

3 Patata española
La patata española quiere conquistar Europa y atraviesa un buen momento

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS
Más información en contraportada y págs. 16-17 Suplemento

9 Xylella
Portugal detecta Xylella en 75 especies vegetales, incluidos todos los cítricos

valencia• fruits

31 de enero de 2023 • Número 3.011 • Año LXI • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962

El riego en Levante, abocado a explotar aguas no convencionales

El recorte en el trasvase Tajo- Segura obliga a buscar alternativas de coste incierto

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

El recorte del trasvase Tajo-Segura es un hecho tras la aprobación del Consejo de Ministros de los 12 planes hidrológicos (2022-2027) que incluyen la fijación de caudales ecológicos en el Tajo. Regantes y productores de la cuenca del Segura han mostrado su total oposición y han anunciado protestas ante la medida del MITECO.

Mientras, desde el MAPA se ofrece un plan que destina 563 millones a modernizar regadíos o comunidades, como la Valenciana, subvencionarán parte del coste del agua desalada. Aunque el mensaje es de “tranquilidad y compromiso”, el objetivo de “agua para siempre” pasa ahora por el uso de aguas no convencionales, como las recuperadas o las procedentes de desalación. Nuevos tiempos con un coste aún incierto.



Más información en págs. 7 y 8

La fijación de caudales ecológicos en el río Tajo supondrá un recorte de las aportaciones al Segura. / ARCHIVO



Esta semana

3 Las exportaciones agroalimentarias andaluzas alcanzan un nuevo récord



4 Mercadona, Carrefour y Lidl siguen ganando cuota y lideran el gran consumo





Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

RAFAEL CABO CORTELL

ALEGRES DELICADES, S.L.

■ preimpresion@valenciafruits.com

Administración

y Suscripciones

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ suscripciones@valenciafruits.com

Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

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



SUCRO

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: IMPRICA V

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

Empresa Asociada:



Tribuna Abierta

La agricultura exige agua

Por GONZALO GAYO

No hay agua suficiente en los embalses del Tajo para garantizar las necesidades de nuestros agricultores en la cuenca mediterránea en enero y ya veremos cómo pinta para esta primavera y verano. Es lo que apuntan los técnicos encargados de medir en estos momentos cada hm³ en los embalses del Tajo.

Una vez más los agricultores vuelven a sufrir las consecuencias de quienes durante décadas se han dedicado a utilizar el agua como baza política, sin luchar contra las sequías que asolan las tierras fértiles de la cuenca mediterránea. Necesitamos soluciones al problema de la sequía y el cambio climático para que las futuras generaciones dispongan de las garantías suficientes para el desarrollo de una agricultura saludable y sostenible. Tenemos los recursos de la UE y conocemos las soluciones que hay que poner en marcha con la interconexión de las cuencas hidrográficas para repartir el agua que sobra en cada cuenca hidrográfica.

Sería un gran logro que alguien demostrara la valentía y capacidad suficiente para poner en marcha desde las distintas administraciones las soluciones de futuro que la agricultura mediterránea precisa.

Los trasvases del Tajo al Segura que acaban de ser aprobados en enero, con apenas 20 hm³, será sin duda insuficiente para cubrir las necesidades de nuestros agricultores y pondrá un nuevo freno al progreso de la agricultura mediterránea. Y sin embargo, es el máximo posible según el mecanismo aprobado hace casi 50 años dado el nivel actual de los embalses.

Nos encontramos en el peor de los escenarios sin que nadie asuma la responsabilidad que supone dar soluciones a los problemas de la sequía y el cambio climático que asolan la cuenca mediterránea y que seguirán sufriendo las futuras generaciones si seguimos mirando a otra parte, sin afrontar los problemas de cara.

Asistimos al bochornoso espectáculo que protagonizan responsables de administraciones que se acusan unos a otros sin dar soluciones ni asumir responsabilidades mientras nuestros agricultores se manifiestan en Madrid para exigir su derecho constitucional al agua como bien público y de todos.

¿Tan difícil es reconocer los problemas y sentarte a resolverlos sabiendo que hay soluciones? Pregunten en Israel cómo han convertido en paraísos verdes inmensas extensiones del desierto en apenas una década y que hoy son



La agricultura pide soluciones al agua / GONZALO GAYO

ejemplo en medio mundo. La primera medida que adoptaron las autoridades israelíes fue poner el problema de la escasez del agua en manos de profesionales y técnicos que fueron capaces de diseñar tecnologías y de vertebrar el territorio. La solución a la escasez del agua pasa necesariamente por un mejor reparto de los recursos disponibles, con el apoyo de desaladoras y la digitalización del campo desde el consenso y el diálogo. La agricultura mediterránea es la más rentable y productiva de Europa, generadora de riqueza y empleo, y que requiere agua para sobrevivir.

La vertebración hidrológica de España y la interconexión entra las cuencas hidrográficas sigue siendo una asignatura pendiente que deben liderar nuestros agricultores y expertos con el apoyo de las administraciones y recursos europeos. Sin embargo, el Gobierno no parece dispuesto a dar soluciones ni a dedicar esfuerzos o medios necesarios para garantizar el agua que necesita la cuenca mediterránea. De hecho, acaba de aprobar de un plumazo los 12 planes hidrológicos (2022-2027) sin un plan hidrológico nacional que vertebré el territorio. Además, se aprueba también la fijación de caudales ecológicos que en el caso de río Tajo supondrá un recorte de las aportaciones al Segura mediante

el trasvase, agravando así la situación actual con la sequía y el cambio climático.

El trasvase Tajo-Segura fue inicialmente planteado en el Plan Nacional de Obras Hidráulicas de 1933 y, tras un paréntesis de varias décadas, fue posteriormente retomado en 1967. Es lógico pensar que una solución de hace 90 años hoy no resuelve los retos de nuestra agricultura en el siglo XXI y el cambio climático.

Tenemos una de las redes ferroviarias de alta velocidad más importantes del mundo y sin embargo hemos sido incapaces de garantizar el agua a nuestros agricultores que son los que nos dan de comer cada día. Las aportaciones de agua con la vertebración de las distintas cuencas hidrográficas es una solución necesaria para dar respuesta a las sequías que sufrirán las futuras generaciones.

El cambio climático no ha hecho más que agravar la situación de escasez de agua que sufre especialmente, parte de Andalucía, Comunidad Valenciana y Murcia, por lo que urge soluciones de cara al futuro mas allá del trasvase de Tajo. La inacción de los gobiernos de turno durante décadas, de uno y otro signo, con la utilización del agua como arma arrojadiza nos lleva al peor de los escenarios con restricciones en los trasvases en pleno mes de enero con la declaración de nivel 3 en los embalses del Tajo.

La información facilitada por la Confederación Hidrográfica del Tajo correspondiente a la situación registrada el 1 de enero de 2023, apunta que el sistema Entrepeñas-Buendía se encuentra en nivel 3, situación hidrológica excepcional y ya veremos la que se nos avecina para este verano. En esta situación corresponde a la ministra para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico la autorización del volumen de trasvase, previo informe de la Comisión Central de Explotación del Acueducto Tajo-Segura. La ministra podrá autorizar, discrecionalmente y de forma motivada, preferentemente por trimestres, un trasvase de 20 hm³/mes como máximo.

Esperemos que desde las administraciones surja la voluntad de dar soluciones de futuro al problema del agua con valentía y desde la solidaridad por el bien de todos. Esperemos también que las ayudas directas a los agricultores que anunciara el Gobierno recientemente para paliar el aumento de los precios como consecuencia de los efectos de la guerra de Rusia en Ucrania sea suficiente para afrontar la crisis del campo con la escalada de costes.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

La patata española quiere conquistar Europa

El sector vive un buen momento con una demanda creciente gracias a su calidad

► **ANGÉLICA QUINTANA. EFEAGRO**
El negocio español de la patata está viviendo un despegue importante con buenos precios, concentraciones empresariales y una demanda creciente en Europa gracias a su calidad, que la convierte en la mejor materia prima para su versión frita, bien como guarnición o para el formato de aperitivo en bolsa. El turismo ha conseguido que a España se la conozca por su paella y su tortilla de patatas, pero no hace años este tubérculo, del que Castilla y León es la principal productora, mantenía una baja cotización, incluso por debajo de costes, en gran medida por la ingente entrada de partidas desde Francia al mercado nacional.

Ahora hay patata francesa fresca en los supermercados, pero también referencias españolas que han ampliado su oferta con formatos para microondas, cocidas o congeladas, tal y como demanda el consumidor, ha explicado la presidenta de la Interprofesional de la Patata de Castilla y León, Yolanda Medina. El responsable nacional de patata de la asociación COAG, Alberto Duque, ha confirmado un cambio de tendencia, ya que España sigue recibiendo patata francesa pero lleva dos campañas exportando a Francia por el interés de firmas dedicadas a la fabricación de patatas fritas de aperitivo en bolsa, “por la calidad” del producto español.



La industria europea demanda patata española por su calidad. / ARCHIVO

Medina ha indicado que la misma variedad de patata para freír, si se cultiva en España, tiene más dureza y absorbe menos aceite que la de Holanda o Francia por las condiciones climáticas, de ahí su demanda por algunas industrias europeas.

■ MOVIMIENTOS

El dinamismo de este sector tuvo la semana pasada como protagonista la compra de la firma Transformados de Patata de Álava (Natuber) —líder en el mercado de IV Gama para el canal de hostelería y restauración—

La incertidumbre sobre la disponibilidad de agua condiciona la superficie de cultivo

por la leonesa Patatas Hijolusa. Hijolusa comercializó el pasado ejercicio 163 millones de kilos de patatas, lo que se tradujo en una facturación de 90 millones, un 30% más que en 2021, y Natuber, que superó los diez millones de kilos de patata pelada y cortada, espera aumentar su volu-

men un 20 % este año, según la firma leonesa.

La vallisoletana Patatas Meléndez, otro de los grandes operadores nacionales con la comercialización de 180 millones de kilos anuales, inauguró el pasado ejercicio una planta automatizada en la que ha invertido 32 millones con el objetivo, según la compañía, de posicionarse como “referente en el sector a nivel europeo”.

En 2022 también desembarcó en Portugal con la puesta en marcha de Batatas Meléndez y suscribió un acuerdo con la em-

presa francesa Pom’ Alliance para desarrollar “sinergias planificadas” entre ambos grupos y “ganar poder de negociación en los mercados comunitarios”.

■ PRECIOS RENTABLES

El responsable nacional de patata de COAG ha confirmado que los precios en la campaña 2022 han sido rentables para el agricultor —entre 38 y 40 céntimos el kilo— pese a la subida de costes.

“Ha habido menos producción y por lo tanto menos gasto en mano de obra, y la que se ha recogido ha sido de una calidad extraordinaria, lo que ha estado acompañado de una buena demanda”, ha precisado Alberto Duque.

Según el último avance de superficies y producciones del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) —relativo al pasado mes de octubre—, en 2022 se recogieron en España 1,93 millones de toneladas, un 7,2% menos que un año antes.

■ MENOS HECTÁREAS

Para este año, Duque prevé que se reduzca el número de hectáreas dedicadas a la patata, debido a la incertidumbre sobre la disponibilidad de agua para regadío en algunas zonas.

Yolanda Medina ha añadido sobre la reducción de superficie que la patata es un “cultivo muy técnico, más que el cereal, la remolacha o las oleaginosas”, y ahora que sus precios han subido, “el agricultor tiene más opciones de siembra”.

El responsable de la patata en COAG ha mostrado su “preocupación” por si la nueva Política Agrícola Común (PAC) desincentiva su cultivo, ya que hay productores mayores que además viven en zonas sin cobertura de Internet que tendrán que hacer frente a unos “exagerados” registros digitales.

Las exportaciones agroalimentarias andaluzas alcanzan un nuevo récord

Los envíos al exterior suman una facturación de 12.882 millones hasta noviembre

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía alcanzaron un nuevo récord al sumar 12.882 millones de euros entre enero y noviembre de 2022, su mejor registro para los primeros once meses de un año en la serie histórica que arrancó en 1995. Esta cifra supone facturar 497 millones más que en todo 2021, último año con mejores datos (12.385 millones). Los envíos al exterior registran un crecimiento interanual del 14,6%, el segundo mayor incremento de las cuatro comunidades más exportadoras y 1,6 puntos superior al de la media nacional (13%).

El sector agroalimentario avanza con paso firme y refuer-

za su carácter estratégico para la comunidad, de forma que aporta la cifra récord de 6.777 millones de saldo positivo con el exterior a la economía regional en este periodo.

Se trata de un sector que impulsa la cohesión territorial, ya que crecen las ventas en todas las provincias, así como la diversificación de destinos de las exportaciones andaluzas, al aumentar el negocio en todos los continentes, especialmente en África (+54%) y Oceanía (+26,6%).

Con estas cifras, Andalucía es la segunda comunidad más exportadora de España, con el 21,3%, solo por detrás de Cataluña con el 22,5%, y casi diez puntos por encima de las dos



Las hortalizas lideran las exportaciones andaluzas. / ARCHIVO

siguientes, la Comunidad Valenciana (12,1%) y la Región de Murcia (10%).

Entre enero y noviembre de 2022, crecen las ventas de nueve de los diez primeros capítulos exportados por el sector agroalimentario andaluz, que lideran las hortalizas, con 3.516 millones, el 27,3% del total y un aumento del 15,5% interanual. Le siguen muy de cerca las grasas y aceites animales y vegetales, con 3.514 millones, el 27,3% del total y un crecimiento del 28,8% interanual.

Concentra las ventas de este capítulo el aceite de oliva, que se distingue como el producto más exportado por Andalucía, con ventas por valor de 3.060 millones en este periodo, un

25,1% más que en el mismo del año anterior.

En tercer lugar se encuentran las frutas, con 2.775 millones, el 21,5% y un alza del 1,2%; las preparaciones de frutas y hortalizas, con 706 millones, el 5,5% y subida del 16,5%; los cárnicos y despojos comestibles, con 423 millones, el 3,3% y bajada del 3,4%; los pescados, crustáceos y moluscos, con 354 millones, el 2,7% y avance del 10,1%; y las bebidas, con 319 millones, el 2,5% y el segundo mayor crecimiento del Top 10, del 30%.

No obstante, el capítulo que más crece de los diez primeros en ventas es el de los cereales, con casi el doble exportado que en el mismo periodo de 2021 (+96%), hasta sumar 269 millones entre enero y noviembre, con lo que se mantiene como el octavo producto en exportaciones; seguido de las preparaciones alimenticias diversas, con 197 millones (1,5%) y un alza del 9,6%; y las plantas vivas y productos de la floricultura, con 164 millones (1,3%) y un aumento del 14,4%.

A 28 DE ENERO

Exportados 239.157.530 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2022/2023, a 28 de enero, se han enviado a países terceros, en exportación (238.796.912) y reexportación (360.618), un total de 239.157.530 kilos según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2021/2022, a 29 de enero de 2022, lo exportado eran 255.114.440 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 22/23		Campaña 21/22	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	716.130		241.564	989
Angola	24.975		24.300	
Arabia Saudita	3.791.744		6.555.614	
Argentina	509.418		414.978	
Argelia		3.518		
Armenia	9.127		15.971	
Australia			118.070	
Bahrain	109.635		79.360	
Bielorrusia	19.350		926.273	4.950
Bosnia-Herzegovina	491.353		197.627	
Brasil	6.831.013		5.758.969	
Cabo Verde	160.315	10.736	167.857	20.607
Canadá	22.081.923		23.742.579	
China			41.670	
Colombia	424.728		372.538	
Congo (República)	2.995			
Corea del Sur	19.754		58.956	
Costa de Marfil	68.062	3.952	39.063	24.452
Costa Rica	573.505		604.765	
Curaçao	144.598		164.742	
Ecuador	302.485			
El Salvador	177.609		126.861	
Emiratos Árabes Unid	3.046.593		3.203.709	
Estados Unidos	805.217		449.754	
Gabón	5.320		53.408	
Ghana	22.460		129.373	
Gibraltar	164.028	15.708	158.228	13.726
Gran Bretaña	138.606.249	72.005	143.447.748	82.973
Guatemala	238.591		66.136	
Guinea			6.555	4.003
Guinea Ecuatorial	129.157	32.818	152.964	55.441
Guinea-Bissau	9.520	3.150	5.240	
Honduras	247.875		157.596	
Hong-Kong	209.778		92.197	
Irlanda	31.051		67.897	
Islandia	596.176		628.604	
Kazajistán	724		799	
Kuwait	368.846		144.350	
Liberia	22.032	1.346	11.004	
Malasia	44.804		241.484	
Mali	17.519	7.520	14.907	6.795
Mauritania	2.141	1.126	3.592	12.674
Moldavia	233.241		270.887	40.592
Nigeria	197.720		145.070	
Noruega	23.495.774	8.806	24.250.510	640
Omán	267.825		371.102	
Panamá	719.453		522.274	
Qatar	741.006	1.120	1.501.726	
Rep. Centroafricana	27.867	53.325	18.920	118.455
Senegal	8.720		5.421	60
Serbia	692.830		992.030	
Sierra Leona	6.609		7.028	
Singapur	23.552		69.329	
Sri Lanka			47.884	
Sudáfrica	775.063		1.314.037	
Sudán			14.080	
Suiza	28.995.486	145.489	34.004.600	104.472
Ucrania	1.376.809		2.348.187	6.529
Uruguay	208.156		46.697	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	236.059	960	292.704	800
Satsuma	10.822.213		13.612.390	198
Clementina	76.274.941	24.340	85.663.044	11.027
Clementina con hoja	9.213.587	2.320	9.764.993	769
Clemenvilla	5.381.224		5.386.668	
Hernandina	510.298		237.062	
Fortuna			131.772	
Mineola			12.175	
Ortanique	1.352.082		1.311.183	
Ellendale			70	
Otras mandarinas	19.081.068	16.654	13.688.786	10.734
Uso industrial	43.200		252.402	
Nadorcott	3.161.287	6.600	3.717.142	31.201
■ TOTAL MANDARINAS	126.075.959	50.874	134.070.390	54.728
Navelina	55.024.570	2.457	58.497.707	31.596
Navel	7.512.015	6.735	7.652.579	2.897
Navel Late	277.666	1.731	149.888	4.090
Lane Late	2.286.624		838.140	
Salustiana	2.555.352		3.617.557	9.368
Cadenera	6.042		27.065	
Sanguina	750		90.904	
Sanguinelli	95.622		162.228	
Valencia Late	206.545	49.422	281.896	169.230
Verna	112.800	1.420	918.983	7.144
Otras	7.185.547	66.343	4.358.444	60.633
Uso industrial	133.040		98.038	
Navel Powel	126.326		155.289	
Barberina	34.073		142.142	
■ TOTAL NARANJAS	75.556.974	128.107	76.990.858	284.957
■ TOTAL LIMONES	34.328.770	170.688	41.001.529	150.114
■ TOTAL POMELOS	2.816.870	10.949	2.536.623	7.498



La subida del precio de los alimentos ha impactado en el comportamiento de compra de los españoles. / ARCHIVO

Mercadona, Carrefour y Lidl siguen ganando cuota y liderando el gran consumo

La subida de precios de hasta un 9,9% ha permitido elevar la facturación del sector de la gran distribución un 9,1% en 2022

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los líderes de la distribución comercial de gran consumo han seguido ganando cuota de mercado en 2022, un año en el que Mercadona alcanzó el 27,4% de cuota después de subir medio punto, según los datos del informe de gran consumo de la consultora NielsenIQ, que se presentó la semana pasada en Madrid.

La segunda posición, pero muy lejos del líder, la ocupa Carrefour, que ha aumentado un 0,4% su cuota y llega al 7,6%, de acuerdo al estudio. Por su parte, Lidl ha frenando su avance en 2022 y ha apuntado un 0,2% de incremento, hasta el 6,1%. Desde 2019, esta cadena ha elevado su presencia en el mercado un 1,5%.

La cadena de distribución DIA, que cotiza en la bolsa española y que hoy mismo ha presentado su avance de ventas en 2022 con un alza del 9,1%, ha seguido cayendo en cuota, un 0,2% en 2022, lo que le deja en un 5,3%. En la misma proporción ha descendido Eroski en el último ejercicio. Es el quinto operador de un mercado en el que tiene un 4,4% de cuota.

El experto de la consultora NielsenIQ, Ignacio Biedma, señaló la “enorme capilaridad” y el “mercado muy competitivo” de la red en España, que cuenta con más de 23.000 puntos de venta y ha cerrado el año con 272 tiendas más.

El informe de NielsenIQ ha situado con una importante cuota de mercado a cadenas regionales como IFA que tienen un 9,9% en las provincias donde opera. En este caso, no ha variado su participación en el reparto del gran consumo. Por su parte, Euromadi sí ha bajado su presencia, en concreto un 0,1%, hasta quedarse en un 5,7%.

De nuevo, el supermercado es el formato que más incrementa su presencia en las ciudades y pueblos españoles. Así, en 2022 se abrieron 156 nuevos supermercados de menos de 300 metros cuadrados.

También hay 102 nuevos locales de más de 800 metros cuadrados sin llegar al tamaño considerado hipermercado, mientras que los de tamaño intermedio

—entre 300 y 800 metros— solo han sumado cinco aperturas.

La cuota de venta en línea cede una décima y se sitúa en el 2,5%.

■ RÉCORD DE VENTAS

La subida de precios de hasta un 9,9% ha permitido elevar la facturación del sector del gran consumo un 9,1% en 2022, alcanzando el récord de 105.000 millones de euros, según los datos aportados por la consultora NielsenIQ, que ha detectado una detracción en volumen del 0,7%.

El informe ha mostrado diferencias importantes en función del tipo de productos, con los básicos como los que se anotan las principales subidas. Precisamente, para paliar el impacto de la inflación en la cesta de la compra —que se situó según los datos oficiales en un 15,8% en 2022— el Gobierno ha aprobado un Real Decreto en el que suprime temporalmente el IVA en los alimentos básicos como pan, leche, frutas, verduras y huevos.

España ha cerrado el año con 272 tiendas de alimentación más

Según el informe de NielsenIQ, en el caso de los envasados el volumen apenas se ha resentido (–0,1%) pese a la subida de precios del 10%, mientras en el caso de los frescos la caída en volumen ha sido del 2,5% con un alza de precios similar (+10,3%). Esto ha motivado el trasvase de productos frescos a congelados o envasados, especialmente en productos como el pescado, según ha señalado el experto de la consultora, Ignacio Biedma.

La alimentación envasada, en términos generales, ha liderado el incremento de precios en 2022, con un alza del 14,5%, según el informe de la consultora que cifra la subida de este negocio en un 12,5% pese a la contracción en volumen de hasta el 1,7%.

En el caso de las bebidas, los precios se han anotado un 4,5% en un negocio que ha facturado un 6,2% más, puesto que tam-

bién ha avanzado un 1,7% en volumen.

Los refrigerados y congelados también siguen ganando peso en la cesta de la compra; en concreto, han aumentado un 1,5% en volumen y sus precios se han elevado un 7,4%.

