipos, ya que la presión en el incremento de costes en todos los eslabones de la cadena de valor agroalimentaria sigue siendo muy fuerte.

**VF.** ¿En qué medida el impuesto al plástico vigente desde el 1 de enero se contrapone con



El presidente de ACES, Aurelio del Pino, opina que el impuesto al plástico supone una repercusión aproximada de 690 millones de euros. / ACES

**“La bajada del IVA ha supuesto un gran esfuerzo por parte de nuestros socios para garantizar el paso por caja de todas las rebajas en los distintos productos”**



Los asociados de ACES buscan ofrecer una alimentación asequible y saludable para todos los ciudadanos. / ARCHIVO

**“Desde ACES seguiremos apostando por la comercialización de los productos de temporada y de proximidad, así como los ecológicos, garantizando a nuestros clientes una oferta suficiente y competitiva”**

*la bajada del IVA? ¿Cómo ha afectado a ACES este gravamen relativo a los plásticos?*

**AP.** ACES anunció, junto a otras asociaciones de consumo, que la entrada en vigor de este impuesto llegaba en un mal momento, afectando gravemente a un gran número de empresas nacionales.

Su vigencia supone una repercusión aproximada de 690 millones de euros que aumenta los costes en todos los eslabones de la cadena alimentaria. Nuestra posición es compleja, ya que tenemos que conciliar el interés de los consumidores con nuestra responsabilidad como eslabón final de la cadena con toda esta carga de costes económicos y burocráticos. A pesar de ello, nuestra competencia de mercado hace que en el peor de los escenarios se dé el mejor resultado de los posibles.

Además de esta cuestión, nos preocupa mucho la limitación en la venta de frutas y hortalizas envasadas, que contempla el Real Decreto de Envases aprobado también el 27 de diciembre, no solo por los cambios que puede comportar en la definición de los surtidos de las tiendas, sino también por la afectación importante a muchos de nuestros proveedores.

Confiamos en que la lista de excepciones que se tiene que aprobar en los próximos meses contemple la realidad del sector hortofrutícola español, que ha desarrollado tantos esfuerzos para mejorar su competitividad y diferenciación.

**VF.** Respecto al consumo, ¿cómo están cambiando las tendencias de la sociedad en los últimos años?

**AP.** Actualmente nos encontramos con un consumidor mixto que ha afianzado su presencia mostrando, por un lado, la importancia que tiene el factor humano en la práctica de la oferta y la demanda de los diferentes productos que se encuentran en nuestros lineales, mientras que, por otro lado, se están habituando a comprar en web cierto tipo de productos, como frescos o de limpieza, que tradicionalmente estaban más vinculados a la venta presencial.

**VF.** Ante una coyuntura en la que los costes energéticos están disparados, ¿cuál es la estrategia que se plantea ACES para mantener la cuenta de resultados o conseguir una variación mínima? En cuanto a la apertura de nuevos establecimientos, ¿hay novedades para los próximos años?

**AP.** Esto es algo que dependerá de cada empresa y de su política comercial. Nos encontramos ante un sector que debe atender a todos los consumidores y nuestros asociados trabajarán para facilitar una oferta para todos los gustos y bolsillos.

# 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