■ SUBIDA DE PRECIOS

En frescos, que supone el 35% de la facturación, la consultora ha cifrado en un 26,6% la escalada de precios de los huevos en 2022, seguida por la fruta que se ha encarecido un 15,8% y la verdura un 9,9%.

La carne y el pescado, alimentos cuya carga impositiva no se ha tocado por el momento, han aumentado su precio un 9,1% y un 6% respectivamente, si bien el comportamiento en presencia en la cesta de la compra ha sido diferente, con una abultada caída en el caso del pescado (–9,1%) frente al –0,9% que se registró en la carne.

En el caso del pan, su evolución ha experimentado un crecimiento del 16,1%, según NielsenIQ, que ha registrado un incremento de la compra del 6,2% y una evolución en precio del 9,4%.

■ EL CONSUMIDOR

Esta subida de precios ha impactado en el comportamiento de compra de los españoles, de manera que siete de cada diez aseguran que conocen los precios de la mayoría de los productos que adquieren.

Entre sus tácticas para ahorrar, destacan la compra de marca blanca, el incremento de frecuencia de compra, la elección de productos más baratos, las promociones o incluso dejar de comprar algunos artículos.

Según NielsenIQ, el avance de la marca blanca es una realidad en toda Europa y, en el caso de España, supone el 46% de las compras con un avance del 2,6% en el último año. Además, los españoles han incrementado sus visitas al súper un 6% y han reducido un 5,5% el número de artículos por visita para intentar controlar el gasto que hacen. Aún así, el valor de cada cesta ha subido un 1,8% en España.

CITROPOST

Manchado de fondo de cajón en variedades sensibles

Los desórdenes fisiológicos que afectan la piel de los frutos cítricos suelen tener baja incidencia, pero aún así pueden causar importantes pérdidas. En noviembre de 2010 se observó una alteración que afectaba la piel de satsumas y clementinas. Esta tenía una sintomatología similar al “pixat” o mancha de agua que suele producirse por la senescencia o envejecimiento de la fruta. Sin embargo, en este caso esta alteración afectaba a fruta no senescente que incluso requería aún de desverdizado. CITROSOL estudió en profundidad esta fisiopatía que denominó manchado de fondo de cajón o “bottom box water spot”, publicando por primera vez una descripción de este manchado que afecta a diversas variedades de cítricos (Orihuel-Iranzo et al., 2018).

► **Manchado de fondo de cajón:** este manchado aparece principalmente en las zonas de contacto entre fruta y fruta, o entre fruta y la zona del fondo del envase de campo. Su incidencia raramente llega a superar el 5% y afecta principalmente a algunas variedades de clementina como Nadorcott, Tang Gold o W Murcot, aunque también ha sido observado en Satsumas, limones e incluso naranjas.

Síntomas: en la Imagen 1 se pueden observar los síntomas típicos de este manchado. Comienza afectando unas pocas células de la piel del fruto (1a) pero en pocos días evoluciona afectando a más área, adquiriendo la piel un color marrón-oscuro (1b). Esta naturaleza evolutiva del manchado hace que aún teniendo una baja incidencia pueda causar importantes reclamaciones, ya que es difícilmente detectable en las mesas de tria o empaque, pero sus síntomas se manifiestan posteriormente en destino.

Orihuel-Iranzo B., Navarro I., Bretó J., Mottura M.C. 2018. Characterization and control of “bottom box water spot”, a new citrus rind disorder in Spain. Acta Hort. 1194. ISHS 2018.

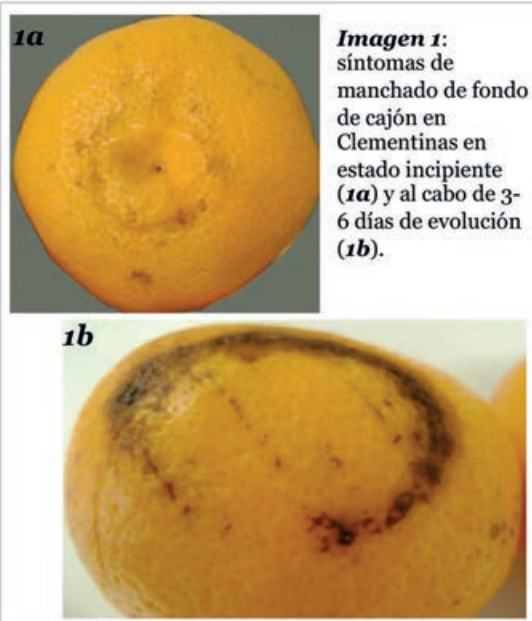
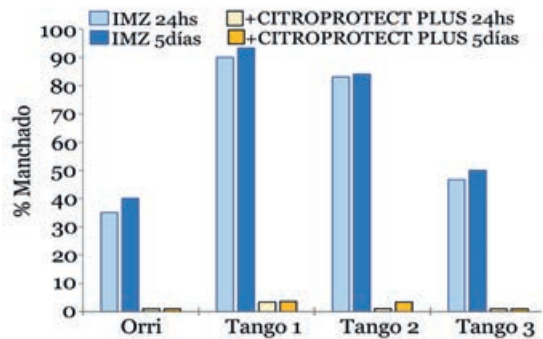


Imagen 1: síntomas de manchado de fondo de cajón en Clementinas en estado incipiente (1a) y al cabo de 3-6 días de evolución (1b).



Variedad	IMZ 24hs	IMZ 5días	+CITROPROTECT PLUS 24hs	+CITROPROTECT PLUS 5días
Orri	~35%	~40%	~2%	~2%
Tango 1	~90%	~90%	~2%	~2%
Tango 2	~85%	~85%	~2%	~2%
Tango 3	~45%	~50%	~2%	~2%

Figura 1. Efecto protector de CITROPROTECT PLUS al 2% frente al manchado de fondo de cajón inducido mediante sobredosisación de imazalil (900 ppm IMZ) en Orri y 3 partidas de Tango, evaluado tras 24 horas y 5 días a 22°C + 85%HR.

Dr. Martín Mottura
DEPARTAMENTO TÉCNICO DE CITROSOL

CITROPOST es una publicación elaborada íntegramente por el Departamento Técnico de CITROSOL, con el objetivo de impulsar el conocimiento en POSTCOSECHA. En CITROSOL realizamos una labor de investigación constante con el mayor rigor científico, prueba de ello son estas publicaciones, que con la ayuda de **Valencia Fruits**, compartiremos con sus lectores.

ARAGÓN

Las indemnizaciones del seguro agrario alcanzaron su máximo histórico con 118 millones de euros

Durante la pasada campaña los pagos por daños aumentaron un 60% respecto a 2021 y se trata de la cifra más alta en los 42 años del seguro agrario

► **JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.** Las indemnizaciones de Agroseguro en Aragón por los siniestros producidos en 2022 se han elevado a una cifra histórica: 118,3 millones de euros. Han aumentado un 60% respecto a 2021 y constituyen la cifra más alta en los 42 años de historia del seguro agrario.

En concreto, ha abonado 71,8 millones a fruticultores aragoneses por los daños registrados en la pasada campaña. Estos datos fueron presentados la semana pasada durante una jornada divulgativa sobre el seguro de frutales en Aragón.

Contó con la presencia de representantes de las entidades de coaseguradoras y sus redes comerciales, así como de las organizaciones profesionales del sector.

Participaron el director territorial de Agroseguro en Aragón, Juan Cruzán, y el director de Producción y Comunicación, Sergio de Andrés, acompañados por el secretario general técnico del Departamento de Agricultura,



Participantes en la jornada sobre seguro de frutales en Aragón. / JAVIER ORTEGA

ra, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón, José Luis Castellano, y el director general de Desarrollo Rural, Jesús Nogués.

Nogués definió al seguro agrario como “una herramienta esencial” para los agricultores y recordó que el apoyo público, la Entidad Estatal de Seguros Agra-

Agroseguro ha abonado 71,8 millones a fruticultores aragoneses por daños en 2022

rios (26 millones) y Gobierno de Aragón (8,6), suma 34,4 millones de euros, lo que permite alcanzar una subvención media del 44% en el coste de las pólizas.

Según se dijo durante el encuentro, el año pasado fue “muy complicado” para el campo aragonés, que se vio afectado por temperaturas extremas (heladas primaverales y golpes de calor durante el verano), tormentas de pedrisco, lluvia y viento, periodos con ausencia de precipitaciones e incluso daños por incendio.

La superficie total reclamada superó las 185.000 hectáreas, casi un 40% más que el pasado año. Así, durante el año 2022 “se evaluaron daños agrícolas en 555 municipios aragoneses, un 76%

del total”, a los que es necesario sumar la “importante presencia” de los seguros pecuarios en la región.

La intensa helada registrada durante la primera semana de abril fue la responsable de la mayor parte de las indemnizaciones, al provocar daños por valor de 71,8 millones de euros en producciones frutales.

En concreto, Agroseguro ha abonado 48,8 millones de euros a fruticultores de Huesca, 19,8 millones a productores de Zaragoza y 3,2 millones a productores de Teruel.

Además, las heladas también han sido las principales responsables del elevado aumento en los daños e indemnizaciones a los productores aragoneses de almendro, que se han elevado hasta los 5,4 millones, frente al casi millón de euros abonado en la campaña anterior.

A continuación, se sitúan los daños registrados por los ganaderos (16,7 millones) y las indemnizaciones a productores de herbáceos extensivos (15,8 millones), que casi se duplican respecto a la pasada cosecha. El resto de indemnizaciones corresponden a siniestros de cereza (4,4 millones), hortalizas, viñedo u olivar, entre otros cultivos.

Por provincias, las indemnizaciones abonadas a los agricultores y ganaderos asegurados en Huesca suman 74 millones, al ser la principal zona frutícola de Aragón y, por tanto, afectada por la gravísima helada de abril. El resto, se reparte entre Zaragoza (35,3 millones) y Teruel (8,4 millones). Más del 98% de los pagos ya han sido realizados, hasta superar los 115 millones.

OPINIÓN

Y vuelta a empezar

Acabamos de empezar y volvemos a empezar. Vaya lío ¿no? No es que hayamos vuelto a la casilla de salida tras el inicio de un proceso, si no que estamos iniciando dos procesos a la vez. Así, la PAC 2023-2027, con nuestro Plan Estratégico, el de España, ha comenzado a aplicarse con el inicio del año, después de un interminable proceso que ha excedido el tiempo que la normativa tenía destinado para ello, por lo que los años 2021 y 2022 han sido de prórroga del periodo de programación anterior. La razón es que las instituciones políticas comunitarias no fueron suficientemente diligentes en sus debates para llegar a tiempo de la nueva PAC, que ya es vieja, pues ya se han iniciado las primeras reuniones de lo que debe de ser la PAC a partir del año 2027. Esperemos que esta vez sí que se llegue a tiempo.

“*Cuán largo me lo fiais*”, bien se podría decir, aludiendo al tópico literario que aparece en el Quijote, el burlador de Sevilla y otras obras de autores del Siglo de Oro español, y que viene a significar que lo prometido suele olvidarse con el tiempo y con los devenires del destino. Pero parece que en esta ocasión Bruselas ha aprendido de la experiencia, pues ya se ha puesto a trabajar sobre la política agrícola del futuro, y que debe de implantarse una vez finalice el actual periodo de programación. Bien es cierto, como en el tópico literario, que el futuro sociopolítico y estratégico es incierto, pues de momento, ninguno sabemos cuál va a ser el desenlace final de la guerra de Ucrania, ni sus consecuencias, y además, para mayo de 2024 están previstas elecciones al Parlamento Europeo, a lo que hay que sumar las que se celebrarán en cada uno de los Estados miembros de la Unión Europea.

Pero pese a todo, las instituciones comunitarias son más dadas a procesos que a revoluciones, por lo que lo más probable, insisto en que por lo que hoy sabemos, es que los compromisos adquiridos en la reducción de productos fitosanitarios para 2030, como llegar a una economía neutra en las emisiones y captación de carbono para 2050, junto con los ODS, Objetivos de Desarrollo Sostenible, se respeten. La política comunitaria actual queda enmarcada por el Pacto Verde Europeo, del cual emanan documentos como el Plan de Inversiones para una Europa sostenible, la Ley del Clima de la UE o el Mecanismo para la Transición Justa. En el ámbito agrario, están las estrategias, “De la Granja a la Mesa”, “Biodiversidad”, “Forestal” y “Adaptación al Cambio Climático”, además del Plan de Acción “Contaminación Cero”. Por si fuera poco, en junio de 2022, la Comisión Europea presentó una propuesta de Ley de la Naturaleza. Demasiado entramado para hacer borrón y cuenta nueva.

En el contexto de la PAC actual existe una especie de pacto, de tal manera que el mundo rural proporciona a la sociedad



Durante este año 2023 la Comisión Europea publicará un primer documento sobre su visión de la futura PAC. / ARCHIVO

En el contexto de la PAC actual existe una especie de pacto, de tal manera que el mundo rural proporciona a la sociedad alimentos seguros, asequibles y de alta calidad, además de conservar los recursos naturales y del medio ambiente

En compensación, los agricultores reciben recursos que les permiten garantizar un nivel de vida equitativo

Esto está muy bien sobre el papel, que sabemos que lo aguanta todo, pero lo cierto es que, con una PAC con presupuesto, en términos constantes, a la baja, y con un grado de exigencia cada vez mayor, además de una política comercial de Bruselas que permite que las condiciones exigidas a los productos de países terceros sean muy distintas que las exigidas en territorio comunitario, la competitividad de la agricultura europea se está viendo francamente comprometida

Como soñar es gratis, sí que me gustaría poder pensar en la PAC que me sería útil como productor, y en la PAC que me permita ser útil a la sociedad

alimentos seguros, asequibles y de alta calidad, además de conservar los recursos naturales y del medio ambiente. En compensación, los agricultores reciben recursos que les permiten garantizar un nivel de vida equitativo. Esto está muy bien sobre el papel, que sabemos que lo aguanta todo, pero lo cierto es que, con una PAC con presupuesto, en términos constantes, a la baja, y con un grado de exigencia cada vez mayor, además de una política comercial de Bruselas que permite que las condiciones exigidas a los productos de países terceros sean muy distintas que las exigidas en territorio comunitario, la competitividad de la

agricultura europea se está viendo francamente comprometida.

De todos modos, como soñar es gratis, sí que me gustaría poder pensar en la PAC que me sería útil como productor, y en la PAC que me permita ser útil a la sociedad. Y es que abierto el tarro de las esencias, el primer debate, del cual emana todo lo demás, es el del presupuesto, lo que los entendidos llaman Marco Financiero Plurianual, y que servirá para saber con qué recursos económicos contarán las instituciones comunitarias para el periodo de siete años a partir del 2027. En este escenario, los socios comunitarios se comprometen a aportar a la causa comunitaria

un determinado porcentaje de su PIB, es en el que se enmarca la cantidad económica destinada para la PAC. Los antecedentes nos indican un escenario en el que los Estados miembros quieren poner menos dinero, pero más prestaciones de Bruselas. Para presupuestar las nuevas políticas, sin nuevos recursos, hay que sacar dinero de la partida presupuestaria mayor, y que no es otra que la única política común europea, la agraria. Así que los precedentes para la agricultura son de más exigencia, pero menos recursos económicos. Vamos, la cuadratura del círculo.

Así como Europa ya se ha definido en relación con su política energética, a la vista que la dependencia exterior, por muy barato que sea o por cara que sea la alternativa, no le está garantizando un suministro adecuado, sería conveniente que también se definiera sobre su modelo agroalimentario. Es bueno que Europa tenga claro sobre cómo espera alimentarse en el futuro, y a partir de ello, cuál debe ser su modelo productivo. Es bueno saber hasta qué punto vamos a depender de países terceros o el papel que van a jugar los fondos de inversión. A partir de esta definición, se debería disponer del presupuesto e instrumentos adecuados, así como de la suficiente coherencia con las políticas de otros comisarios, caso de los que tienen competencia en materia de Comercio Exterior y de Salud. Si además de menos recursos económicos y más exigencias medioambientales, la reciprocidad en relación con las exigencias productivas y la llegada de plagas de cuarentena no están en las prioridades de la Comisión Europea, nuestra competitividad se resentirá notablemente, impactando de forma directa en nuestra rentabilidad. Y ya se ha dicho muchas veces que, sin sostenibilidad económica, ni la social ni la medioambiental es posible.

Una de las palabras que pone los pelos de punta siempre que la oímos en el ámbito de las

distintas Administraciones es “simplificación”. Cada vez que se pronuncia es una vuelta más de turca a la complejidad. El tema no es ya la digitalización de procesos, que en un entorno de personas mayores ya es un problema, sino la cantidad de información y normativa que se debe de asumir y la cantidad de documentación y procesos que hay que abordar. Es fácil ver como los señores de negro van a los distintos Estados miembros de inspección, y siempre encuentran algo en la gestión de las ayudas que les permite imponer la correspondiente corrección financiera, cuando no nuevas exigencias administrativas para la percepción de esas ayudas. Por el contrario, vemos como en el ámbito político, y sin entrar en los últimos episodios de tráfico de influencias detectados en el Parlamento Europeo, el trato que se da a los países terceros. Países que ya tienen menores costes de producción por sus propias condiciones sociolaborales y políticas, y que se benefician de que cosas que se exigen aquí, allí no se les exigen para producir, pero tampoco para vender cuando quieren entrar en el mercado único comunitario. Ello sin entrar a analizar el nivel de detección de envíos con plagas de cuarentena o que han superado el nivel de residuos permitido.

Estamos en un escenario en el que el proteccionismo empieza a decir sus primeras palabras en el contexto internacional. Es por ello por lo que se hace imprescindible elaborar los correspondientes análisis de impacto de las políticas y medidas propuestas. Si en el escenario de la globalización la actual PAC proyectaba impactos que comprometían la competitividad del sector, qué no sucederá en el escenario que se vislumbra. Que el Departamento de Agricultura norteamericano publique un estudio de impacto de la PAC, mientras que el elaborado por la CE duerme en un cajón seis meses, para ser publicitado en un mes de agosto, no parece ser el mejor de los ejemplos. Al final, se aplicarán las políticas que quien tiene la potestad de hacerlo promueva, pero también es más oportuno, diría que necesario, saber qué repercusión y coste, de todo tipo, conllevan.

Está previsto que durante 2023 la Comisión Europea publique un primer documento sobre su visión de la futura PAC. Es evidente que en él se plasmarán las grandes líneas y los grandes objetivos, por lo que no se incidirá en los instrumentos que deben de permitir aplicar con éxito esa política. No obstante, entiendo que la labor realizada por las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas, así como la aplicación y puesta en marcha de los Programas Operativos, deben de tener su continuidad a partir del año 2027. Espero y deseo que algo que funciona bien sea considerado en su justa medida y permanezca en el tiempo.

(*) *Presidente Frutas y Hortalizas Cooperatives Agroalimentaries*



Por CIRILO ARANDIS (*)

Agrocultivos

Colisión por el recorte al trasvase Tajo-Segura

El Consejo de Ministros hace efectivo el recorte del trasvase Tajo-Segura, los regantes anuncian más protestas y la brecha entre comunidades se intensifica

► R FUERTES / J LUZ. REDACCIÓN.

El recorte al trasvase Tajo-Segura ya es una realidad. El Consejo de Ministros aprobó el 24 de enero los 12 planes hidrológicos (2022-2027) que incluyen la fijación de caudales ecológicos en el río Tajo, lo que supondrá un recorte de las aportaciones al Segura, que tanta polémica ha levantado entre las autonomías implicadas. Este mecanismo se aplicará de manera “gradual” y “automática”, si bien en la práctica habrá una reducción del envío de agua a Alicante, Murcia y Almería de hasta 110 hectómetros cúbicos en el horizonte de 2027.

De esta manera, la propuesta del Gobierno contempla que el caudal ecológico a su paso por Aranjuez (Madrid) suba de 6 a 7 metros cúbicos por segundo desde el 1 de enero de 2023, que pase a ser de 8 desde 2026, y que se eleve a 8,65 en 2027. Según remarca la vicepresidenta tercera y ministra para la Transición Ecológica y Reto Demográfico, Teresa Ribera, en la comparecencia tras el Consejo de Ministros, “al fin se han aprobado los caudales ecológicos y lo hemos hecho de una manera paulatina, gradual, precisamente para que las inversiones den sus frutos y faciliten la disponibilidad del recurso”.

A pesar del dictamen del Consejo de Estado, que recomendaba hacer “compatibles” los caudales ecológicos con el trasvase Tajo-Segura mediante “criterios técnicos y metodologías más detalladas”, Teresa Ribera no ha variado su hoja de ruta y ha insistido en que “era fundamental determinar un caudal ecológico para el Tajo, cosa que hemos aprobado en el Real Decreto” para llevarlo a cabo “de manera paulatina y gradual”, y así “dar tiempo a que las inversiones generen sus frutos y faciliten la disponibilidad del recurso” a precios “asequibles”, en referencia al agua desalada, ya que según ha indicado en la rueda de prensa posterior a la aprobación del Real Decreto, la reducción de la dotación de agua al Levante se prevé compensar con 140 hectómetros correspondientes a la desalación.

La respuesta de los regantes, que se concentraron en las puertas de Moncloa durante la reunión ministerial, y de los responsables de las comunidades autónomas afectadas no se hizo esperar.

■ COMUNITAT VALENCIANA

La Generalitat Valenciana se pronunció en un primer momento declarando que “el Consell acoge con satisfacción moderada



Concentración en las puertas de la Moncloa durante la reunión del Consejo de Ministros. / ASAJA-ALICANTE

los cambios introducidos por el Ministerio en el Real Decreto del Tajo-Segura. Las principales modificaciones apuntan en la buena dirección en la medida en que recogen una evaluación de la situación de las cuencas de ambos ríos, un importante refuerzo de las inversiones y el compromiso de realizar una nueva planificación hidrológica. Ahora bien, la Generalitat está valorando al detalle el nuevo texto y, en función de ese análisis, no descarta tomar otras vías, incluidas las legales, para defender aquellos puntos que no se ajusten a la posición del Consell y a las justas demandas de los regantes alicantinos”.

Además, tras la sesión de control en les Corts, el president Ximo Puig anunció que la Generalitat implementará una línea de ayudas para rebajar en 10 céntimos el precio del agua procedente de las desalinizadoras.

Si el Gobierno ha avanzado que fijará el precio del agua desalada en 0,34 euros por metro cúbico, por debajo de los 0,36 euros que planteaba inicialmente, con la ayuda de la Generalitat, el agua se situará en 0,24 euros para los regantes. Además, el presidente avanzó también que va a solicitar la constitución inmediata de la comisión de seguimiento de las infraestructuras que garantice agua para siempre en la Vega Baja.

Por su parte, el presidente del PP en la Comunitat Valenciana, Carlos Mazón, calificó esta decisión de “un capricho que pone en peligro el empleo de miles de familias y pone en jaque un sector económico fundamental para el desarrollo de la Comunitat Valenciana”.

Teresa Ribera no ha variado su hoja de ruta y ha insistido en que “era fundamental determinar un caudal ecológico para el Tajo”

■ REGIÓN DE MURCIA

El Gobierno de Murcia fue mucho más tajante y su presidente, Fernando López Miras, avanzó que la comunidad recurrirá el Real Decreto al Tribunal Supremo ya que “la alternativa al recorte de entre 70 y 110 hectómetros cúbicos (hm³) que el Ejecutivo español propone suplir con un mínimo de 140 hm³ de agua desalinizada no es una alternativa por su peor calidad y su alto precio”.

En clave política, López Miras añadió tras el Consejo de Ministros que “la fecha de hoy quedará marcada como el mayor ataque político a la Región de Murcia de las últimas décadas, una sentencia de muerte al trasvase Tajo-Segura, una tropelía sin base ni fundamento que golpea el desarrollo socioeconómico y ambiental”.

■ ANDALUCÍA

Por su parte, el presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, tildó de “disparate” el recorte al trasvase e instó al Gobierno central a “dar marcha atrás” en una decisión sin “sentido común” y en la que “no prima el interés general”. El presidente subrayó que “se trata de una decisión claramente política, completamente injustificada en términos técnicos y que, además, se ha tomado de una manera precipitada sin atender al propio Consejo de Estado”.

■ CASTILLA-LA MANCHA

El presidente de Castilla-La Mancha, Emiliano García-Page, escenificó junto con alcaldes ribereños y las alcaldesas de Toledo y de Talavera de la Reina, la unanimidad institucional de la región en torno a la aprobación por parte del Consejo de Ministros del Plan Hidrológico del Tajo.

En este sentido, García-Page señaló también que esta decisión “histórica” del Consejo de Ministros significa que el Gobierno de España ha decidido de manera “coherente” con las directivas europeas y las sentencias del Tribunal Supremo, que el Tajo vaya a tener un caudal mínimo, si bien ha dicho que “sonroja haber tenido que pelear tanto para algo que entiende cualquier bebé: que el Tajo no puede ser el único río de Europa sin un caudal mínimo”, agregó.

■ REGANTES Y PRODUCTORES

Los regantes, por su parte, ya preparan su recurso contra la decisión del Consejo de Ministros. El presidente del Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura (SCRATS), Lucas Jiménez, indicó una vez aprobado el Real Decreto que vuelven a la “posición de origen” y rechazan cualquier subida del caudal en el Alto Tajo. A su juicio, el planteamiento de Teresa Ribera de suplir la falta de agua del trasvase con agua desalada es

“irreal” y no son más que “promesas electorales”.

Según publicó el diario La Verdad, Jiménez afirmó que “vamos a dar batalla legal porque esta señora se ha saltado por lo alto lo que ha dicho su equipo técnico, lo que ha dicho el Consejo Nacional del Agua y lo que ha dicho el Consejo de Estado”. Advirtió, además, que los regantes mantendrán una presencia activa “en las calles” durante los próximos meses.

Por su parte, el presidente de Asaja-Alicante, José Vicente Andreu, ha asegurado que “la decisión del Gobierno de imponer el agua desalada” es “injusta y dictatorial” y, en un comunicado, el sindicato sostiene que el Gobierno de España “tiene la responsabilidad” de “no ser capaz de garantizar una distribución equitativa y sostenible de los recursos hídricos de este país” y de “gestionar sin coherencia las deficiencias y excedencias estructurales de las diferentes cuencas”.

La asociación alicantina resaltó que “la hoja de ruta de imponer por vía autoritaria la sustitución de agua trasvasada por desalada no garantiza una seguridad mínima al campo”, pues una actividad tan importante como la agraria “no se debería sustentar con el dinero prestado que supone el agua desalinizada subvencionada”. En cuanto al coste económico, “el agua desalada hará perder a los agricultores unos 45 millones de euros anuales si se subvenciona, y 136 millones si no se subvenciona”, afirmaban desde Asaja-Alicante.

La organización profesional agraria Asaja Murcia calificó como “desastroso y fatídico” el recorte de 70 a 110 hectómetros del trasvase Tajo-Segura, que condena al “hundimiento más absoluto” al campo murciano y levantino. Su secretario general, Alfonso Gálvez Caravaca, apuntó que “es una decisión muy negativa y totalmente dañina para el sector agroalimentario de Murcia y de todo el Levante español, además, el enorme daño que van a provocar con esta decisión arbitraria lo van a pagar muy caro”.

Gálvez Caravaca señaló que iban “a seguir peleando, luchando y trabajando para que se pueda rectificar esta infame decisión que condena al campo murciano a su desaparición. Hoy es un día muy triste para los agricultores y ganaderos murcianos, pues quieren acabar con nuestro sector primario y no lo vamos a permitir. La decisión acordada por el Gobierno de Pedro Sánchez es una injusticia y es una forma de hundir aún más al sector agrario español”.

Para Fepex, el Plan Hidrológico del Tajo, que supondrá un recorte del agua trasvasada al Segura destinada al regadío del 39,6%, provocará daños socioeconómicos irreparables para el sector de frutas y hortalizas de Alicante, Murcia y Almería, puesto que las alternativas reales para completar los recursos hídricos recortados por el trasvase, incluida la desalación, no permiten cubrir, actualmente, las necesidades de la producción.

Mensaje de “tranquilidad y compromiso” de Planas y Puig a los regantes del Tajo-Segura

En la reunión mantenida con el ministro, el president de la Generalitat instó a defender la extensión del tratamiento en frío a las mandarinas de Sudáfrica

■ LUZ, CAMPOS, FUERTES.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, visitó Valencia el 26 y 27 de enero con una agenda muy extensa y con dos frentes abiertos muy pegados a la actualidad: los nuevos caudales ecológicos del Tajo-Segura, que comprometen los aportes a Alicante, Murcia y Almería, y la subida de precios para el consumidor final en la que parte del Gobierno señala directamente a Juan Roig, presidente de Mercadona, como máximo responsable. En la rueda de prensa que ofrecieron tras su reunión, Ximo Puig, president de la Generalitat, y Luis Planas ambos abordaron, entre otros, estos temas que preocupan tanto a los agricultores, en particular, como a los ciudadanos, en general.

■ AGUAS NO CONVENCIONALES

Durante su comparecencia, el ministro de Agricultura, quien se definió como una persona “moderada” quiso trasladar un mensaje de tranquilidad a los agricultores sobre el futuro del regadío tras unas semanas en las que algunos sectores han reclamado su posicionamiento público ante la postura inamovible de Teresa Ribera frente al futuro del trasvase y apenas dos días después de que el Gobierno aprobara los Planes Hidrológicos que marcarán la gestión del agua en España hasta 2027. “Quiero decir alto y claro que el Gobierno de España garantiza a nuestros regantes que podrán continuar haciéndolo en el futuro, a pesar de las circunstancias y del cambio climático que estamos enfrentando”, aseguró.

Tras la reunión con Ximo Puig, el ministro explicó que el regadío sostenible es esencial para el mantenimiento de una producción agrícola suficiente. En España, el 23,6% de la superficie cultivada es de regadío, 3,8 millones de hectáreas, pero en ella se obtiene más del 65% de la producción total, es decir, que el riego multiplica por tres la rentabilidad de los cultivos. En un contexto de reducción de las aguas superficiales y subterráneas como consecuencia del descenso de las precipitaciones, de un 12% desde el año 1980, “será necesario utilizar aguas no convencionales como las regeneradas y las desaladas”, explicó.

Y es que el ministro calificó como “joya” de la agricultura el regadío y explicó las opciones de uso de aguas no convencionales (procedentes de la depuración y de la desalación) como alternativa al agua que presumiblemente va a recortarse de las aportaciones del Tajo al Segura con los nuevos caudales ecológicos. Se encuadra así el ministro en la misma línea que Ximo Puig ha defendido en los últimos años: garantizar “agua para siempre”,



Planas calificó como “joya” de la agricultura el regadío y explicó las opciones de uso de aguas no convencionales. / RF

Ximo Puig calificó de “profundamente injustas” las declaraciones de la dirigente de Podemos a Juan Roig, añadiendo la no comprensión de ese ataque único a “una empresa valenciana”, y Planas exigió “educación y respeto cuando se expresan opiniones políticas”

“El Gobierno de España garantiza a nuestros regantes que podrán continuar haciéndolo en el futuro, a pesar de las circunstancias y del cambio climático que estamos enfrentando”, afirmó Luis Planas

aunque su procedencia no sea la que hasta ahora era habitual en la Vega Baja.

Más que entrar en polémicas entre competencias de ministerios, el ministro hizo hincapié en la nueva situación estructural a la que se enfrenta la agricultura. En un contexto marcado por el cambio climático, “el reto es mantener y aumentar la producción de alimentos con un menor consumo de recursos naturales”.

En esa línea, Luis Planas señaló que la obligación de cualquier Gobierno responsable comprometido con la agricultura es dotar de masas de aguas

suficientes para mantener el riego. El ministro insistió en lanzar un mensaje de “compromiso, tranquilidad y seguridad”, avalado por unas inversiones de más de 22.000 millones de euros en actuaciones en las cuencas hidrográficas.

El ministro reiteró el compromiso del Gobierno con la modernización de los regadíos sostenibles con un paquete de inversiones de más de 2.100 millones de euros hasta el año 2027 que no tiene precedentes históricos. El objetivo es conseguir una mayor eficiencia tanto en el uso del agua como en el consumo de energía de las redes de riego

con la incorporación de fuentes alternativas.

El president de la Generalitat, por su parte, insistió en el compromiso del Consell por garantizar “agua para siempre” al regadío de la Comunitat Valenciana, “que genera miles de puestos de trabajo y productos de enorme calidad”. Además, señaló la necesidad de aprovechar el agua del mar, las aguas subterráneas y a ser más eficientes con los recursos hídricos disponibles, a lo que contribuirá las actuaciones contempladas en el plan de modernización del regadío que está llevando a cabo el Ministerio de Agricultura.

Del mismo modo, se refirió a las ayudas que la Generalitat destinará a rebajar en 10 céntimos por metro cúbico el precio del agua desalada, y que ha cifrado en unos cuatro millones de euros, con el objetivo de “dar seguridad” a los regantes.

Dentro de las medidas extraordinarias de apoyo al sector agrario habilitadas por el Gobierno para hacer frente a las dificultades derivadas de la guerra en Ucrania, principalmente el incremento de los costes de producción, y la sequía, el ministro destacó por su repercusión en la Comunidad Valenciana, las ayudas por 37,9 millones de euros

Puig insistió en garantizar “agua para siempre” al regadío de la Comunitat Valenciana

abonadas al sector citrícola, de las que las dos terceras partes, 24 millones, corresponden a 26.800 productores valencianos.

■ LOS ATAQUES A MERCADONA

Las declaraciones de la dirigente de Podemos y ministra de Derechos Sociales y Agenda 2030, Ione Belarra sobre el presidente de Mercadona, Juan Roig, suscitaban las preguntas de los periodistas tanto al ministro como al president.

Ximo Puig calificó de “profundamente injustas” las declaraciones de la dirigente de Podemos, añadiendo la no comprensión de ese ataque único a “una empresa valenciana”. Afirmó que “se pueden tener ideas diferentes, pero, objetivamente, las declaraciones son injustas y no atienden a la realidad de los hechos”.

A la opinión del president se sumó la del ministro, el cual exigió “educación y respeto cuando se expresan opiniones políticas” y añadió que “se puede hablar y disentir sin necesidad de ofender a nadie”. Además, Planas explicó que se está llevando a cabo un seguimiento sobre la reducción del IVA “para que cada uno asuma su responsabilidad”.

■ TRATAMIENTO EN FRÍO

Ximo Puig instó al ministro de Agricultura a defender ante la Unión Europea, coincidiendo con la presidencia española del Consejo de la UE en el segundo semestre de 2023, la extensión de la aplicación del tratamiento en frío también a las mandarinas y otros cítricos procedentes de Sudáfrica.

El president de la Generalitat reiteró su agradecimiento a Luis Planas por su contribución a que el tratamiento en frío ya se aplique a las exportaciones de naranja sudafricana, pero insistió en consolidar este procedimiento “con el que demandamos reciprocidad, para que todos los actores juguemos con las mismas cartas en el marco europeo”.

■ PAC Y PERTE

En la reunión también se abordaron cuestiones como la aplicación de la nueva Política Agraria Común (PAC), que en esta comunidad suponen unas ayudas anuales en torno a 150 millones de euros para más de 46.000 agricultores y ganaderos.

El ministro señaló que la nueva PAC contiene aspectos muy positivos para la Comunidad Valenciana como el derecho a ayudas de la agricultura a tiempo parcial, el apoyo sin límite presupuestario a los programas de las organizaciones de productores de frutas y hortalizas, o las ayudas asociadas para el arroz y el olivar tradicional de Castellón.

El president de la Generalitat también solicitó el apoyo del Ministerio a los tres proyectos que han concurrido al PERTE agroalimentario y que cuentan con el respaldo de la Generalitat.

Se trata de tres iniciativas cuya inversión alcanza los 500 millones de euros y que permitirán crear más de 5.400 puestos de trabajo, dirigidos a la digitalización y la innovación en el sector agroalimentario valenciano.

La Xylella fastidiosa avanza sin control en Portugal

El Ministerio de Agricultura luso detecta la bacteria en 75 especies vegetales, incluidos todos los cítricos, el olivar y la viña

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. La última información publicada por el Ministerio de Agricultura de Portugal sobre la Xylella fastidiosa constata que los síntomas de esta bacteria se han detectado en un total de 75 especies de plantas, entre las cuales se encuentran todos los principales tipos de cítricos presentes en la Comunitat Valenciana (mandarino, naranjo, limón y pomelo), el olivar, la viña, el melocotón, el cerezo, plantas ornamentales (laurel, lavanda, adelfa, rosa, etc.) o el roble. Además, según datos actualizados en el pasado mes de diciembre, la enfermedad se ha expandido a diez nuevas localidades de tres concejos en la zona de Oporto.

Ante estas revelaciones oficiales, la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) manifiesta su “extraordinaria



La Xylella fastidiosa da un salto cuantitativo y cualitativo en Portugal. / ARCHIVO

La Xylella fastidiosa se ha expandido a diez nuevas localidades de tres concejos en la zona de Oporto

preocupación por el salto cuantitativo y cualitativo en la expansión de la Xylella fastidiosa en el país vecino porque supone un riesgo exponencial tanto para la agricultura española como europea”.

Por ello, la organización presidida por Cristóbal Aguado urge a las administraciones de Portugal y de España a extremar todas las medidas de control con el objetivo de frenar el avance e impedir la introducción de esta enfermedad, así como del vector transmisor del Huanglongbing (HLB) Trioza erytreae que ya se halla en El Algarve, cada vez más próximo de las plantaciones cítricas de Huelva.

Al respecto, AVA-Asaja participa en dos proyectos de investigación dirigidos a la prevención del HLB. Por un lado, LIFE Vida for Citrus trata de proteger al sector de los cítricos desarrollando plantas resistentes a la enfermedad, y con la idea de establecer prácticas culturales respetuosas con el medioambiente. Por otro lado, el programa H2020 Pre-HLB pretende implementar acciones preventivas para limitar la introducción potencial del HLB y reducir su impacto económico en la UE.

OPINIÓN

El hachazo al trasvase Tajo-Segura

Por SANTIAGO PASCUAL (*)

La decisión del MITECO de modificar los criterios y caudales ecológicos para el río Tajo a su paso por Aranjuez, supone para las comarcas receptoras de las aguas del trasvase Tajo-Segura un verdadero hachazo a su futuro ya que en la práctica reducirá los volúmenes de agua a trasvasar a la mitad. Si en los últimos años hemos venido recibiendo una media de 200 hectómetros cúbicos anuales para los regadíos, a partir de ahora solo podremos recibir unos 100 hectómetros.

En una situación de crisis como la que vivimos, con los costes disparados y los problemas derivados de la guerra en Ucrania, esta reducción de los volúmenes de agua del trasvase supondrá que más de diez mil familias que regantan explotaciones pequeñas y medianas, heredadas de generaciones anteriores, se verán obligadas a dejar de cultivar sus tierras. Teniendo en cuenta los márgenes tan exiguos, cuando no negativos, con los que trabajan estos productores, los problemas con el agua pueden ser la puntilla que les impida seguir trabajando sus explotaciones.

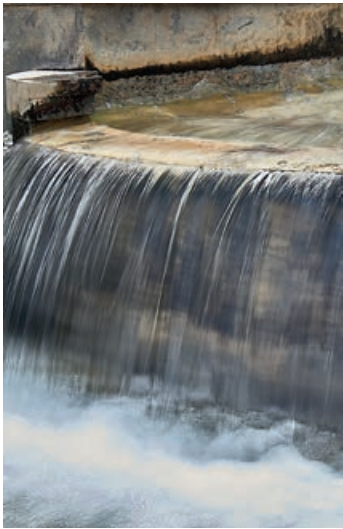
Hoy, todos los agricultores de nuestras comarcas se ven obligados a desarrollar su actividad con una importante limitación en el uso de abonos químicos y de productos para la lucha contra las plagas. Y en este tema la

mayoría de los productores confían ya en métodos biológicos de control. Pero no podemos olvidar que para desarrollar con éxito la estrategia europea ‘De la Granja a la Mesa’, los agricultores precisan de agua en cantidad y calidad suficientes para sacar adelante sus cultivos de profesional.

Esa necesidad fue la que nos llevó a batallar en Madrid, primero frente al MITECO y luego ante la Moncloa. Tratamos por todos los medios que se escuchara nuestro mensaje de que “el agua es esencial para los agricultores y ganaderos” y que el agua del trasvase tiene una calidad buena, y pese a las vicisitudes de años anteriores, el volumen de agua trasvasada nos ha permitido sacar adelante los cultivos con garantías.

La decisión unilateral de la ministra Teresa Ribera, desautorizada por parte del Consejo de Estado, e incluso por el informe del CEDEX, ha sido finalmente impuesta con el aval del Consejo de Ministros, lo que supone la puntilla para miles de explotaciones que han venido cultivando en los límites de la necesaria rentabilidad de los cultivos.

Una vez aprobados los planes de las diferentes cuencas hidrográficas, en el caso del Tajo ya conocemos la injusticia, y para que la cruda realidad no se nos acabe por atragantar, al mismo tiempo garantizan el coste del agua proveniente de las plantas



El agua del trasvase permite a los agricultores sacar adelante sus cultivos. / ARCHIVO

desaladoras a 0,34 céntimos el metro cúbico, lo que permitirá utilizar esas aguas, siempre que desde el MITECO se garantice la desalación con la necesaria atención a la no presencia de ciertos elementos que pudieran suponer un riesgo si no se mantienen en los límites soportables por las tierras de cultivo.

Desde la Generalitat Valenciana se ha dado un paso importante, al prometer una ayuda a los agricultores que utilicen las aguas de las desaladoras, que consiste en una rebaja de diez céntimos, lo que deja el coste en 24 céntimos.

El plan del Gobierno contempla que el caudal ecológico a su paso por Aranjuez aumentará de forma progresiva en los próximos cuatro años, es decir, el ‘robo’ de más de cien hectómetros cúbicos se realizará poco a poco, hasta ver si los daños por el hachazo al trasvase no son tan grandes como cabe esperar.

Está muy claro que el trasvase Tajo-Segura continúa vivo y que seguirá aportando caudales para el consumo en las ciudades y pueblos de nuestras comarcas, y en parte también para los riegos, y eso es lo que nos da más fuerza para seguir exigiendo, justo como gritábamos a las puertas de la Moncloa, que se nos repongan los volúmenes que por término medio veníamos recibiendo.

Otra de nuestras reivindicaciones es la exigencia a Teresa Ribera para que a la mayor celeridad posible se actúe en todas las aguas residuales que desde Madrid y su área metropolitana se vierten a los afluentes del Tajo sin depurar, ya que la obligación de depurar las aguas viene de lejos, desde el año 2000 cuando se publicó la Directiva Marco del Agua y que, pese a las demoras y plazos pedidos, aún no se ha actuado eficazmente.

Necesitan el agua que nos pertenece a nosotros para lavar el río a su paso por Aranjuez y Toledo de tal forma que las aguas residuales circulen sin causar malos olores. Si Madrid y su área

metropolitana depuraran todas las aguas residuales que vierten al Tajo no necesitarían ni un solo metro cúbico del trasvase, y los regantes podríamos estar tranquilos, salvo por las amenazas que sobre todas las masas de agua supone el cambio climático al que estamos sometidos.

Somos conscientes de que el escenario climático evolucionará a peor, pero es la obligación de los gobiernos, antes de quitar el agua a los regantes, analizar de manera científica las repercusiones y tratar por todos los medios de que nadie salga muy perjudicado.

Y eso, el informe del CEDEX lo deja meridianamente claro. No se han realizado todos los estudios necesarios y siempre previos a la adopción de determinadas medidas, y más aún si esas medidas causan tantísimo daño como el hachazo al trasvase Tajo-Segura que se acaba de perpetrar.

Desde el SCRATS, desde Riegos de Levante, desde las organizaciones agrarias, desde todas las familias de Almería, Murcia y Alicante, seguiremos batallando y tratando de expresar alto y claro que el agua tiene que seguir llegando porque es justo y es legal. Por eso llevaremos nuestra voz a todos los ámbitos de la política y de la administración, incluyendo al Parlamento Europeo. Trataremos de trasladar la veracidad de nuestro mensaje y la injusticia cometida por este hachazo que la ministra Teresa Ribera le ha perpetrado al trasvase Tajo-Segura.

(*) Representante de La Unió Llauradora i Ramadera de Elche

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 26 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	4,50
Almendra	7,00
Pomelo	1,10
Avellana	6,50
Kaki	2,00
Carambolas	4,00
Castañas	3,50
Cerezas	8,00
Cocos	1,10
Membrillo	1,20
Dátiles	4,00
Feijoas	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	4,00
Granada	1,50
Mandarina Clementina	0,90
Satsuma	1,30
Otras	2,30
Mangos	3,50
Maracuyá	8,00
Melón Galia	0,75
Amarillo	0,80
Piel de Sapo	1,50
Otros	1,10
Moras	16,50
Nashi	2,10
Nectarina Blanca	3,00
Amarilla	3,00
Níspero	4,00
Nueces	4,00
Olivas	1,80
Papayas	4,00
Pera Blanquilla	1,10
Verano	0,50
Invierno	1,30
Temprana	1,10
Piña	1,40
Pitahaya	7,80
Plátanos Canario	1,20
Importación	1,10
Manzana Bicolor	0,90
Amarilla	0,90
Verde	1,30
Roja	0,90
Otras	1,40
Melocotón Amarillo	2,50
Rojo Pulpa Blanca	1,20
Rojo Pulpa Amarilla	1,20
Ciruela	2,40
Uva Blanca	3,00
Negra	2,60
Rambután	12,50
Sandía con semilla	1,30
Sin semilla	0,60
Naranja	0,90
Chirimoya	4,00
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	1,40
Redonda	2,20
Ajo Seco	2,80
Tierno	0,60
Apio	0,70
Acelgas	0,55
Batata	1,00
Borrajá	1,00
Brócoli	1,00
Brécol	1,80
Calçots	0,12
Calabaza	0,70
Calabacín	1,50

Cardo	0,90
Alcachofa	3,00
Cebolla Seca	0,80
Figueras	1,00
Tierna	1,30
Pepino	1,50
Col Repollo	1,60
Bruselas	1,60
Lombarda	0,60
China	0,70
Coliflor	2,20
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	1,30
Larga	0,75
Otras	0,70
Endivia	1,20
Escarola	0,70
Espárragos Blancos	5,00
Verdes	8,50
Espinaca	0,80
Haba	2,00
Hinojo	1,30
Perejil	0,50
Judía Bobi	3,50
Perona	3,25
Fina	1,80
Otras	3,50
Nabo	0,90
Zanahoria	0,60
Patata Blanca	0,65
Temprana	0,50
Roja	0,60
Pimiento Lamuyo	1,30
Verde	1,20
Rojo	1,40
Guisante	4,00
Puerro	1,15
Rábano	0,40
Remolacha	0,70
Tomate Maduro	1,00
Verde	1,80
Chirivía	1,20
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	6,50
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

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 16 al 22 de enero de 2023, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	3,30
Aguacate Hass	1,82
Fresón Ventana	5,00
Granada Mollar Elche	1,45
Lima Otras Variedades	0,44
Limón Verna	0,80
Mandarina Clemenule	0,60
Hernandina	1,13
Clemenvilla o Nova	0,94
Mango Tommy Atkins	5,00
Manzana Fuji	1,30
Golden	1,30
Royal Gala	1,10
Naranja Navelina	0,50
Pera Conferencia	1,60
Ercolini / Morettini	3,76
Pomelo Amarillo	0,93
Uva Blanca Otras Variedades	1,40
Negra Otras Variedades	1,91
Sin Semilla Blanca	2,61
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas	0,60
Hojas Rizadas Lyon	0,70
Ajo Morado	2,02
Tierno o Ajete	2,00
Alcachofa Blanca de Tudela	0,81
Apio Verde	0,60
Berenjena Morada	1,04

Boniato o Batata	1,00
Brocoli o Brócoli o Brecol	1,50
Calabacín Verde	1,09
Calabaza De Verano	0,50
De Invierno	0,50
Cardo	1,00
Cebolla Tierna	3,00
Chirivía	1,00
Col de Hojas Lisas	0,40
Lombarda o Repollo Rojo	0,40
Repollo de Hojas Rizadas	0,50
Otras Variedades	0,80
Coliflor	1,50
Escarola Rizada o Friséé	1,00
Lisa	1,00
Espinaca	0,80
Guisante	2,77
Haba Verde o Habichuela	3,50
Jengibre	2,10
Lechuga Batavia	1,00
Cogollo	2,40
Hoja de Roble	1,00
Iceberg	1,20
Romana	0,50
Lollo Rosso	1,20
Otras Variedades	0,71
Maíz o Millo	0,88
Nabo	0,90
Pepino Corto o Tipo Español	1,90
Perejil	0,60
Pimiento Rojo Lamuyo	0,85
Verde Padrón	1,74
Verde Cristal	0,77
Puerro	1,00
Remolacha Común o Roja	0,75
Rábano y Rabanilla	1,20
Resto de Hortalizas	0,60
Seta Champiñón	2,22
Tomate Daniela / Long Life / Royesta	1,55
Liso Rojo Rama	1,36
Asurcado Verde Raff	1,37
Verde Mazarrón	0,78
Zanahoria Nantesa	0,50
En Rama	0,74
PATATAS	Euros/kg
Blanca Liseta (Granel)	0,82
Blanca Otras Variedades (Granel)	1,00
Blanca Spunta (Granel)	1,00
Roja Otras Variedades (Confecc.)	2,30

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 16 al 22 de enero de 2023. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,86
Albaricoque	4,75
Almendra	8,25
Castaña	4,88
Cereza / Picota	13,00
Chirimoya	3,23
Dátil	6,35
Fresa / Fresón	4,11
Granada	1,75
Kaki Pérsimon	2,49
Kiwi / Zespi	2,81
Lima	1,38
Limón	1,03
Mandarina Clementina / Fortuna /	
Nadorcott	1,41
Clemenules	1,20
Clemenvilla	1,39
Hernandina	1,30
Mango	1,77
Manzanas O.V.	2,18
Pink Lady	2,16
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,62
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,30
Royal Gala / Cardinale	1,36
Starking / Red Chief / Glostes /	
Galaxia	1,43
Melón / Galia / Coca	1,64
Naranja Navel	0,86
Navelina	0,77
Salustiana	0,67
O. V. / Malta /	
Minolta / Barberina	1,40

Navel Late / Nanelate / Lanelate	0,88
Nuez	4,77
Papaya	1,90
Pera Conferencia / Decana	1,53
Ercolini / Etrusca	2,05
Blanquilla o Agua	1,37
Limonera	1,15
Piña	1,38
Plátano	1,36
Banana	0,96
Pomelo / Rubi Start	1,02
Uva	3,00
Otros Frutos Secos	11,59
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,84
Ajo Seco	2,70
Tierno	12,50
Alcachofa	1,39
Apio	1,12
Berenjena	1,17
Batata / Boniato	1,04
Brócoli / Brecol	1,94
Calabacín	1,12
Calabaza / Marrueco	0,79
Cardo	1,12
Cebolla / Chalota	0,98
Cebolleta	1,28
Champiñón	2,22
Col Repollo	0,57
Lombarda	0,89
Coliflor / Romanescu	1,02
Escarola	1,45
Espárrago Verde	6,14
Espinaca	1,32
Haba Verde	2,31
Judía Verde Fina (Brasileña)	4,68
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	3,17
Lechuga O.V.	0,67
Cogollo	1,90
Iceberg	0,99
Nabo	0,88
Pepino	1,19
Perejil	1,48
Pimiento Verde	1,33
Rojo (Asar)	1,32
Puerro	1,54
Rábano / Rabanilla	1,89
Remolacha	2,03
Seta	4,04
Tomate O.V.	1,36
Cherry	3,01
Daniela	1,16
Zanahoria	0,82
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,76
Añeja	0,56
De Siembra	0,69

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 23 al 27 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
Cereza Picota	13,95
Ciruela Golden Japan y Songold	2,35
Otras Familia Black	1,45
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	5,45
Verdal	6,95
Kaki Rojo Brillante o Persimón	3,45
Otras Variedades	3,45
Kiwi Kiwigold	5,95
Pulpa Verde	3,70
Limón Fino o Primafiori	1,04
Otras Variedades	1,04
Verna	1,03
Litchi	4,45
Mandarina Clemenlate	1,53

Clemenule	1,54
Clemenvilla o Nova	1,60
Ortanique	1,55
Manga Kent	4,45
Manzanas Fuji	2,04
Golden	1,75
Royal Gala	1,75
Granny Smith	1,65
Otras Variedades	1,60
Staking o Similares	1,75
Reineta	2,13
Melón Piel de Sapo	2,45
Amarillo	1,75
Naranja Valencia Late	1,02
Otras Variedades	1,03
Lane Late	1,05
Navelina	1,03
Navel	1,00
Navel Late	1,01
Nuez	4,03
Papaya Grupo Solo y Sunrise	0,95
Papayón (2-3 kg/ud)	0,75
Pera Conferencia	1,34
Otras Variedades	1,80
Limonera	1,75
Agua o Blanquilla	1,35
Ercolini / Morettini	3,20
Piña Golden Sweet	5,95
Plátanos Canarias Primera	1,45
Canarias Segunda	1,30
Canarias Extra	1,60
Pomelo Rojo	1,05
Amarillo	1,05
Sandía Con Semilla	2,95
Sin semilla	2,95
Uva Red Globe, Roja	3,45
Negra Otras Variedades	3,75
Blanca Otras Variedades	3,45
Resto de frutas	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	1,45
Ajo Blanco	2,55
Morado	2,55
Tierno o Ajete	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	1,35
Berros	2,08
Boniato o Batata	1,67
Brócoli, Brecol o Brócoli	1,35
Calabacín Blanco	2,41
Verde	0,55
Calabaza de Verano	0,95
De Invierno	0,95
Cebolla Grano Oro o Valenciana	1,37
Morada	1,25
Recas o Similares	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna	0,95
Col China o Pekinensis	1,75
Lombarda o Repollo Rojo	1,34
Repollo Hojas Rizadas	0,36
De Bruselas	3,95
Coliflor	1,45
Endivia	1,30
Escarola Rizada o Friséé	1,40
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby	3,99
Verde Otras Variedades	2,86
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,35
Maíz o Millo	1,45
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
Rojo Lamuyo	1,84
Verde Italiano	2,44
Verde Padrón	3,10
Otras Variedades	1,85
Puerro	2,30
Rábano y Rabanilla	0,65
Remolacha Común o Roja	1,30

MERCADOS NACIONALES

Seta Champiñón	2,45
Gírgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,95
Liso Rojo Daniela/	
Long Life/Royesta.....	1,87
Liso Rojo Canario.....	1,35
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	1,54
Jengibre.....	2,25
Ñame o Yame	3,85
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	0,95
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas.....	0,80
PATATAS (Granel) Euros/kg	
Blanca, Otras Variedades.....	1,45
Blanca Spunta.....	1,65
Otras Variedades.....	0,95
Roja Otras Variedades	1,35

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 24 al 27 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Chirimoyas.....	3,50-3,90
Mandarina Clementina	1,60
Limones.....	1,00-1,30
Manzana Golden	1,00
Naranja Navelina	0,70
Pera Blanquilla.....	1,30
Piñas	1,30
Plátanos	1,15
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofas.....	2,50-2,40
Lechuga.....	0,56-0,54
Cebolla.....	0,65-0,67
Coliflor	1,20-1,45
Judía Verde	5,00
Patatas Calidad.....	0,56
Pimientos Verdes.....	1,80-1,90
Tomate Maduro.....	1,10-1,15
Tomate Verde.....	2,20
Zanahoria	0,68

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 24 al 27 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Chirimoyas.....	3,26
Mandarina Clementina	0,90
Limones.....	1,07
Manzana Golden	1,04
Roja	1,27
Naranja Navelina	1,14
Pera Blanquilla.....	1,16
Piñas	1,26
Plátanos	1,08
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofas.....	1,67
Lechuga.....	0,75
Cebolla	0,72
Coliflor	0,92
Judía Verde	3,34
Patatas Calidad.....	0,53
Pimientos Verdes.....	1,98
Tomate Verde.....	1,85
Zanahorias.....	0,65

Mercamurcia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 23 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Murcia. Precios orientativos de mayorista a detallista, puestos en mercado y con envasado standard.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacate Fuerte.....	3,30
Hass.....	2,80
Otras Variedades.....	2,50
Almendra Seca	8,00
Caña de Azúcar	1,00
Castaña	4,00
Cereza Otras Variedades.....	14,00
Chirimoya Otras Variedades	3,25
Coco en Seco	0,95
Dátil Deglet Nour	3,60
Medjooul.....	9,00
Otras Variedades.....	3,50
Fresón Otras Variedades	3,75
Granada Mollar Elche.....	1,50
Otras Variedades.....	1,25
Guayaba	2,80
Higo Chumo.....	4,00
Kaki Otras Variedades.....	1,80
Kiwi Otras Variedades.....	2,60
Pulpa Verde.....	2,60

Lima Mejicana.....	2,75
Limón Fino o Primafiori.....	0,60
Mandarina Clemenules.....	1,50
Otras Variedades.....	2,00
Clemenvilla o Nova.....	1,50
Mango Haden	2,90
Tommy Atkins.....	2,80
Otras Variedades.....	2,30
Manzana Golden	1,15
Starking o Similares	1,15
Granny Smith	1,50
Royal Gala.....	1,30
Fuji.....	1,30
Verde Doncella	1,60
Pink Lady	1,80
Melón Piel de Sapo	1,80
Mebrillo Común	1,00
Naranja Navel	0,70
Navelina.....	0,50
Navel Late	0,65
Nuez.....	3,80
Papaya Solo Y Sunrise.....	3,00
Papaya o Papayón	3,10
Otras Variedades.....	2,50
Pera Conferencia.....	1,40
Ercolini / Morettini.....	2,00
Agua o Blanquilla.....	1,10
Limonera	1,00
Piña Otras Variedades.....	1,00
Golden Sweet.....	1,30
Plátano Canarias Extra	1,30
Canarias 1ª	1,10
Canarias 2ª	1,00
Americano o Banana	0,95
Macho.....	2,00
Otras Variedades.....	0,85
Pomelo Rojo.....	0,70
Uva Sin Semilla Negra	3,00
Sin Semilla Blanca	2,80
Tamarindo	3,00

HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga Hojas Lisas.....	0,65
Ajo Blanco	2,80
Morado.....	2,75
Tierno o Ajete	3,50
Otras Variedades.....	2,25
Alcachofa Blanca Tudela	1,70
Otras Variedades.....	1,60
Apio Verde	0,55
Apionabo.....	0,65
Berenjena Otras Variedades	1,80
Morada	1,60
Boniato o Batata	0,95
Bróculo o Brócoli o Brécol.....	1,50
Calabacín Verde	1,80
Blanco.....	1,90
Calabaza de Verano.....	1,00
De Invierno.....	2,00
Otras Variedades.....	1,00
Cardo	0,95
Cebolla Grano de Oro.....	0,70
Babosa.....	0,50
Morada	0,85
Cebolleta o Tierna.....	0,80
Blanca Dulce de Ebro.....	1,40
Francesa o Echalote	1,30
Chirivía	1,15
Col Repollo Hojas Rizadas	1,00
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,65
De Bruselas	3,50
Hojas Lisas	1,40
Coliflor.....	1,60
Endivia.....	2,20
Escarola Rizada o Frisée	1,20
Lisa	1,20
Espárrago Verde o Triguero	3,20
Espinaca	1,10
Guindilla Verde.....	1,70
Roja	1,60
Guisante	4,00
Haba Verde o Habichuela	2,00
Hinojo	1,20
Judía Verde Fina.....	9,00
Boby	4,00
Perona	3,00
Laurel	0,90
Lechuga Romana	0,55
Iceberg	0,75
Cogollo	1,20
Hoja de Roble.....	1,50
Lollo Rosso.....	1,50
Otras Variedades.....	0,40
Nabo	1,00
Pepino Corto Tipo Español	1,70
Perejil.....	1,20
Pimiento Verde Italiano.....	1,70
Rojo Lamuyo	1,50
Amarillo California	1,60
Rojo California	1,60
Verde Padrón.....	3,75
Puerro.....	0,80

Rábano y Rabanilla	1,50
Remolacha Común o Roja	0,70
Seta Champiñón.....	2,30
Gírgola o Chopo	3,60
Tomate Liso Rojo Daniela /	
Long Life / Royesta	1,30
Liso Rojo Rama.....	1,50
Liso Rojo Pera.....	1,40
Cherry	2,00
Liso Verde Rambo.....	1,75
Liso Rojo Tipo Canario	1,25
Liso Verde Mazarrón	1,40
Asurcado Verde Raf	3,50
Kumato	2,40
Otras Variedades.....	1,50
Muchamiel	3,00
Zanahoria en Rama	0,70
Nantesa	0,60
Jengibre	2,80
Ñame o Yame.....	1,50
Ocra o Quimbombó.....	2,50
Tamarillo Otras Variedades.....	4,50
Yuca o Tapioca o Mandioca	2,40
Hortalizas IV Gama	3,00
PATATAS Euros/kg	
Nuevas.....	0,90
Blanca Spunta Granel.....	0,65
Glanca Agria Granel	0,65
Blanca Agria Confecc.....	0,60
Roja Otras Variedades Granel.....	0,75

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 20 al 27 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Chirimoyas.....	4,00
Mandarina Clementina	1,24-1,06
Limones.....	0,77-0,69
Manzana Golden	1,28-1,43
Roja.....	1,25-1,16
Naranja Navelina	0,56-0,45
Pera Blanquilla.....	1,66-1,54
Piñas	1,31-1,10
Plátanos	1,17-1,04
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofas.....	1,70-1,94
Lechuga.....	0,66-0,71
Cebolla	0,85-0,84
Coliflor	0,87-1,01
Judía Verde	3,34-3,00
Patatas Calidad.....	0,75
Pimientos Verdes.....	1,75-1,74
Tomate	
Maduro.....	1,69-1,55
Verde.....	1,96-1,86
Zanahorias.....	0,66-0,72

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 16 al 22 de enero de 2023, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacates Hass (local)	3,50
Fuerte (local)	3,00
Otros (local)	3,50
Kakis (no local)	2,45
Cerezas (no local).....	11,00
Ciruelas Moradas (no local)	1,85
Cocos (no local)	1,10
Chirimoya (no local)	4,70
Fresones (local)	9,00
(no local).....	3,95
Granadas (no local)	2,25
Limón Común (local)	1,00
Primofiori (no local)	1,05
Verna (no local).....	1,10
Mandarinas Otras (local)	1,80
Otras (no local).....	1,70
Clementinas (no local)	2,00
Manzanas Otras (no local).....	2,15
Fuji (no local)	1,30
Fuji (local)	1,60
Granny Smith (no local)	1,25
Royal Gala (no local).....	1,00
Golden (no local)	1,25
Reineta (no local)	2,15
Red Chief (no local)	1,45
Melocotón Rojo (no local).....	7,50
Melones Piel de Sapo (no local)	2,60
Naranja Zumo Pequeña (local)	0,80
Extra Pais (no local)	1,00
Extra Pais (local)	1,00
Navelinas (no local)	0,95
Lane late (no local)	1,00
Nectarinas (no local)	7,50
Peras Devoe (no local)	2,20
Conference (no local)	1,20

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 16 al 22 de noviembre de 2022. Precios origen. Semana 03/2023.

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 limón Fino Español entra en la segunda mitad de su campaña, con un nivel de oferta que se mantiene ligeramente por debajo de la media debido a la menor cosecha, lo que también permite una cierta tensión sobre todo en el mercado en origen. Sin embargo, algunos elementos generan preocupación: sobre todo la caída de las exportaciones y del volumen enviado a industria, que en definitiva significa menos limones recolectados y que posiblemente compensa la caída de aforo. La tendencia postcovid de descenso de consumo se aprecia en todas las frutas y hortalizas con datos de caída generalizada en todos los productos.

POMELO

Pomelo Rojo (Murcia): 0,26-0,30 €/Kg

Sin cambios. Del lado de la oferta los volúmenes de los principales orígenes (España, Israel, Turquía) siguen la dinámica de ser limitados debido a la reducción de cosecha. La demanda se mantiene razonablemente, aunque hay algunas operaciones de promoción en el comercio minorista. Gracias a que la oferta es limitada se mantiene un buen equilibrio del mercado y los precios se mantienen globalmente.

Blanquilla (no local).....	1,60
Limonera (no local)	1,40
Lima (local)	2,00
(no local).....	3,30
Piña Tropical (local)	4,00
Dulce (local)	4,00
Plátanos Extra (local)	1,40
Primera (local)	0,90
Segunda (local).....	0,75
Pomelos (no local).....	1,55
(local).....	1,20
Sandías (local).....	1,80
Sandías (no local)	3,00
Listada Sin Pepitas (local).....	2,00
Listada Sin Pepitas (no local).....	3,00
Uva Otras Blanca (no local).....	2,10
Red Globe (no local)	2,80
Aledo (no local)	1,85
Papaya Hawaiana (local).....	0,80
Cubana (local).....	0,70
Híbrida (local).....	0,70
Híbrida (no local)	0,70
Otras (local).....	0,70
Guayaba (local)	2,50
(no local).....	2,50
Mangas (local)	4,50
(no local).....	3,80
Kiwi (no local)	1,55
Kiwano (local)	1,80
Frambuesa (no local)	12,50
(local)	12,00
Higos Picos (local)	2,00
Parchita (local)	3,60
Moras (no local)	20,00
Carambola (local).....	2,50
Arándanos (no local)	12, 00
Pitaya Otras (no local)	4, 50
(local).....	4, 50
HORTALIZAS.....Euros/kg	
Acelga (local)	0,30
Ajos (no local).....	3,25
Albahaca (local)	7,50
Apio (local)	2,00
(no local).....	1,60
Berenjenas Moradas (local).....	1,40
Moradas (no local).....	1,70
Bubangos (local)	3,00
Calabacines (local)	1,60
Calabacines (no local).....	2,00
Redondos (local).....	2,20
Zucchini (local)	1,50
Zucchini (no local)	1,50
Calabazas (local)	0,80
(no local).....	0,80
Cebollas Cebolletas (local).....	3,80
Blancas (local)	1,50
Blancas (no local)	1,05
Moradas (no local).....	1,45
Moradas (local)	2,00
Cebollino (local)	10,00
Coles Repollo (local).....	0,60
Lombarda (local).....	1,50
Coliflor (local)	2,20
(no local).....	2,10
Champiñón (no local).....	2,60
Endivia (no local).....	2,80
Escarolas (local)	0,70
Espinacas (local).....	3,50

Espárrago Blanco (no local)	10,50
Triguero (no local).....	4,50
Habichuelas Redondas Boby (local) .	3,50
Redondas Boby (no local)	3,50
Coco Planas (local)	3,00
Lechugas Batavia (local).....	1,50
Iceberg (local).....	1,80
Hoja de Roble (local)	2,40
Lollo Rosso (local).....	2,40
Romana Alargada (local).....	2,40
Nabos (local).....	2,00
(no local).....	1,50
Colinabos (local)	1,80
Pepinos (no local).....	1,00
(local).....	1,20
Perejil (local)	3,90
Pimientos Verdes (local).....	2,00
Verdes (no local).....	2,00
Rojo (local).....	2,20
Rojo (no local)	1,85
Padrón (local)	2,80
Padrón (no local)	2,85
Amarillo (local).....	2,50
Puerros (local)	2,60
(no local).....	2,80
Rabanillas (local).....	1,00
Rábanos (local)	4,00
Romero (local).....	15,00
Rúcula (local)	4,80
Setas (local)	5,50
Tomates Pera (local)	1,50
Pera (no local)	1,65
Salsa (local).....	1,00
Salsa (no local)	0,90
Ensalada (local)	1,50
Ensalada (no local)	2,50
Cherry (local).....	2,30
Cherry (no local).....	3,60
Raff (no local).....	2,10
Tamarillo (local).....	1,60
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (local).....	1,20
Segunda (no local).....	0,80
Primera (local)	2,20
Batatas Otras (local).....	1,20
Yema Huevo (local).....	1,50
Blancas (local).....	1,20
Lanzarote (no local)	1,40
Pimientos Otras (local).....	6,00
Palmeras Secas (local).....	25,00
Palmera (local).....	5,50
Berros (local).....	1,70
Beterrada (local).....	2,00
(no local).....	1,10
Cilantro (local)	4,20
Chayote (local)	2,00
Piña Millo Dulce (local).....	3,90
Ñames (local).....	6,00
Yuca (no local)	3,05
Piña de Millo (local).....	4,20
Brecol (local).....	2,50
Hierba Huerto (local)	4,50
PATATAS Euros/kg	
Patatas	
Otras Blancas (local)	0,70
Otras Blancas (no local)	0,75
Up To Date (local).....	1,60
King Edward (no local).....	0,80

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 3, del 16 al 22 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	0,46-0,50	Castellón
Hernandina	0,42-0,47	L. Valencia
Sando	0,48-0,55	Castellón
OTRAS MANDARINAS E HÍBRIDOS		
Murina	0,68	Castellón
Nadorcott	0,80-1,00	Alicante
Nadorcott	0,60-0,73	Castellón
Nadorcott	0,68-0,88	Valencia
Nadorcott	0,72-0,90	L. Valencia
Orri	1,10-1,35	Alicante
Orri	0,97-1,23	Valencia
Orri	1,08-1,35	L. Valencia
Ortanique	0,28-0,38	Alicante
Ortanique	0,27-0,30	Castellón
Ortanique	0,21-0,42	Valencia
Ortanique	0,25-0,34	L. Valencia
Tango	0,85	Alicante
Tango	0,73-1,00	Castellón
Tango	0,68-0,88	Valencia
Tango	0,72-0,95	L. Valencia
NARANJAS NAVEL		
Navel Lane Late	0,32-0,40	Alicante
Navel Lane Late	0,26-0,35	Castellón
Navel Lane Late	0,21-0,42	Valencia
Navel Lane Late	0,25-0,38	L. Valencia
Navel Powel	0,28-0,51	Valencia
Navel Powel	0,30-0,42	L. Valencia

Washington Navel	0,19-0,27	Castellón
Washington Navel	0,19-0,28	L. Valencia
NARANJAS BLANCAS		
Valencia Late	0,33-0,44	Alicante
Valencia Late	0,34-0,42	L. Valencia
NARANJAS SANGUINAS		
Sanguinelli	0,30-0,64	Valencia
LIMÓN FINO		
Limón Fino	0,30-0,38	Alicante
POMELO ROJO		
Pomelo Rojo	0,20-0,30	Alicante
FRUTAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Granada Mollar	0,53	Alicante
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,40-0,55	Alicante
Ajo Tierno	0,85-2,80	Alicante
Alcachofa Consumo Fresco	0,40-1,89	Alicante
Consumo Fresco	0,90-3,00	Castellón
Consumo Fresco	1,32-2,11	Valencia
Industria Corazones	0,30-1,04	Alicante
Industria Perolas	0,15-0,18	Alicante
Industria Troceado	0,26-0,32	Alicante
Apio Verde	0,16-0,40	Alicante
Berenjena Rayada	1,16-1,29	Alicante
Boniato Rojo	0,41-0,69	Alicante
Blanco	0,61-0,70	Castellón
Calabacín	0,89-1,12	Alicante
Blanco	1,49	Castellón

Calabaza		
Redonda	0,54-0,60	Alicante
Redonda	0,88-1,06	Valencia
Tipo Cacahuete	0,28-0,41	Alicante
Tipo Cacahuete	0,53-0,62	Valencia
Cebolla Tierna (Manojo 3 uds)	0,41-0,68	Alicante
Tierna	0,80	Castellón
Tierna	0,53-0,75	Valencia
Col China	0,50-0,55	Castellón
Lombarda	0,30-0,35	Castellón
Brócoli	0,40-1,00	Alicante
Brócoli	0,67	Castellón
Brócoli Industria	0,20-0,26	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,28-0,40	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,33	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,34-0,39	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,28-0,40	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,33-0,67	Castellón
Coliflor Blanca	0,51-0,82	Alicante
Blanca	0,50-1,00	Castellón
Blanca	0,65-0,87	Valencia
Escarola		
Hoja Rizada	0,25-0,33	Alicante
Hola Rizada	0,50	Castellón
Hoja Rizada	0,35-0,41	Valencia
Hoja Ancha Lisa	0,31	Castellón
Espinaca	0,91-1,20	Alicante
Haba Muchamiel	1,43-1,83	Alicante
Lechuga Maravilla	0,30-0,51	Castellón
Romana	0,16-0,49	Alicante

Romana	0,21-0,38	Castellón
Romana	0,16-0,49	Valencia
Little Gem	0,27-0,39	Alicante
Iceberg	0,35-0,52	Alicante
Trocadero	0,45	Alicante
Patata Blanca	0,53-0,70	Alicante
Pepino Blanco	0,86-0,95	Alicante
Tomate		
Acostillado	1,02-1,42	Alicante
Daniela	1,08-1,10	Alicante
Zanahoria	0,20-0,21	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	3,61-3,71	Alicante
Comuna	3,55-3,60	Castellón
Largueta	5,06-5,16	Alicante
Marcona	6,81-6,91	Alicante
Marcona	6,75-7,25	Castellón
Planeta	3,66-3,76	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
ACEITE		
Oliva Lampante >2º	4,40-5,00	Castellón
Oliva Virgen 0,8º-2º	5,15-5,25	Castellón
Oliva Virgen Extra	5,40-5,60	Castellón
Garrofa Entera	0,90-1,15	Castellón
MIEL		
De Milflores	3,10	Castellón
De Azahar	4,00	Castellón

Cara (local).....	1,40
Rosada (local).....	2,00
Negra (local).....	5,50
Negra Oro (local).....	6,00
Slaney (local).....	1,30
Red-Cara / Druid (local)	1,40
Colorada Baga (local)	4,50
Azucena (local).....	3,50
Galáctica (local).....	1,50
Rooster (local)	1,80

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 24 al 27 de enero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	2,00-3,00
Mandarina Clementina	1,25-1,20
Limones.....	0,90
Manzana Golden	0,90
Roja	1,20
Naranja Navelina.....	0,50
Pera Blanquilla.....	1,25-1,20
Piñas	1,25
Plátanos	0,80-0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas.....	1,25-1,50
Lechuga.....	0,50
Cebolla	0,60
Coliflor	0,80
Judía Verde	5,00-5,50
Patatas Calidad.....	0,60-0,65
Pimientos Verdes.....	1,25
Tomate Maduro	0,75-0,60
Verde	1,25-1,96
Zanahorias.....	0,65

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 27 de enero de 2023, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.).....	2,05
Melocotón	1,20
Nectarina	1,45
Ciruela.....	0,70
Melón.....	0,90
Manzana Golden	0,75
VERDURAS Y HORTALIZAS	Euros/kg
Judía.....	1,85
Guindilla	1,70
Pimiento Verde Italiano	1,55
Padrón	0,80
Tomate Pera.....	1,30
Boniato Rojo.....	0,85
OTROS	Euros/kg
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 26 de enero de 2023. Información de EFEAGRO. (Últimos precios recibidos).

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	

Alfalfa Rama campo 1ª	250,00
Rama campo 2ª	220,00
AVENA	
Avena	
Blanca	283,00
Rubia.....	288,00
Forraje Avena	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso –62 kg/hl.....	280,00
Pienso +62 kg/hl	285,00
CENTENO	
Centeno.....	275,00
GIRASOL	
Pipa Alto Oleíco	600,00
Pipa de Girasol	520,00
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero.....	301,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	417,00
Duro Proté=12%	407,00
Extensible Chamorro.....	365,00
Forrajero	302,00
Gran Fuerza w 300	406,00
Media Fuerza w –300	396,00
Panificable	314,00
Triticales.....	297,00
LEGUMINOSAS	
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 24 de enero 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	300,00
CEBADA	
Importación	297,00
Nacional P.E. (62-64)	308,00
CENTENO	
Centeno.....	S/C
COLZA	
Importación 34/36%	420,00
GARROFA	
Harina	293,00
Troceada	303,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	363,00
GIRASOL	
Importación 34%.....	380,00
Semillas de Girasol.....	550,00
Torta de Girasol	S/C
Importación 28/3	320,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación	405,00
Importación	300,00
Importación CE	313,00
MIJO	
Importación	625,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%.....	607,00
Harina Soja Nacional 47%	607,00
Aceite Crudo de Soja	1.160,00

Salvados de Soja	323,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	300,00
Forrajero	322,00
Panificable, mín. 11	332,00
Triticales	S/C
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
ALMENDRAS	
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
AVELLANA	
Negreta en grano.....	7.300,00
PIÑÓN	
Castilla	52.000,00
Cataluña.....	51.500,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
GUISANTE	
Forrajero	S/C
Forrajero	
Importación	S/C
ACEITE	
Palmiste Importación	S/C
Crudo	
de Palma.....	1.017,00

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 24 de enero de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	S/O
Grupo 4	S/O
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	S/O
Grupo 4	305,00
Grupo 5	305,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale	S/O
Cebada	293,00
Avena.....	S/O
Maíz	S/O
Sorgo.....	S/C
Habas	S/O
Guisantes	S/O
Girasol Alto Oleico	640,00
Girasol	560,00
Colza	S/O
<i>Próxima sesión 7 de febrero de 2023.</i>	
ALMENDRA	Euros/Tm
Soleta	3,90
Floración Tadia Monovarietal.....	3,90
Belona	5,60
Guara	4,00
Antoñeta	S/O
Constantí	S/O
Comuna Tradicional	3,60
Ecológica	S/O
<i>Próxima sesión 7 de febrero de 2023.</i>	

CÍTRICOS	Euros/Kg
NARANJAS	
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.....	0,22
Industria Grupo Blanca	0,22
<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:</i> Mercado con actividad y demanda. Repetición general de la cotización en fresco para Salustiana Calidad 1ª y Calidad 2ª, y para la Lane Late Calidad 1ª. Repetición también para la mandarina Híbrida Tango. La parte superior de la horquilla se corresponde con calibres altos y extras. Ligera subida de la cotización de industria tanto para el Grupo Navel como para el Grupo Blanca.	
<i>Próxima sesión el 31 de enero de 2021.</i>	

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 25 de enero de 2023, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	305,00
Cebada	290,00
Triticale.....	290,00
Centeno.....	282,00
Avena.....	290,00
Maíz	305,00
FORRAJES	Euros/Kg
Alfafa --Paquete Rama.....	345,00
Paquete Deshidratado.....	410,00
Paja 1ª (Cebada).....	58,00
Veza Forraje de 1ª	280,00
Forraje	200,00
PATATAS	Euros/Kg
Agria	370,00
Jaerla.....	S/C
Kennebec.....	S/C
Red Pontiac	310,00
Red Scarlett	340,00
Hermes	320,00
Yona	340,00
ALUBIAS	Euros/Kg
Canela	1,60
Negra	3,25
Palmeña	
Redonda	2,20
Planchada.....	1,80
Pinta	1,40
Riñón de León	1,70
Redonda	1,35

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 23 de enero de 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALMENDRA	
Guara	3,55
Comuna Ecológica	5,85

Pelona	2,65
Belona	5,05
Constantí.....	4,70
Vairo.....	3,35
Lauranne	3,35
Común	3,45
Largueta	5,00
Marcona	6,70
PIÑÓN	
Alameda.....	52,00
Castilla	52,00
AVELLANA	Euros/Libra
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 23 de enero de 2023. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	322,00
Cebada P. E. (+64).....	306,00
Avena	305,00
Centeno.....	296,00
Tricale	306,00
Maíz, (14º).....	315,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Guisantes	S/C
Garbanzo Pedrosillano	1.250,00
Lenteja Armuña	1.600,00
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol (Alto Oleico).....	S/C
Colza	S/C
FORRAJES	Euros/Tm
Forrajes (Avena)	S/C
Alfafa Empacada	S/C
Veza (Henificada).....	S/C
Paja Paquete Pequeño	S/C
Paja Paquete Grande	67,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 24 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	330,00
Grupo 4	S/O
Grupo 5,	
Pienso	S/O
Pienso Importación	312,00
TRIGO DURO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	S/O
Grupo 4	S/O
Triticale Nacional	S/O
Importación	S/O
Avena Importación	332,00
Nacional	S/O

MERCADOS NACIONALES

Cebada, Igual y más de 64.....	S/O
Menos de 64	S/O
Importación Origen Puerto	300,00
Maíz Importació origen Puerto....	303,00
Nacional	S/O
Habas Nacional	S/O
Importación	440,00
Guisantes Nacional.....	S/O
Importación	427,00
Girasol Alto oleico +80%.....	640,00
Convencional.....	560,00
Colza	S/O
<i>Próxima sesión el 7 de febrero de 2022.</i>	

Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 26 de enero de 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa	
Empacada.....	215,00
Avena.....	288,00
Cebada	
Nacional de 62 Kg/Hl	291,00
Centeno.....	280,00
Girasol	S/C
Girasol 9-2-44	550,00
Paja	
Empacada.....	65,00
Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl	306,00

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales refe-rida al día 27 de enero de 2023. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Ce-reales-FEGA (Campaña 2021-2022).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero	303,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	287,00
Pienso –62 kg/Hl	279,00
AVENA	
Rubia.....	287,00
Pienso.....	287,00
TRIGO	
Duro Pr>12	S/C
Pienso +72 Kg/Hl	307,00
Fuerza +300w +14 pr	410,00
Fuerza -300 +12,5 pr	379,00
Panificable	
Pr>11,W<200	327,00
Chamorro	380,00
Triticale.....	291,00
Centeno.....	S/C
Guisante	388,00
Yeros	S/C
Garbanzo	
sin limpiar	880,00
Veza	S/C
Alfafa 1º	347,00
Paja 1º.....	60,00

NOTA: Las operaciones siguen siendo escasas. Hay una mayor oferta por parte del sector productor, presionando al mercado a la baja con descensos en las cotizacio-nes de los cereales.

Próxima reunión el 3 de febrero de 2023.

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Va-lencia, de la sesión del día 23 de enero de 2023. Campaña 2022-2023.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina	Sin existencias
Navel.....	0,21-0,30
Navel Lane Late.....	0,28-0,42
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett.....	0,32-0,47
GRUPO SANGRE	
Sanguelini.....	0,37-0,58
GRUPO BLANCAS	
Salustiana.....	Sin existencias
Barberina	
y Mid-night.....	0,37-0,47
Valencia Late	0,37-0,47
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki	Sin existencias
Okitsu.....	Sin existencias
Owari	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós	
y Basol.....	Sin existencias
Orunules.....	Sin existencias
Marisol	Sin existencias

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 16 al 22 de enero de 2023.

CEREALES

■ **De invierno:** Prosigue el desarrollo de los **cereales de invierno** en nuestra Comuni-dad, en las zonas más retrasadas se observa la nascencia, pero por lo general se observa el estado BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas), observándose en muchas provincias como estado más adelantado el BBCH 21 (Inicio de ahijado) e incluso en algunas zonas de **Sevilla** la fase de ahijado con dos o tres tallos. La cobertura del terreno en general es buena, ya que las precipitaciones han acompañado favorablemente la preparación del terreno y la ger-minación de las semillas. Los parcelas sembradas antes de las precipitaciones se observan más adelantadas. En algunas zonas se observan parcelas de **cereales** con amarilleamiento por exceso de humedad en terrenos pesados, bien por estar en zonas bajas o por falta de nitrógeno, esta situación se irá corrigiendo a medida que puedan ir entrando al campo los tractores para aplicar los correspondientes abonados de cobertera. En otras zonas, como en la comarca de los **Vélez en Almería**, debido a la falta de precipitaciones y a la ausencia de humedad en el suelo, se retrasó la siembra de los **cereales**, lo que ha provocado un desa-rrollo tardío en comparación a otros años. La bajada de las temperaturas de esta semana va a favorecer la fase de ahijado del **cereal**, se ve favorecido también el enraizado y, por lo tanto, su futuro desarrollo.

LEGUMINOSAS

Almería: Las **vezas** y **guisantes** se han sembrado en la comarca de **Los Vélez y Alto Almanzora** con dosis de semilla cercanas a los 80 kg/ha. En las próximas semanas comen-zará la siembra del **garbanzo** en la zona. **Córdoba:** Las **habas** se encuentran en estado fenológico de desarrollo de hojas, mientras que los **guisantes** se encuentran en estado de nascencia. Se han iniciado las labores preparatorias del terreno para la siembra de los **garbanzos**, aunque de manera muy incipiente. **Granada:** En las comarcas de **La Vega, Montefrío, Alhama**, las **habas** se encuentran nacidas en su mayoría, al igual que las vezas y las pocas parcelas observadas de **guisantes**, que están comenzando a nacer. En los **garbanzos** se encuentra a punto de comenzar la siembra, sobre todo la variedad **Pe-drosillano**, predominante en la provincia. **Jaén:** Las **habas** en la provincia están nacidas, con varias hojitas fuera y dosis de semilla que oscilan entre 100-120 kg/ha. Los **guisantes** están en fase de nascencia, en la mayoría de las zonas se han sembrado con 100 kg/ha de semilla, sin certificar en muchos casos. **Sevilla:** Se observa una buena cobertura y desarrollo también de las **habas** y **guisantes** que se encuentran en desarrollo vegetativo y muestran las primeras flores en las parcelas más adelantadas. Se observa la preparación del terreno y siembra de los **garbanzos**, que ya empiezan a germinar.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

Sevilla: Tras la campaña de siembra de la **patata temprana**, que en la **Vega** suele comen-zar a finales de diciembre, se produce la emergencia y crecimiento de los brotes principales del cultivo. Hay parcelas de siembra muy adelantadas, sobre todo en la **Marisma**, que puen sufrir con el frío de estos días. La **patata extratemprana** se encuentra en recolección.

CULTIVOS FORRAJEROS

El cultivo de la **alfalfa** se encuentra paralizado por la bajada de las temperaturas. En **Cádiz**, los primeros cortes de la **alfalfa** se encuentran programados para los meses de febrero, marzo a más tardar. El año pasado se pudieron dar 5-6 cortes, con producciones totales de 15-20 tn/ha. De momento, no se está abonando, en primavera se aplicará abonado triple quince, con dosis de unos 200 kg/ha. Se observan fincas con Panicum máximum, que se en-cuentra en fase de parada vegetativa. Para las parcelas que se siembran se están empleando 10 kg/ha de semilla, con abonado de DAP en fondo, de 100-200 kg/ha. En zonas de cosecha temprana el año pasado se cogieron de 15-18 tn/ha, se trata de una gramínea de gran creci-miento, que no se encama, resiste a los vientos y con una relación tallo/hoja cercana al 90%.

CULTIVOS INDUSTRIALES

El cultivo de la **remolacha azucarera**, presenta en **Sevilla** una buena nascencia y vie-ne desplegando las primeras hojas en la mayoría de los casos, aunque hay lugares donde pueden verse con varias hojas desplegadas y cerrando las calles, de momento el terreno presenta humedad suficiente y no se están aplicando riegos. Similar situación presenta la **colza**, que viene desarrollando sus primeras hojas y cerrando las hileras. En **Cádiz**, la **re-molacha azucarera** presenta como estados fenológicos desde 03 (Cotiledones) hasta el 11 (31-60% suelo cubierto). Se encuentra cubriendo el suelo con aplicaciones de herbicida y abonando en cobertera con urea 46% y N-40, con dosis de unos 200 kg/ha. De momento no se está regando, pues el terreno presenta humedad. Las lluvias en **Jerez de la Frontera** han rondado los 350 l/m2, igualando los registros de la media histórica.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Al aire libre:** **Córdoba:** Los **ajos** se encuentran en estado fenológico entre BBCH 10-14 (Desarrollo de las primeras hojas) y BBCH 15-19 (Desarrollo de hojas). En general, este año los **ajos** se han sembrado más tarde de lo habitual debido a la falta de agua de riego y a lo tardías que han llegado las precipitaciones otoñales, por lo que, en general, presentan 20 días de retraso respecto a un año normal. **Jaén:** En las zonas productoras los **ajos Spring** se plantaron en el mes de septiembre, con una densidad de 16-17 unidades de plantación por m2. Se encuentran con una altura de 25 cm, con 6-7 hojitas en algunas parcelas y 8-9 en las más avanzadas. Los **ajos morados**, se han plantado entre diciembre y enero, con menos unidades por hectárea, sobre 12-13. Se han aplicado complejos ternarios con triple quince y dosis de 400 kg/ha. **Málaga:** En la comarca de **Vélez-Málaga**, se observan parcelas de coles en recolección. Se plantaron en los meses de octubre-noviembre de forma escalonada y los precios en las últimas semanas están tendiendo a la baja. En la zona de la costa se observan parcelas de **coliflores** en recolección. Comenzaron a plantarse en el mes de septiembre y de forma escalonada. El cultivo suele durar de cuatro a cinco meses. Las piezas suelen pesar unos dos kilos de peso por pella. **Sevilla:** Se siguen recolectando **alca-chofas, brócolis y coliflores**. Se produce el desarrollo de hojas en las parcelas de **ajos** y **cebolla temprana**. En las parcelas sembradas de **zanahorias**, se observa el desarrollo de la parte aérea e inicio del engorde de la raíz, se le aplican binas entre líneas para romper la costra. ■ **Protegidos:** **Almería:** En la comarca del **Poniente Almeriense**, en los inver-naderos de **pimientos** continúan las recolecciones de todas las variedades y las labores de mantenimiento de las matas, en función del precio se corta o mantiene el **pimiento** en la planta. En las plantaciones más tempranas se arrancará, el cultivo para plantar un cultivo de primavera. Los cultivos de **tomates** de ciclo largo se están recolectando con buenas producciones, tanto **tomate** ramo como pera. Las plantaciones nuevas de ciclo corto conti-núan con un desarrollo vegetativo normal. En los invernaderos de **berenjenas**, continúa la recolección con menores rendimientos por la disminución de la temperatura nocturna. En los invernaderos de **pepinos** se están arrancando los cultivos agotados, que se sustituirán por otro cultivo de **pepino** u otra hortaliza, los invernaderos trasplantados más recientemente tienen instaladas doble cubierta y manta térmica para aumentar la temperatura y acelerar así el desarrollo vegetativo. En otros invernaderos están en plena recolección. En **calabacín** algunas plantaciones se están arrancando al haberse terminado su ciclo productivo, otros se encuentran en recolección y otras se acaban de trasplantar, se cubren con manta térmica las líneas de plantación para resguardarlas del frío y posibles picaduras de mosca blanca. En la zona de **Níjar**, sigue la recolección de todos los tipos de **tomates**, con producciones normales. En los invernaderos de **pimientos**, continúa la recolección, se ha visto algo de oi-dio, pero sin ocasionar daños. En los invernaderos de **berenjenas, calabacines** y **pepinos** continúan las recolecciones. En las plantaciones de **sandías** se observa un buen crecimiento del cultivo. Esta semana ya se introducirán las colmenas, si el frío no para el desarrollo ve-getativo. Esta semana se va a empezar la plantación de **melones** en los invernaderos. **Cádiz:** En la comarca **Costa Noroeste**, se están plantando **calabacines** y recolectando en otros. La densidad de plantas es de 0,8-1 /m2. Se le ha aplicado un estercolado de unas 35-40 tn/ ha, enraizante 3 kg/ha y en desarrollo de la planta abonados nitrogenados, fósforo y nitrato

potásico. **Granada:** Esta semana han bajado las temperaturas de forma importante en zo-nas de la comarca de la costa como **Molvízar, Itrabo y Jete**, llegando a los -5º. Salen de los invernaderos **tomates de Pera, Cherrys, Cherrys rama y Cherrys Pera**. Se están sacan-do 3-4 kilos de **tomates** por mata, con densidades 0,75-1 planta/m2. El cultivo presenta una fenología adelantada, cinco días, sobre todo los tipos **Pera** debido a las temperaturas suaves, no parando de crecer las plantas bajo plástico. En cambio, los **Cherrys** llevan un retraso de cinco días. En la zona de **Albuñol y Sorvilán** se observan invernaderos de **judías verdes** plantados en octubre, con densidad de 2-3 plantas/m2 y rendimientos de 0,5 kg/ mata, la campaña se encuentra al 25%. En esta campaña, las hectáreas de **tirabeque** se han reducido, los agricultores han preferido plantar **tomates. Málaga:** En invernaderos de la comarca de **Vélez-Málaga**, se observan plantaciones de **calabacines** en recolección, se repasan cada tres días, con las parcelas en crecimiento de brotes, floración-cuaje y engorde del fruto. La dosis de plantas es de unas 10-12.000 por hectárea, llevan una manta térmica en caso de bajas temperaturas. Una de las variedades más empleadas es **Sinatra**. Estos días ha hecho mucho viento en la zona, con temperaturas que han bajado esta semana pero que se han mantenido estables respecto a semanas anteriores. Las **judías verdes** que encontramos en la zona de **Nerja-Torrox** se encuentran en fase de recolección, así como en crecimiento de la planta y entutorado, floración-cuaje y engorde de los frutos y alargamiento de las vainas. Una de las variedades más empleadas es **Elda. Huelva:** En algunos inverna-deros de **fresa** se observa **Botrytis** y **Oidium** debido a la humedad ambiental. Se realizan tratamientos para combatirlos. La humedad ambiental es alta y se levantan los plásticos de protección y se airean los invernaderos todo lo posible . La campaña está adelantada respecto a otras debido a las altas temperaturas medias del otoño y principio del invierno.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** El estado fenológico de las parcelas de **almendros** es muy variado, según las distintas zonas de nuestra Comunidad, así como de las variedades presentes en cada plantación. Se observan desde zonas donde el estado fenológico predominante es el de yema de invierno, parada invernal, otras con alguna parcela en movimiento de yema de flor hinchándose y otras donde las variedades más tempranas ya están comenzando la floración. Las plantaciones de **pistachos** en **Jaén**, en la comarca de **La Loma**, se observan por lo general en fase de parada vegetativa, con las yemas en reposo invernal.

CÍTRICOS

Huelva: La recolección de **cítricos** continúa en la provincia. Las **naranjas Navelinas** han finalizado y salen las **Salustianas, Navel** y está comenzando la **Navelate** y **Lanelate**. La **mandarinas Clemenules** han finalizado, las **Novas** también. Salen **Afourer Nadorcott** y **Tango**, entre otras. Las mermas se estiman sobre un 20%, con dos calibres por debajo de años normales. Las lluvias y nieblas han dado lugar a tratamientos con fungicidas. **Má-laga:** En la comarca **Centro**, se recolectan parcelas de **limón Fino** con la campaña muy avanzada. Hay menos producción que en años anteriores, con rendimientos de 25-30 tn/ ha. Debido a las altas temperaturas se observa algún movimiento de yemas. En la **comarca Centro**, las plantaciones de **naranjas, mandarinas e híbridos** se están recolectando con los siguientes datos según variedades: En las **naranjas Navelinas**, predominan los calibres 4-5-6-7, con rendimientos en torno a los 25 tn/ha. Las **Salustianas** se encuentran en plena recolección, predominando los calibres 4-5-6, con rendimientos de unas 30 tn/ha. La recolección de las **mandarinas Clemenules** se encuentra finalizada, se han obtenido calibres cortos predominando el 2X y rendimientos en torno a 7-10 tn/ha. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de los **cítricos** en general es el de yema en latencia, en las variedades por recolectar de envero 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 **naranjas Salustianas** y **Navel**. Este año hay demanda y precio, pero una producción significativamente inferior a la media de otras campañas.

OLIVAR

Almería: Continúa la recolección en la **Comarca** más tardía de **Río Nacimiento**, y queda poca recolección en la **Comarca Río Andarax**, en esta última, las almazaras empiezan a cerrar a final del mes de enero. **Córdoba:** Campaña corta en producción y con rendimientos por debajo de lo habitual, sobre todo tras las precipitaciones de diciembre, que también pro-vocaron la caída abundante de **aceituna** con la consiguiente pérdida de calidad. Próxima a finalizar la campaña de recolección de la **aceituna de almazara** en la zona norte y centro de la provincia, mucho más atrasada en la comarca de la **Subbética** por ser más tardía y con presencia mayoritaria de la variedad hojiblanca. Tras la recolección se realizan labores de poda, eliminación de restos y abonados para recuperar las reservas de la arboleda. **Grana-da:** En las **comarcas Valle de Lecrín** y las **Alpujarras**, la cosecha está muy adelantada, finalizando en quince o veinte días. Los rendimientos grasos medios están siendo del 21-22%. La cosecha se estima en un 25% de un año normal, con datos de 1.000 kg/ha de media. Se ha iniciado la poda, quemando restos en algunas fincas ya que el terreno es que-brado o en terrazas, pero el que puede emplea la picadora. La campaña está muy avanzada en zonas como **La Vega**, llegando al 90% de las fincas. Esta campaña es más corta de lo habitual, ya que no hay aceituna y las mermas son importantes. En la comarca de **Alhama** se espera una fuerte reducción de la producción, hay zonas que no se han podido recoger al no tener fruto o estar muy dañado. **Huelva:** Se observan parcelas de **aceituna Picual**, con marcos 8×8 metros, **Arbequinas**, con marcos 7×1,5 metros y **Verdiales** con marcos de 8×8 metros que han finalizado la campaña. Los rendimientos grasos oscilan entre los 17-18%, que se considera bajo. Con las lluvias, la **aceituna** ha hecho agua, no aceite. Hay mermas en las producciones. En el campo, se ha iniciado la poda con la quema de los restos. Se han dado aplicaciones con oxícloruro de cobre al 50%. **Jaén:** En las comarcas de **Sierra de Segura** y **Sierra de Cazorla**, la campaña está muy avanzada, llegando al 80-90% de la campaña de recolección. Los rendimientos grasos oscilan entre un 18-19%. Las mermas en la producción son muy elevadas. A pesar de ser un año de pocos kilos se ha notado la falta de personal para efectuar la recolección. Se está aplicando oxícloruro al 50% en las parcelas más precoces. Los trabajos de poda se extenderán hasta el mes de febrero. En la comarca de **La Loma** y **El Condado**, la campaña está finalizando, en una semana finalizará en muchas zonas. La producción llega al 25% de otras campañas. Los rendimientos medios brutos llegan al 24,5%, 24% neto. Las fincas de **olivar tradicional, Picuales**, con marcos de 11x11m y 10x10m se sitúan entre 500-1.000 kg/ha. Para los nuevos, con marcos de 7x7m pueden cogerse unos 2.000 kg/ha. Desde el mes de octubre hasta enero han caído en la zona 220 l/m2, 180 l/m2 en diciembre, por debajo de la media histórica. **Sevilla:** Próxima a finalizar la campaña de recolección de la **aceituna de almazara** en la provincia, que este año ha sido corta en producción y donde se ha caído además un porcentaje significativo de **aceituna** al suelo por viento y agua, sobre todo en las **comarcas de la Campiña** y **Estepa**. Se realizan podas y abonados para recuperar las reservas de arboleda.

VIÑEDO

Almería: Se laborea el suelo para eliminar competencia y pasar unos meses de descanso. Se observa una menor proliferación de hongos debido a la ausencia de precipitaciones. **Cádiz:** El estado fenológico de las **viñas** es el de yema dormida. Se observan parcelas de **uva Palomino** con marcos de plantación 2×1,10m y en plena poda con trituración de leña en la mayor parte de casos. La campaña del año pasado tuvo una producción corta que se situó en unos 6.500 kg/ha, cuando la media de la zona suele ser de 11.000 kg/ha de **uva**. La calidad fue buena con alta graduación, llegando a 12º en muchas parcelas. **Córdoba:** El estado fenológico del **viñedo** es el de parada invernal. Se generalizan las labores de poda y destrucción de restos. **Huelva:** Las **viñas** se encuentran en parada vegetativa. La poda ha finalizado y los restos se suelen quemar. Se observan parcelas en vaso en un 85% y en espaldera, 15%. La variedad **Zalema** es predominante en la zona, con marcos de plantación de 3×1 metro.

MERCADOS NACIONALES		
MiuroSin existencias	destino Valencia..... 525,00-530,00	Redonda MantecaS/C
ArrufatinaSin existencias	Trigo Pienso Nacional,	Pintas
Clemenules	Tipo 1S/C	Granberry..... 1.850,00
OrograndeSin existencias	Tipo 2S/C	Michigan 1.600,00
Hernandina..... 0,47-0,51	Tipo 3S/C	Canellini
GRUPO HÍBRIDOS	Tipo 4S/C	Argentina 170/100 1.550,00
Clemenvilla.....Sin existencias	Tipo 5323,00	Blackeyes..... 1.850,00
Tango 0,80-1,05	Trigo importación.....320,00	Negras..... 1.500,00
Nardocott 0,80-1,05	Precios por tonelada a granel.	Garrofón 2.750,00
Ortanique 0,28-0,37	TURTOS Y HARINAS Euros/Tm	GARBANZOS
Orri..... 1,20-1,50	Soja 44% baja proteína,	Nuevos 44/46 1.900,00
Nota: Continúa el buen ambiente de compras y recolección. El próximo Boletín de precios se publicará el lunes 30 de enero de 2023.	disponible Barcelona..... 598,00	Nuevos 34/36 2.650,00
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 26 de enero de 2023.	disponible Cartagena..... 576,00	Nuevos 50/52
ARROCES Euros/Tm	Soja 47% alta proteína,	(tipo café americano).S/C
CÁSCARA	disponible Barcelona..... 608,00	LENTEJAS
Gleva,	disponible Cartagena..... 586,00	USA Regulars..... 1.650,00
disponible ValenciaS/C	Cascarilla de Soja,	Laird Canadá 1.550,00
J. Sendra,	disponible Tarragona..... 325,00	Stone..... 1.350,00
disp. ValenciaS/C	Cascarilla de Avena,	Pardina Americana..... 1.650,00
Monsianell,	destino Valencia.....S/C	Precios por tonelada, mercancía envasada.
disp. ValenciaS/C	Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	FRUTOS SECOS Euros/Tm
Fonsa,	16% prot., Aragón/Lérida.....	CACAHUETE CÁSCARA
disp. ValenciaS/C	Sin operaciones	Chino 9/11,
Guadiamar,	14% prot., Aragón/Lérida.....	disponible origen 2.450,00
disp. ValenciaS/C	Sin operaciones	Chino 11/13,
Furia,	B. Balas s/calidad A./LérSin operaciones	disponible origen 2.300,00
disp. ValenciaS/C	Sin operaciones	CACAHUETE MONDADO
Gladio y Tahibonnet,	Harina de Girasol Integral (28%),	Mondado Jumbo Americano 38/42
disp. ValenciaS/C	disponible Tarragona.... 315,00-316,00	disponible Valencia 2.000,00
Sirio, disp. Valencia.....S/C	disponible Andalucía....Sin operaciones	Mondado Origen Argentina 38/42
Puntal.....S/C	Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	disponible Valencia 1.950,00
Bomba,	disponible Tarragona.... 380,00-382,00	ALMENDRA EN GRANO CON PIEL
disp. Valencia 1.300,00	Palmiste,	Marcona 14/16 mm, ValenciaS/C
Precios según rendimientos, a granel	disp. ValenciaSin operaciones	Largueta 13/14 mm,
BLANCO	Harina de Colza, dest. ValenciaSin operaciones	ValenciaS/C
Vaporizado,	Gluten Feed,	Precios tonelada, mercancía envasada.
disp. Valencia 1.050,00-1.100,00	disp. Valencia330,00	(Pocas operaciones)
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	Bagazo de Maíz,	Marcona
disp. Valencia 1.100,00-1.200,00	disp. Valencia385,00	prop, ValenciaS/C
Guadiamar Extra,	Pulpa seca remolacha granulada,	Largueta
disp. Valencia 1.100,00-1.200,00	Import., disp. Tarragona..... 365,00-366,00	prop, ValenciaS/C
Largo Índica,	Import. disp. Andalucía. 369,00-370,00	Comuna
disp. Valencia 1.100,00-1.200,00	Salvado de Trigo	prop, Valencia3.900,00
Precios por tonelada a granel.	Cuartas, destino Valencia296,00	Belona
SUBPRODUCTOS	Hojas, destino Valencia.....380,00	prop, Valencia4.400,00
Cilindro,	Tercerillas, destino ValenciaS/C	Comuna ecológica,
disponible Valencia 300,00-305,00	Precios por tonelada a granel.	ValenciaS/C
Medianos Corrientes,	GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm	ALMENDRA REPELADA
disponible Valencia 480,00-500,00	Variedad Matalafera y similares (origen)	Comuna, sobre 14 mm,
Medianos Gruesos,	ENTERA	disponible Valencia 7.400,00
disponible Valencia 520,00-550,00	Zona Valencia 900,00-1.150,00	PATATAS Euros/Tm
CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm	Zona Alicante..... 900,00-1.000,00	Agria, disponible Valencia550,00
Maíz Importación,	Zona Castellón..... 900,00-1.000,00	Lavada Nueva,
disp. Puerto ValenciaS/C	Zona Tarragona..... 900,00-1.000,00	origen España, disp. Val.....480,00
Maíz Nacional,	Zona MurciaSin operaciones	Agria Nueva,
destino Valencia.....312,00	Zona Ibiza..... 800-1.000,00	origen España, disp. Val.....580,00
Cebada	Zona MallorcaSin operaciones	Lavada Ágata,
Nacional, dest. Val.....305,00	Precios tonelada a granel s/rendimientos	origen Francia, disp. Val.....550,00
Avena Rubia,	Troceada Integral,	Nuevas de
dest. Valencia.....324,00	disp. orig. 234,00-254,00	Cartagena.....440,00
Blanca, dest. Valencia.....324,00	Troceada sin Harina	Eliode, Monalisa o Similares,
Guisantes Nacional,	disponible origen 240,00-260,00	origen Francia, disp. Val480,00
dest. Valencia.....Sin operaciones	Troceado Fino,	Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.
Veza Importación.....Sin operaciones	disp. origen 220,00-240,00	CEBOLLAS Euros/Tm
Semilla Algodón,	Garrofin,	Variedad Sprin,
	disp. origenSin operaciones	disponible origen
	LEGUMBRES Euros/Tm	pocas operaciones
	Disponible origen	calibres 1 al 6, en campo500,00
	ALUBIAS	Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas se entienden sin nuestra garantía ni

LEGISLACIÓN

El Gobierno modifica la normativa sobre el viñedo para adaptarla a la nueva PAC

El Consejo de Ministros ha aprobado, a propuesta del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, un real decreto que modifica la normativa nacional vigente sobre el potencial de producción vitícola, al objeto de adaptarla a las novedades introducidas en el sistema de autorizaciones de viñedo por la nueva Política Agraria Común (PAC).

Con este nuevo texto legislativo el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación finaliza, que extiende hasta el

año 2045 el sistema de control del potencial productivo.

Esta adaptación permitirá mantener el crecimiento ordenado del potencial vitícola de España, ya que introduce mejoras en el procedimiento de reparto de autorizaciones de nuevas plantaciones, entre otras cuestiones, mediante el ajuste del criterio de prioridad relativo a las pequeñas y medianas explotaciones. A partir de ahora se tendrá en cuenta solo la superficie de viñedo de la explotación, en lugar de la

superficie agraria total de la explotación.

Además, se modifican las puntuaciones de dicho criterio para priorizar a las solicitudes de medianas explotaciones vitícolas, con el objeto de favorecer a los proyectos con mayor viabilidad y perdurabilidad en el tiempo, que garanticen una mejor salida de su producción en el mercado.

La nueva legislación añade como excepción de la aplicación del sistema de autorizaciones de viñedo el establecimiento

de colecciones de variedades de vid para la conservación de recursos genéticos. La comercialización de la producción de estas colecciones queda expresamente prohibida.

A partir de ahora, se permitirá la transferencia de autorizaciones en el caso de la disolución de una explotación de titularidad compartida. Y también queda prohibida la comercialización de la producción de una plantación de viñedo sin autorización hasta el momento de su arranque.

Además, fruto del proceso de actualización y mejora normativa se han introducido nuevas disposiciones y se actualiza la lista de variedades de uva de vinificación autorizadas.

Este real entró en vigor el día siguiente de su publicación, pero las modificaciones en el criterio de prioridad de pequeña y mediana explotación vitícola, se aplicarán de forma retroactiva a las solicitudes de autorizaciones de nuevas plantaciones que se presenten entre el 15 de enero y el 28 de febrero.

Kimitec y Biome Makers se alían para decodificar la microbiota oculta en los suelos agrícolas

El objetivo de esta alianza es desarrollar una nueva generación de probióticos adaptados a las necesidades específicas de cada cultivo y zona geográfica

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. La alianza alcanzada entre MAAVi Innovation Center de Kimitec, el mayor hub de innovación biotecnológica de Europa, con 15 años de experiencia en la investigación de fuentes naturales aplicadas a la agricultura y la industria alimentaria, y Biome Makers, líder mundial en agtech, en el estudio de la biología del suelo y la microbiología con sede en Davis (California), permitirá a Kimitec profundizar en su entendimiento sobre la composición y el comportamiento de la microbiota del suelo y desarrollar una nueva generación de probióticos adaptados a las necesidades específicas de cada cultivo y zona geográfica.

“Todos los suelos agrícolas a nivel mundial están en un desequilibrio microbiológico, lo que buscamos con esta alianza estratégica es, desde el conocimiento y el dato, llevarlos al equilibrio y contribuir con ello a un impacto real en la agricultura” asegura Félix García, CEO de Kimitec.

Esta alianza, que acaba de ser anunciada a nivel global, está llamada a revolucionar el mercado de las soluciones personalizadas de base biotecnológica para la agricultura natural, que constituyen actualmente un importante avance mundial al mejorar la sostenibilidad real, la productividad y la rentabilidad de los agricultores, con un impacto directo en el medioambiente.

■ LA IMPORTANCIA DE LOS SUELOS VIVOS

Hasta el 95% de la producción mundial de alimentos depende del suelo. Sin embargo, las prácticas agrícolas no sostenibles como el uso indiscriminado de fitosanitarios, la alta transformación de los suelos y el monocultivo han alejado a los suelos de su equilibrio microbiológico, lo que los ha llevado a perder su productividad. Como consecuencia, los expertos calculan que la pérdida de suelo podría conllevar una reducción del 10% en la producción de cultivos de aquí a 2050, según señaló la FAO en la edición más reciente de su informe “El estado de los recursos de tierras y aguas del mundo para la alimentación y la agricultura”.

Los suelos están llenos de vida, y se calcula que contienen hasta el 25% de la biodiversidad mundial, formada por diferen-



En la imagen, de izquierda a derecha, Alberto Acedo, co-fundador y director científico de Biome Makers; Adrián Ferrero, co-fundador y CEO de Biome Makers; y Félix García, CEO de MAAVi Innovation Center de Kimitec. / KIMITEC

tes tipos de microorganismos que mantienen los suelos en equilibrio y productivos. Lo curioso es que hoy en día, esta biodiversidad no se ha descifrado y no conocemos más del 1% de los microorganismos del suelo y todo su espectro de acción en los ecosistemas agrícolas, lo que deja un amplio campo a la investigación y al uso de microorganismos en la mejora de la fertilidad de mismos.

“El suelo es el eje vertebral de la agricultura. Ser capaces de entender todos los procesos biológicos y de identificar y cuantificar la vida del suelo es la clave para tomar las decisiones correctas”, explica Adrián Ferrero, CEO de Biome Makers.



Centro de Investigación MAAVi Innovation Center. / KIMITEC

Esta alianza está llamada a revolucionar el mercado de las soluciones personalizadas de base biotecnológica para la agricultura natural

■ VIDA MICROBIOLÓGICA

La alianza estratégica entre Biome Makers y MAAVi Innovation Center de Kimitec, permitirá entender en profundidad la vida microbiológica de los suelos y decodificarla con la ayuda de la tecnología patentada BeCrop®, desarrollada por Biome Makers, para aumentar su fertilidad y mejorar la productividad y propiedades nutricionales de las cosechas, así como frenar la

pérdida de suelo agrícola cultivable y mejorar la resiliencia de los cultivos al cambio climático gracias al desarrollo de una nueva generación de probióticos específicos con un enfoque multifactorial: cultivo, clima, lugar y tiempo, ya que no tiene las mismas características el suelo arenoso de un cultivo de tomate de Agadir que el de un suelo mucho más pesado de Sinaloa o California.



Instalaciones del Centro de Investigación MAAVi Innovation Center. / KIMITEC

Por otro lado, ambas empresas se centrarán en el descubrimiento de nuevos patrones de comportamiento y relaciones entre microorganismos para restituir la vida en los suelos agrícolas. En este sentido, es sabido que existe una serie de microorganismos (denominados Keystone taxa) que, al igual que una abeja reina en su colmena, rigen el comportamiento de todo el sistema microbiológico de un suelo determinado. Hoy sabemos que la degradación de los suelos puede eliminar estos microorganismos y, como consecuencia, romper todo un ecosistema microbiológico del suelo, provocando su pérdida de productividad acelerando su degradación.

Por último, esta alianza pionera permitirá incrementar el aprendizaje del área “Discovery” de LINNA, la plataforma de Inteligencia Artificial de MAAVi Innovation Center de Kimitec, gracias a los datos aportados por el sistema de identificación de microorganismos de suelo “BeCrop®” de Biome Makers. De esta manera, las empresas acelerarán el descubrimiento de nuevos microorganismos de suelo, y nuevos usos para estos, así como de patrones desconocidos hasta el momento, haciendo que ambos sistemas se retroalimenten y se autoajusten a partir de los datos adquiridos.

Los primeros beneficiados de esta alianza serán los grandes productores clientes de Kimitec, con acuerdos MAAVi Lab en curso, con una repercusión directa en la productividad de sus cultivos.

MAAVi Innovation Center, a través de sus MAAVi Lab, investiga y proporciona soluciones personalizadas para afrontar los retos presentes y futuros de grandes productores de cultivos como el tomate, ajo, lechuga, melón, y cítricos. Empresas de referencia internacional como Frutas Bollo, Peregrin, Agroponiente o Cooperativa La Palma han apostado por este camino hacia un modelo más natural, sostenible y rentable de la mano de la biotecnológica española.

El empleo de estas tecnologías será clave para afrontar, de manera conjunta y mediante una estrategia open innovation, el reto de alimentar a una población mundial cada vez más numerosa en un entorno de cambio climático.



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

FRUIT LOGISTICA

valencia
fruits
Suplementos
Enero 2023



SEE LESS

tango 
FRUIT



www.tangofruit.es



Para Mangelberger, uno de los objetivos de la feria es proporcionar a la industria información actualizada y ofrecer una plataforma con las últimas innovaciones. / FL

KAI MANGELBERGER / Director de Fruit Logistica

“Fruit Logistica 2023 será muy internacional y cubrirá toda la cadena de valor”

Fruit Logistica 2023 recupera sus fechas habituales tras los problemas ocasionados por la pandemia y celebra una edición en la que se esperan más de 2.500 expositores procedentes de 93 países. El carácter internacional de la cita está garantizado y, además, como afirma Kai Mangelberger, esta edición reunirá a todos los eslabones del sector de las frutas y hortalizas frescas, desde los productores hasta los actores clave más importantes de la industria. Respecto a la participación española, el director de la feria señala que “en espacio expositivo superará incluso ligeramente el nivel previo a la pandemia. Con ello, España vuelve a subrayar su posición como uno de los principales países exportadores”.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. ¿Qué perspectivas y cifras manejan para esta edición de Fruit Logistica a escasas semanas para su celebración?

KM. Esperamos más de 2.500 expositores de 93 países. Fruit Logistica 2023 no solo será muy internacional, sino que también cubrirá toda la cadena de valor de las frutas y hortalizas frescas en 27 pabellones, desde el productor hasta el punto de venta, y reunirá a los actores clave más importantes de la industria. La venta de entradas está funcionando muy bien. Las entradas para esta edición de la feria, que se celebra en Berlín del 6 al 8 de febrero, solo se pueden comprar por adelantado a través de la taquilla online.

VF. ¿Cómo está respondiendo el sector ante la vuelta a las fechas habituales de celebración de la feria?

KM. La cita de abril fue una solución especial y, afortunadamente, el tiempo de las soluciones especiales ha terminado. Fruit Logistica ha vuelto a su fecha original del mes de febrero, una fecha ideal para la industria. Asia Fruit Logistica, que tendrá lugar del 6 al 8 de septiembre de 2023, también volverá a su fecha original de septiembre y a su sede habitual en Hong Kong.

VF. ¿Qué peso va a tener el sector hortofrutícola español en la celebración de la presente edición de Fruit Logistica?



Fruit Logistica ha vuelto a su fecha original de febrero, una fecha ideal para la industria hortofrutícola. / RAQUEL FUERTES

KM. Estamos muy contentos de que la participación española en términos de espacio expositivo supere incluso ligeramente el nivel previo a la pandemia. Con ello, España vuelve a subrayar su posición como uno de los principales países exportadores. España es una de las tres principales naciones comercializadoras de frutas en Fruit Logistica. Esperamos alrededor de 270 expositores españoles ocupando más de 11.000 metros cuadrados de espacio en cuatro pabellones. Asimismo, habrá otros expositores españoles en los distintos segmentos temáticos.

La nominación de una empresa española al premio a la innovación, Fruit Logistica In-

novation Award, demuestra que España también tiene productos innovadores que ofrecer.

VF. ¿Qué novedades más destacadas van a encontrar los expositores y visitantes que acudan a Fruit Logistica 2023?

KM. Estoy expectante por conocer quién se llevará este año a casa el premio dedicado a la innovación, Fruit Logistica

Innovation Award. Un total de diez de los productos, servicios y soluciones técnicas más innovadores lanzados al mercado durante el pasado año compiten por el premio y el reconocimiento más codiciado de la industria de productos frescos.

En el pabellón 3.1, empresas innovadoras del sector de la Agricultura Inteligente Smart

“La participación española en términos de espacio expositivo superará ligeramente el nivel previo a la pandemia. Con ello, España vuelve a subrayar su posición como uno de los principales países exportadores”

“En Fruit Logistica queremos ser el lugar donde la industria del comercio mundial de frutas y hortalizas no solo se reúna bajo un mismo techo, sino que también avance unida. Porque las crisis solo se superan juntos”

Agri presentarán una gama de soluciones digitales. Estas incluyen cosechadoras robóticas mejoradas por inteligencia artificial, drones de pulverización de precisión, conceptos de riego avanzados y vehículos de campo autónomos.

El 10 de febrero, bajo el lema “Disrupt Agriculture” el Start-up Day transformará el pabellón 2.1 en el punto focal de las innovaciones pioneras. 20 de las start-ups tecnológicas más innovadoras de todo el mundo presentarán sus productos, proyectos e ideas en el Area Start-up.

VF. Se han vivido años complicados por la pandemia y ahora se están sufriendo los efectos de la guerra y la inflación. ¿Qué ánimo detectan en el sector hortofrutícola que acude a Berlín?

KM. La guerra está suponiendo un impacto masivo en el comercio mundial de frutas y hortalizas. Las consecuencias de este conflicto bélico y los efectos a largo plazo de la pandemia se acumulan. Los problemas en la cadena de suministro, la inflación de costos, los aplazamientos en el flujo de mercancías y los altos precios de la energía son algunas de las consecuencias.

La industria hortofrutícola está a prueba de crisis y es flexible como ningún otro sector. Nosotros, en Fruit Logistica, queremos propiciar el encuentro entre las personas adecuadas, proporcionar a la industria información actualizada y ofrecer una plataforma para las últimas innovaciones. Queremos ser el lugar donde la industria del comercio mundial de frutas y hortalizas no solo se reúna bajo un mismo techo, sino que también avance unida. Porque las crisis solo se superan juntos.

VF. ¿Qué titular le gustaría poder dar al finalizar la feria?

KM. Me haría muy feliz que las y los expositores, visitantes profesionales y compradores abandonaran el centro de exposiciones con la certeza de que el corazón del comercio internacional de frutas y hortalizas late en Berlín. Y que anoten la fecha de la próxima Fruit Logistica en el calendario: del 7 al 9 de febrero de 2024.

MUCHO MÁS QUE PIEL.



VitaFreshTM
Botanicals

Te presentamos **VitaFresh**TM Botanicals.
Nuestros recubrimientos comestibles
de origen vegetal que conservan la
frescura de la fruta.

Elevamos la frescura a un nivel superior. En AgroFresh, nuestros exclusivos recubrimientos crean una membrana "doble piel" que reduce la deshidratación y las pérdidas de peso, conservando la frescura del fruto. Se trata de soluciones innovadoras que alargan la vida útil permitiendo satisfacer las demandas organolépticas de los consumidores. Del mismo modo refleja nuestro compromiso "Champions 12.3" con la reducción del desperdicio y pérdida de alimentos.

Precisamente lo que uno espera de una tecnología agrícola innovadora.
Eso es confianza. Eso es AgroFresh.

FRIENDS OF
CHAMPIONS  12.3

AgroFresh.com

AgroFresh

We Grow Confidence

SILVIA DE JUANES / Directora de Comunicación de Fruit Logistica para España y representante oficial de Messe Berlín en España

“La presencia española vuelve a los datos prepandemia”

La vuelta a la normalidad en las fechas de celebración de Fruit Logistica ha favorecido, según confirma Silvia de Juanes, la participación de expositores españoles. Este año la presencia de empresas procedentes de España vuelve a las cifras alcanzadas en las ediciones anteriores a la pandemia y se sitúa “entre las tres representaciones más numerosas” en la feria. Entre los objetivos que los organizadores se han marcado para esta edición es ofrecer el mejor punto de encuentro para el negocio hortofrutícola. “Además nos consideramos fuente de conocimiento e inspiración para que el sector siga creciendo y adaptándose de la mejor manera posible a los cambios de futuro”, apunta la directora de comunicación.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo se presenta esta edición de Fruit Logistica a nivel de participación española?

Silvia de Juanes. La posición de España a nivel internacional en el sector hortofrutícola es indiscutible y eso también se refleja en la participación en Fruit Logistica. Este año la presencia española vuelve a estar entre las tres más numerosas, estando incluso por delante de la participación alemana, y volviendo a los datos prepandemia. Al igual que Fruit Logistica representa toda la cadena de valor del sector, desde el cultivo hasta el consumidor final, encontramos también empresas españolas en todos nuestros segmentos.

VF. ¿La vuelta a la normalidad en las fechas de celebración de la feria ha favorecido la presencia de expositores españoles?

SdJ. Desde luego. Todo el mundo relaciona Fruit Logistica con febrero y es una fecha histórica, está marcada en el calendario. El cambio en el año 2022 era necesario, pero la celebración tardía de la edición fue complicada para muchas



De Juanes afirma que el sector hortofrutícola saldrá reforzado de la crisis. / VF

empresas españolas que ya entraban en campaña y que hicieron un gran esfuerzo para gestionar estar casi una semana en Berlín.

VF. ¿Qué sectores van ganando presencia en la feria?

SdJ. El cambio climático ha producido una aceleración en las necesidades de gestionar el cultivo de una manera mucho

más eficiente. Para ello se recurre al uso, entre otras soluciones, de inteligencia artificial, sensores en el campo, implantación de procesos automatizados (como cosechadoras robóticas), drones de pulverización... soluciones que se han convertido en imprescindibles y de las que vemos mayor presencia en la Fruit Logistica.

VF. Se están viviendo años complicados, ¿qué ánimo detectan en el sector hortofrutícola español que acude este año a Berlín?

SdJ. El sector hortofrutícola ha demostrado a lo largo de los años una capacidad de adaptación, superación y flexibilidad antes las adversidades como ningún otro. Y de esta, como de todas las crisis, saldrá reforzado.

Los profesionales del sector español tienen muchas necesidades de comunicación e interacción personal puesto que se trata de un negocio basado en la confianza y esta se construye con encuentros personales y de calidad. Eso es lo que van a buscar y lo que encuentran en Fruit Logistica.

En general, el ánimo es muy positivo y esperamos dar la bienvenida a un altísimo número de visitantes españoles. Como siempre la oficina de representación en España está a su disposición para aclarar cualquier tipo de detalle que necesiten para organizar su visita.

VF. ¿Qué novedades presenta la feria en esta edición de 2023?

SdJ. Tras estos dos años veremos desplegar la alfombra roja

para las novedades que presentan nuestros expositores, para que el certamen suponga ser su escaparate definitivo. El 10 de febrero, bajo el lema Disrupt Agriculture, el Start-up Day de Fruit Logistica convertirá el pabellón 2.1 en un centro de redes para innovaciones revolucionarias. Veinte de las start-ups tecnológicas más innovadoras de todo el mundo mostrarán sus productos, proyectos e ideas en el Start-up Area. El pabellón 2.1 también alberga el escenario Start-up Stage, donde las empresas de nueva creación y las empresas agrícolas inteligentes presentarán sus ideas comerciales, tecnologías y visiones de futuro en el tercer día de la feria.

“Queremos ofrecer ser el mejor punto de encuentro para el negocio hortofrutícola”

Además, animo a conocer a los 10 nominados al FLIA (Premio a la innovación del año), cuyas soluciones estarán expuestas entre el pabellón 20 y 21 a lo largo de toda la feria. Y también merece la pena descubrir las más de 20 novedades mundiales que presentan nuestros expositores en el Spotlight, que ya se puede consultar a través de nuestra web.

VF. ¿Qué objetivos se han marcado desde la organización de la feria para esta edición?

SdJ. Como feria líder para el comercio mundial de frutas que cubre toda la cadena de distribución de la industria hortofrutícola, desde el productor hasta el punto de venta, queremos ofrecer ser el mejor punto de encuentro para el negocio hortofrutícola. Además nos consideramos fuente de conocimiento e inspiración para que el sector siga creciendo y adaptándose de la mejor manera posible a los cambios de futuro.

STAY COOL AND RELAX





msc.com/fruit

Con MSC puedes llegar a cualquier mercado del mundo. Gracias a décadas de experiencia, podemos cuidar de tu mercancía 24/7, ya sea en puertos, mares, camiones o trenes.

Visítanos en Fruit Logistica | Hall 25 / Stand B-03, 8-10 de febrero 2023

MOVING THE WORLD, TOGETHER.





Nos vemos en Berlin Fruit Logistica Hall 8.2 Stand A-80

- Para conocer nuestros últimos desarrollos y descubrir las últimas soluciones en postcosecha, te esperamos en nuestro stand.
- Te invitamos a nuestro evento “Vinos Mediterráneos” todas las tardes a partir de las 16h en nuestro stand.

**FRUIT
LOGISTICA**

8|9|10 FEBRERO 2023, BERLÍN



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

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

deccoiberica.es



Esta feria es un encuentro profesional imprescindible para las firmas valencianas hortofrutícolas que cuenta además con el apoyo incondicional de la Generalitat./ RF

Vuelve la Comunitat con 'Molt de Gust'

Más de 50 empresas valencianas presentarán su catálogo en Berlín

► A CAMPOS - R FUERTES. REDACCIÓN. La Comunitat Valenciana estará presente en la 30 edición de Fruit Logística. Un año más en el espacio habitual del pabellón 11.2 y bajo el paraguas de la marca de calidad 'Molt de Gust' serán 18 las empresas que expondrán sus productos en Berlín en este espacio gestionado por la Conselleria de Agricultura. Además, otras 34 empresas valencianas participarán este año en la feria berlinesa, sumando 52, una cifra similar a la registrada en 2022, primera cita postpandemia, aunque en esa ocasión se celebró en abril, fecha diferente a la habitual.

Así, en 2022 no fueron pocas las empresas valencianas que optaron por no participar como expositores sino como visitantes porque el cambio al mes de abril no encajaba con las fechas de las principales campañas productoras. Tras la experiencia y dado que el sector valenciano cada vez está más cómodo y satisfecho



Ximo Puig junto al embajador de España en Alemania en la edición de 2022. / ÓO

con la propuesta ferial de Fruit Attraction, este año algunas empresas y asociaciones han optado por convertirse en visitantes en lugar de ser expositores. En cualquier caso, todo el sector

valenciano sabe que, de una u otra manera, hay que estar en Berlín porque la importancia de esta cita como punto de encuentro del sector a nivel mundial la hace ineludible.

Todo el sector hortofrutícola valenciano sabe que, de una u otra manera, hay que estar en Berlín

Además de productores y exportadores, numerosas empresas valencianas de la industria auxiliar (fitosanitarios, maquinaria, logística...) acudirán un año más a este encuentro profesional de primera magnitud.

■ APOYO INSTITUCIONAL

Un año más el presidente de la Generalitat, Ximo Puig, encabezará la delegación valenciana para apoyar al sector hortofrutícola valenciano. Junto con el presidente, la consellera de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, Isaura Navarro, el se-

cretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural, Roger Llanes, y el director general de Desarrollo Rural, David Torres, mostrarán en Berlín su apoyo al sector hortofrutícola valenciano.

El president Puig destaca en sus intervenciones habituales el importante papel que desempeña la agricultura en la economía e idiosincrasia valencianas y cada año hace patente su apoyo al sector en la visita a Fruit Logística que este año se espera para el día de la inauguración, el próximo 8 de febrero. Precisamente, en su comparecencia ante los medios el 26 de enero, coincidiendo con la visita a Valencia del ministro Planas, el president hizo hincapié en la importancia de mantener "la soberanía alimentaria" en momentos geopolíticos tan complejos como el que ha generado "la guerra de Putin", el president añadió que "se revaloriza el papel de los agricultores y de los regantes" en situaciones como la actual.

La consellera de Agricultura, quien visitará por primera vez Fruit Logística, destaca que en "la Conselleria destinamos una fuerte inversión económica en este tipo de ferias para dar a conocer la calidad de los productos valencianos a nivel internacional. De esta manera apoyamos a las empresas valencianas para consolidarse en mercados europeos y tener oportunidades para abrir nuevos negocios".

Por su parte, el secretario autonómico de Agricultura, Roger Llanes, señala que "la Generalitat va a estar un año más respaldando al sector hortofrutícola valenciano en la feria sectorial de mayor magnitud de Europa. Se trata de una cita ineludible que, tras la pandemia, recupera plenamente la normalidad en la edición de este año, tanto en lo que a fechas habituales de celebración se refiere como en expectativa de expositores y visitantes. Se trata, por tanto, de un encuentro profesional imprescindible para las firmas valencianas hortofrutícolas y desde el Consell vamos a seguir poniendo todos los medios a nuestro alcance para seguir potenciando los buenos resultados de las empresas exportadoras y una remuneración justa para los productores".

Molt de Gust

En palabras de David Torres, director General de Desarrollo Rural, "mantenemos un año más nuestro compromiso con la con la promoción de los productos valencianos. No podíamos fallar en la feria líder de producto fresco de frutas y hortalizas", una promoción que se encuadra dentro de la marca de calidad Molt de Gust. De las 18 empresas del stand de 'Molt de Gust', 16 son empresas productoras del sector de las frutas y hortalizas, y otras dos son Consejos Reguladores de Denominación de Origen, en concreto, de la IGP Cítricos Valencianos y del Kaki de la Ribera del Xúquer. Este año, el stand contará con 405 metros cuadrados, los mismos que el año anterior. Es la superficie máxima de la que puede disponer en el pabellón 11.2 que ocupa habitualmente la Comunitat en Fruit Logística desde el año 2018.

Según señala Isaura Navarro, "la marca Molt de Gust contempla todo el buen hacer de nuestro sector agroalimentario, tanto por calidad y excelencia como por proximidad y sostenibilidad. Por eso estaremos también pronto en Bruselas para presentar la gran calidad y variedad que atesora nuestra agroalimentación y así contribuir a internacionalizar esta marca que aglutina los mejores productos".

Este espacio no es de uso exclusivo para expositores, sino que hay habilitados espacios comunes "donde cualquier empresa valenciana que quiera visitar la feria y que no disponga de stand puede tener reuniones



de trabajo y también ofrecemos por servicios de traducción y acompañamiento", afirma Torres.

A pocos días de la celebración de la feria, desde el área de promoción de la Generalitat afirmaban que "se está viendo una tendencia al alza en el número de visitantes y prospectivos clientes para las empresas. Después de años complicados como consecuencia de la pandemia, es una evidencia que la participación se ha incrementado, lo que ha dado como resultado muchos más contactos con posibles compradores y más posibilidades de negocio". Las mismas fuentes explican que "el feedback que recibimos de las empre-

sas de la última feria fue similar a la que recibidos de Fruit Attraction el pasado octubre en Madrid" ya que "señalaba un alto grado de satisfacción, en especial por la gran afluencia de público y los contactos realizados que a la larga se pueden traducir en clientes".

Y es que en Fruit Logística se persigue el mismo objetivo que en las demás ferias agroalimentarias en las que participa 'Molt de Gust': "apoyar al productor valenciano para que pueda dar a conocer sus excelentes productos al mundo, de modo que se amplíen sus posibilidades de negocio, intensifique su internacionalización y maximice su crecimiento". ■

La unión hace la fruta

Together is better



LISTADO DE ASOCIADOS

AGRONATURA FRUITS, S.L.

46230 · ALGINET
Tlf. 615.12.07.80
e-mail: agronaturafruits@gmail.com

FRUTAS ÁNGELA

46240 · CARLET
Tlf. 669.19.39.07
e-mail: salvador@frutasangela.es

ARANTRADE, S.L.

21650 · CIEZA
Tlf. 96.876.51.25
e-mail: arantrade@hotmail.com

BLASCO FRUIT, S.L.

12400 · SEGORBE
Móvil. 609.05.43.12
e-mail: joseluis@blasco-fruit.com

BOSKAKI, S.L.

46840 · LA POBLA DEL DUC
Tlf. 96.225.00.88
e-mail: info@boskakisl.com

CITRICS CARLET, S.L.

46240 · CARLET
Tlf. 96.253.20.33
email: comercial@citricscarlet.com

DISPLAFRUIT, S.A.

46230 · ALGINET
Tlf. 96.367.36.02
e-mail: info@displafruit.com

E. PONS GASCON, S.L

46760 · TAVERNES DE LA VALLDIGNA
Tlf. 648.63.44.53
e-mail: e.pons_gascon@yahoo.es

FERMONDUC, S.A.

46840 · LA POBLA DEL DUC
Tlf. 96.225.00.45
e-mail: info@fermonduduc.com

FRANCISCO MAGRANER AÑO, S.L.

46440 · ALMUSSAFES
Tlf. 96.122.61.70
e-mail: javiermagraner@iberdur.com

FRUITES TOT L'ANY, S.L.

46600 · ALZIRA
Tlf. 96.241.76.63
e-mail: bernardo@fruitestotlany.es

FRUTA DE AUTOR, S.L.

46800 · XÀTIVA
Tlf. 615.10.43.44
e-mail: comercial@frutadeautor.com

FRUTAS ALEJANDRO, S.L.

46800 · XÀTIVA
Tlf. 607.31.33.27
e-mail: frutaspabel@frutaspabel.com

FRUTAS CHESCO MARTÍNEZ, S.L.U.

12489 · SOT DE FERRER
Tlf. 646.43.05.75
e-mail: chescmartinez@hotmail.com

FRUTAS ESTHER, S.A.

30550 · ABARAN
Tlf. 96.877.00.00
e-mail: com@frutasesther.es

FRUTAS HERNARA, S.L.

46293 · BENEIXIDA
Tlf. 96.258.00.57
e-mail: comercial@frutashernara.es

FRUTAS INMA, S.L.

46291 · BENIMODO
Tlf. 96.253.14.71
e-mail: pedidos@frutasinma.com

FRUTAS MONTIFRUT, S.L.

46842 · MONTICHELVO
Tlf. 616.96.43.12
e-mail: frutasmontifrut@hotmail.com

FRUTAS PASCUAL, S.L.

46841 · CASTELLÓ DE RUGAT
Tlf. 96.281.36.22
e-mail: frutaspascual@frutaspascual.com

FRUTAS RANA, S.L.

46841 · RUGAT
Tlf. 96.281.34.51
e-mail: rana@gruporana.es

FRUTAS ROSMI, S.L.

46667 · BARXETA
Tlf. 96.222.82.17
e-mail: frutasrosmi@telefonica.net

FRUTAS SAMBA, S.L.

46812 · AIELO DE MALFERIT
Tlf. 96.236.01.34
e-mail: frutasamba@gmail.com

FRUTAS VITORE, S.L.

46136 · MUSEROS
Tlf. 96.142.10.09
e-mail: frutasvitore@gmail.com

GREEN FRUIT, S.L.

46013 · VALENCIA
Tlf. 96.124.10.42
e-mail: greenfruit@greenfruit.es

HATO VERDE SAT 9972

46230 · ALGINET
Tlf. 96.175.42.72
e-mail: vicent@sathatoverde.com

HNOS. LLOPIS SAT 15 CV

12591 · LA LLOSA
Tlf. 96.262.31.87
e-mail: info@hermanosllopis.es

HUERTO LAS PARRAS SAT 47 CV

46100 · ENOVA
Tlf. 96.297.92.57
e-mail: pascual.prats@huertolasparras.com

LA ESPESA SAT 189 ARA

22530 · ZAIDIN
Tlf. 97.447.84.38
e-mail: laespesa@frutaslaespesa.com

LA VEGA DE CIEZA SCA

30530 · CIEZA
Tlf. 96.845.57.79
e-mail: vegacieza@vegacieza.com

LUSIA FRUIT, S.L.

46200 · PAIORTA
Tlf. 96.224.62.50
e-mail: lusiafruit@lusiafruit.com

MADREMIA, S.L.

46650 · CANALS
Tlf. 96.224.11.76
e-mail: e.madremia@gmail.com

MARCOS MARCO SILVESTRE

46130 · MASSAMAGRELL
Tlf. 607.11.67.19
e-mail: gestion@melaniafruits.com

MARTÍ FRUIT, S.L.

46837 · QUATRETONDA
Tlf. 96.226.47.91
e-mail: martifruit@martifruit.es

MICOFRUIT IS LIFE, S.L.

46891 · EL PALOMAR
Tlf. 650.84.77.45
e-mail: ernesto.micofruit@gmail.com

MONTESA INTEGRAL AGRÍCOLA SAT 1001

46814 · LA GRANJA DE LA COSTERA
Tlf. 96.225.44.11
e-mail: jamarti@morondo.com

ONUBAFRUIT S. COOP. AND

21001 · HUELVA
Tlf. 95.954.08.44
e-mail: onubafruit@onubafruit.com

PIPA'S FRUIT ALGINET, S.L.

46230 · ALGINET
Tlf. 635.50.62.54
e-mail: pipasfruitalginet@outlook.es

RIBER MAGFRUITS, S.L.

46250 · L'ALCUDIA
Tlf. 667.33.90.66
e-mail: ribermagfruits@ribermagfruits.com

RICAFRUT LLUTXENT, S.L.

46838 · LLUTXENT
Tlf. 96.292.30.11
e-mail: ricafrut@hotmail.com

SANLLO EXPORT, S.L.

46816 · ROTGLÀ i CORBERÀ
Tlf. 96.131.72.06
e-mail: info@sanlloexport.com

THE NATURAL FRUIT COMPANY

46612 · CORBERA
Tlf. 96.004.66.45
e-mail: joan.mico@thenaturalfruit.com

THE NATURAL HAND, S.L.

46470 · ALBAL
Tlf. 96.004.63.20
e-mail: info@thenaturalhand.com

VERCOM SAT 7075

46791 · BENIFAIRO DE LA VALLDIGNA
Tlf. 96.281.04.76
e-mail: oscarvercher@bollo.es

YACUFRUT, S.L.

46830 · BENIGANIM
Tlf. 96.292.01.07
e-mail: yacufrut@hotmail.com



FEDACOVA



FEPEX

V2022.09.12

Productores y exportadores murcianos responden a la demanda hortofrutícola

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Región de Murcia volverá a ocupar una de las posiciones más extensas y con mayor visibilidad de Fruit Logística. En el pabellón 18, con más de 500 m², las empresas murcianas expondrán su oferta de productos y servicios para dar respuesta a la demanda de vegetales frescos de primera calidad y con máxima seguridad alimentaria. La conocida como “huerta de Europa” no defraudará en Berlín y decenas de empresas representarán al agro y la industria auxiliar de la Región en una de las zonas con mayor tránsito de la feria, aunque otras empresas murcianas también ocuparán otros lugares estratégicos en diferentes pabellones.

■ PROEXPORT

La Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport), y sus empresas asociadas, no faltarán a su cita con Fruit Logística. Según Fernando P. Gómez, director general de la entidad, “nuestro objetivo este año es reforzar la cuota de mercado que la agricultura de la Región de Murcia y el sureste español tiene en Europa, al tiempo que ampliar las ventas a otros mercados fuera del continente”.

Mariano Zapata, presidente de Proexport, estará al frente de la delegación empresarial que



La Región de Murcia estará un año más en el Hall 18. / RAQUEL FUERTES

expone en la feria. La mayoría de expositores de la asociación se encuentran ubicados en el espacio que tiene la Región de Murcia en el pabellón 18. Tanto ellos, como quienes acuden como visitantes, desplazan a la feria sus equipos comerciales y directivos, a fin de mantener reuniones y negociaciones directas con los clientes.

El objetivo de las empresas murcianas en Berlín es reforzar la cuota de mercado en Europa y ampliar las ventas a otros destinos fuera del continente

Según explica Fernando P. Gómez, “supermercados, mayoristas, importadores y procesadores de alimentos nos han trasladado

su preocupación con respecto a posibles tensiones en la cadena logística y de aprovisionamiento en frutas y hortalizas”. Además,

añade que “por nuestra parte, enfrentamos la dificultad de producir soportando los crecientes costes, que se han acelerado con la guerra de Ucrania. Fruit Logística se presenta como una oportunidad para el diálogo, acercar posiciones y acordar estrategias que permitan responder a las demandas del consumidor de frutas y hortalizas, en un momento de elevada inflación en toda Europa”.

En esta feria, las agendas de las empresas asociadas a Proexport están repletas de reuniones y sus esfuerzos se van a centrar en consolidar la confianza de aquellos con los que llevan trabajando décadas; pero también, en ampliar ventas a mercados en Asia, Canadá y África, en los que hay oportunidad para crecer.

La delegación empresarial presente estará compuesta por: Agrícola Santa Eulalia SL; Agri-demur Marketing SL; Agromontes Fresh Group SL; Agrodolores El Mirador, S.L., Campo de Lorca SCL; Difrusa Export SA; Fruca Marketing SL; Fruveg Sdad Coop; Grupo Hortofrutícola Paloma SA; G'S España Holdings SL; Hortofortini España SLU; Kettle Produce España SL; Looije Águilas SL; Mercagrís SA; SAT 9359 Bonnysa; Sol y Tierra Campo de Cartagena SL; y Surinver El Grupo Sdad Coop.

En la campaña 2021/2022 las empresas hortícolas de Murcia exportaron 2,5 millones de toneladas de frutas y hortalizas por valor de más de 3.000 millones de euros. Del total, 730.000 toneladas fueron destinadas a Alemania. Fernando P. Gómez afirma que “agricultores, empresas y cooperativas de la Región de Murcia producen alimentos saludables que llegan a la mesa de millones de familias en toda Europa y, pronto, esperamos que sean muchas más, en otras zonas del mundo”.

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Extremadura estará presente en la 30 edición de Fruit Logística con una superficie aproximada de 16 metros cuadrados para cada co-expositor en el stand agrupado de Extremadura Avante Servicios Avanzados a Pymes, SLU, un grupo de empresas públicas de la Junta de Extremadura.

La Consejería de Economía, Ciencia y Agenda Digital a través de Extremadura Avante presentó una convocatoria de ayudas para la feria de Fruit Logística que se podían solicitar desde el 23 hasta el 30 de septiembre de 2022.

Para esta convocatoria se estableció un máximo de 23 participantes: 19 beneficiarios de los sectores de fruta fresca, hortalizas frescas, frutos secos y fruta desecada; y 4 beneficiarios de los sectores de la aloe vera, las conservas, las especias y hierbas aromáticas, viveros, semillas, productos agroquímicos, tecnologías aplicadas a la agricultura y maquinaria y equipos para agricultura.

El importe máximo de la ayuda por beneficiario que establecía el Decreto 210/2017, de 28 de noviembre publicado en el Diario Oficial de Extremadura era de 10.869,50 euros.

■ MARCA EXTREMADURA

La Junta organiza estas acciones comerciales con el objeto de ayudar en la promoción de productos ‘made in’ Extremadura

Extremadura de vuelta a la capital alemana

Extremadura Avante presentó una convocatoria de ayudas para 23 participantes en Fruit Logística

en eventos internacionales, posicionando en este caso la actividad y calidad de la producción del agro extremeño, relanzando la marca Extremadura y contribuyendo a mejorar la economía regional.

Fruit Logística da la oportunidad a las empresas extremeñas de conocer las novedades, presentar sus productos agroalimentarios, así como de establecer contactos y relaciones comerciales en la feria líder en el sector de la fruta fresca. En Fruit Logística estarán presentes compañías a nivel mundial, así como pequeños y medianos productores de todo el mundo, cubriendo todo el espectro del sector hortofrutícola.

■ EDICIÓN ANTERIOR

En Fruit Logística 2022 participaron 24 empresas co-expositoras en el espacio agrupado de Extremadura y otras tres, que asistieron a título individual. El stand agrupado de la Junta

ocupó 375 m², del pabellón 18 de ‘Messe Berlin’. Las empresas contaron con una zona de exposición individual dotada de mostrador y zona de reuniones para encuentros comerciales.

Fruit Logística da la oportunidad, a las empresas extremeñas, de conocer las novedades, presentar sus productos agroalimentarios, así como de establecer contactos y relaciones comerciales

Durante la primera jornada, la consejera, junto al secretario general de Población y Desarrollo Rural, Manuel Mejías, y el director general de la PAC, Javier Gonzalo, recorrieron los expositores y mostraron el apoyo de la Junta a las empresas agroindustriales extremeñas presentes en el evento.

La importancia del sector hortofrutícola en el conjunto de la economía de la región y

su relevancia mundial, especialmente en la producción y comercialización de la fruta de hueso, hacen imprescindible la participación de la delegación extremeña, que acudió, al igual que sucederá el próximo febrero, con la asesoría de Extremadura Avante, entidad que organiza el expositor agrupado y facilita contactos empresariales durante la feria.

■ EXPORTACIÓN

Extremadura exportó 57.163 toneladas de frutas y hortalizas frescas en el primer semestre de 2022 por un valor de 97,5 millones de euros.

La exportación de frutas frescas es mayoritaria en Extremadura, situándose en el primer semestre del año en 37.807 toneladas, por un valor de 76,3 millones de euros.

La nectarina es la fruta más exportada en el periodo analizado con 13.160 toneladas, seguida por la cereza, con 7.334 toneladas; el melocotón con 5.691 to-

neladas y la ciruela con 4.894 toneladas.

La exportación de hortalizas en el primer semestre de 2022 se situó en 19.336 millones de kilos, por un valor de 21,2 millones de euros, destacando las coles, con 8.697 toneladas.

Considerando el último año completo del que se disponen estadísticas, 2021, la exportación de Extremadura de frutas y hortalizas frescas en 2021 se situó en 162.321 toneladas por un valor de 220,4 millones de euros, lo que supuso un crecimiento respecto a 2020 del 24% en volumen y del 31% en valor.

Las ventas al exterior de frutas extremeñas en 2021 se situó en 132.095 toneladas (+34%) por un valor de 131,7 millones de euros (41%), siendo la ciruela la más vendida en 2021 con 52.429 toneladas y 60,4 millones de euros, convirtiendo a Extremadura en la principal comunidad autónoma española exportadora de esta fruta.

Tras la ciruela figura la nectarina con 31.976 toneladas y 40,4 millones de euros; el melocotón con 13.978 toneladas y 16,8 millones de euros y la cereza con 13.322 toneladas y 38,3 millones de euros.

En cuanto a las hortalizas en fresco, en 2021, Extremadura exportó 30.226 toneladas (-7%) por un valor de 34,9 millones de euros (-6%), según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, procesados por Fepex.

Fresco



Carnoso



Jugoso



Sabroso



ESCANEA



Colorido



Refrescante



Suave



Crujiente



¡ 100% COMPROMETIDO CON LA CALIDAD !



**Saint-Charles
INTERNATIONAL**
FRUITS & LEGUMES - PERPIGNAN - FRANCE



**FRUIT
LOGISTICA**

8|9|10 FEBRUARY 2023, BERLIN

**NOS VEMOS EN
HALL22 - STAND C-43**

LÍDER EUROPEO

EN COMERCIALIZACIÓN, TRANSPORTE & LOGÍSTICA DE FRUTAS & HORTALIZAS

[HTTPS://PUBLIC.SAINTCHARLESINTERNATIONAL.COM](https://public.saintcharlesinternational.com) - [COMMUNICATION@SAINTCHARLESINTERNATIONAL.FR](mailto:communication@saintcharlesinternational.fr)

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Aragón regresa a Fruit Logística después de no estar presente de forma institucional y oficial desde 2019, bien debido a la pandemia del covid o por criterios de estrategia de promoción. Lo hace con una notable representación entre instituciones, asociaciones, denominaciones de origen, cooperativas y empresas del sector hortofrutícola aragonés.

Bajo el amparo de Aragón Alimentos, la delegación aragonesa ocupará una superficie de 150 m² en el pabellón 8.2 de Messe Berlín, contando con el apoyo en tareas logísticas y organizativas de la empresa pública SARGA (Sociedad Aragonesa de Gestión Agroambiental).

Además de las empresas a título individual, van a tener presencia el Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria (CITA), el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Melocotón de Calanda, que representa a 25 empresas y cooperativas, y la Asociación Profesional de Frutas y Hortalizas de Huesca (Excofrut), que engloba a 34 empresas, situadas en las comarcas del Bajo Cinca, Cinca Medio y La Litera.

Esta es la relación de empresas aragonesas participantes en la feria: Orchard Fruit, Ibarz Ponti SL, Fuencampo XXI, Summer fruit, Frutas Torre Molins, Agrolainez e hijos SL y la SAT Río Cinca.

■ EL CITA

El Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA) es un organismo público de investigación dependiente del Gobierno de Aragón, cuyo objetivo final es conseguir el desarrollo tecnológico, la formación y la transferencia, que las explotaciones agrarias y las empresas agroindustriales innoven continuamente.

Con ello se pretende alcanzar que la población activa agraria y el medio rural obtengan una mayor rentabilidad económica y, como consecuencia, una mejor calidad de vida.

Son fines generales del Centro impulsar la investigación científica en materia agroalimentaria y su desarrollo tecnológico. Integrar esta contribución al progreso de la ciencia en el sistema de relaciones de colaboración y cooperación propio de la actividad investigadora.

Impulsar la transferencia tecnológica, la innovación y la formación en el sector agroalimentario aragonés, así como el fomento y control de actividades relacionadas con las mismas.

Entre sus muchos proyectos e investigaciones, algunos de los cuales presentará en la feria de Berlín, figuran los relacionados con la trufa negra, las nuevas variedades del Melocotón de Calanda, la recuperación de frutales autóctonos, la almendra, los fertilizantes, los regadío o la dieta.

■ EXCOFRUT

Es una Asociación constituida en el año 1978, que nace a raíz de la inquietud de 17 empresarios comercializadores de fruta fresca de la ciudad de Fraga, con el objetivo de aunar fuerzas ante los problemas del sector. Desde entonces ha ido en aumento el número de asociados hasta llegar, en la actualidad, a 34, todos ellos situados en las Comarcas del Bajo Cinca, Cinca Medio y La Litera.



Aragón vuelve a la cita en Berlín después de no estar presente de forma institucional y oficial desde 2019. / ÓSCAR ORZANCO

Aragón regresa a Berlín tres años después con una notable representación

Bajo el amparo de Aragón Alimentos participan, además de empresas a título individual, el CITA, Excofrut y la DOP Melocotón de Calanda, con 25 empresas y cooperativas

El objetivo del Gobierno aragonés con la presencia en Fruit Logística es “ayudar a vender fuera porque el mercado español se ha quedado pequeño”

En los últimos años, el Gobierno de Aragón ha emprendido una decidida apuesta por la promoción de los productos alimentarios de calidad diferenciada

Se trata de una de las zonas fruteras más importantes de Aragón y sobresale su entusiasta presencia cada año en la Feria de Berlín. La citada asociación y los productores cuentan con el decidido apoyo del Ayuntamiento de Fraga, localidad donde tiene su sede social Excofrut, cuyo alcalde o concejal de Agricultura suelen acompañar a la delegación.

Excofrut cuenta con unas 34 empresas asociadas que se dedican a la producción y comercialización de fruta, principalmente melocotón, pera, manzana y también cereza, albaricoque, ciruela e higo aunque últimamente ha introducido algunas variedades tropicales. Las exportaciones a otros países rondan el 80% de la producción total y mantienen contactos y delegaciones para dar a conocer su gran potencial frutícola.

■ MELOCOTÓN DE CALANDA

El Melocotón de Calanda registró la pasada campaña una de las cosechas más bajas desde que existe la Denominación. La producción certificada por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen se ha situado entre 1,5 y 1,8 millones de kilos frente a los 4,5 millones del año anterior. Es decir, el descenso fue de entre un 60 y un 70% y se sitúa en una de las cifras más bajas desde que existe esta Denominación de Origen, creada en 1999.

Esta merma se ha debido a las graves heladas de abril, con hasta cinco grados bajo cero, que dañaron el 60-70% del fruto. Lo poco que pudo salvarse se vio posteriormente afectado en junio con un tornado acompañado de lluvia y granizo, que ocasionó graves destrozos en campos alrededor de Alcañiz, y las fuertes tormentas de granizo de julio.

No obstante, aunque fue una campaña complicada, el sector todavía se esperaba peores cifras. El factor que ha logrado mejorar las previsiones fue una de las úl-

timas variedades de melocotón introducida en la Denominación el año pasado.

Se trata de la PRO504, un tipo de melocotón de recolección más tardía que ha resistido mejor al hielo y al granizo gracias sus características. Se logró recoger hasta el 80% de su producción, lo que ha ayudado a que la merma haya sido menor de la esperada y se haya conseguido una mayor cantidad de melocotón.

El mercado nacional ha sido el principal destino de la producción si bien se ha mantenido la exportación a los clientes internacionales, como Francia, Suiza y Alemania, a quienes se ha abastecido con “todo lo que se ha podido y no con lo que pedían”.

En total son 45 los municipios del Bajo Aragón, entre las provincias de Zaragoza y Teruel, las que pertenecen a la denominación Melocotón de Calanda.

Las labores en torno al cultivo del melocotón tardío o de otoño emplean cada campaña a unas 3.000 personas y de su producción viven unas 700 familias.

El mercado nacional se ha consolidado e incluso ha crecido la demanda de melocotón de Calanda, sobre todo en el norte, aunque siguen siendo Madrid, Barcelona, Valencia y el litoral mediterráneo los principales destinos.

Sin embargo, no han aumentado las exportaciones, que se han estabilizado en casi un 25% de la producción total.

El reto es alcanzar el 40% de las exportaciones. Para ello, el Consejo Regulador, presidido por Samuel Sancho, trabaja con dos marcas, Melocotón DOP Export y Autum Peach, que permiten a los productores, empresas y cooperativas exportar con unos mismos precios y condiciones. La primera, exporta fruta certificada y la segunda se impulsó hace un par de campañas para exportar a Europa melocotón de variedades tempranas sin certificar.

Las empresas que han obtenido el certificado del Consejo Regulador (en total son 15 las certificadas) utilizan obligatoriamente en los envases la mención Denominación de Origen Melocotón de Calanda con el sello del Consejo Regulador, junto a la etiqueta numerada otorgada por este, cuya función es actuar de certificador y permitir el seguimiento del producto en la comercialización. Si existe esta etiqueta numerada y el sello del Consejo, el consumidor tiene la garantía que es auténtico Melocotón de Calanda.

■ GRAN PRODUCTOR DE FRUTA

Aragón cuenta con más de 34.465 hectáreas dedicadas al cultivo de fruta y cerca de 9.000 hectáreas a hortalizas. Es la primera comunidad productora de cerezas; la segunda de melocotones, manzanas y peras; y también una de las más destacadas de ciruelas y albaricoques.

En total, más del 20% de la fruta dulce que se cultiva en España procede de Aragón. En Fruit Logística estarán presentes empresas y productores agrícolas de las principales zonas fruteras de las tres provincias de Aragón como son Calatayud, La Alfranca, el Jalón y el Jiloca, la Ribera del Ebro, Calatorao, Fraga, el Bajo Cinca, el Bajo Aragón, Calanda, La Litera o Monzón.

Respecto a los productos hortícolas, Aragón dedica a estos cultivos unas 14.000 hectáreas, con una producción de 230 toneladas y un valor de 99.350.000 euros.

■ LA PROMOCIÓN

El objetivo del Gobierno aragonés con la presencia en Fruit Logística es “ayudar a vender más” y a vender fuera, porque el mercado español “se ha quedado pequeño” para los productores de Aragón.

No en vano, la agroindustria es “el sector estratégico por excelencia de la economía aragonesa, capaz de impulsar desarrollo, atraer inversiones y generar empleo en el mundo rural”, según el presidente, Javier Lambán.

En los últimos años el Gobierno de Aragón ha emprendido una decidida apuesta por la promoción de los productos alimentarios de calidad diferenciada, es decir, los que se acogen a una DOP, IGP o sello de calidad reconocido por la Unión Europea.

Las líneas maestras del plan de promoción son utilizar los productos bandera, como son los de calidad diferenciada, por ejemplo, el melocotón de Calanda, la cebolla de Fuentes de Ebro, el jamón de Teruel, el ternasco de Aragón, la trufa negra, el aceite o los vinos.

Por un lado, se han multiplicado exponencialmente los fondos específicos dedicados a los planes de promoción y el porcentaje de cofinanciación de los mismos. Por otro lado, se ha apoyado la incorporación de nuevos productores a estos procesos de certificación para que puedan hacer uso de los sellos de calidad, sufragando las cuotas de los primeros años.

La última convocatoria de ayudas a la promoción de la calidad diferenciada con protección comunitaria superó lo invertido en todo el periodo anterior. Mientras que de 2016 a 2020 supuso un importe total de ayudas de 2,6 millones, solo en 2021 se han invertido 3,2 millones para una ejecución plurianual hasta marzo de 2023.

Un apoyo que no solo se mantendrá en el tiempo, sino que se incrementará, puesto que en el próximo periodo del PDR se superarán los dos millones de euros anuales de ayuda, nueve millones en el total para el periodo 2023-2027.

Dentro de la campaña “Alimentos Nobles de Aragón, lo que es, Es”, las acciones de promoción en 2022 comenzaron en Aragón, coincidiendo con la festividad de San Jorge, tras la ratificación, por tercer año consecutivo, del compromiso de las nueve cadenas que apoyan estas campañas en sus establecimientos.

Fuera de Aragón, la campaña comenzó en septiembre y se prolongó hasta noviembre y se acompañó con la implantación del stand interactivo “Aragón alimentos Nobles Experiencias” en seis hipermercados de Madrid y Valencia.

LOS Gallombares

Espárragos frescos todo el año

¡Descubre el **delicioso sabor** de nuestros espárragos!

Más de 20 años cultivando y comercializando de manera sostenible nuestros espárragos. Ricos en nutrientes y bajos en calorías, son una excelente opción para **cuidar tu salud**. Cultivados con métodos naturales, su sabor auténtico y calidad premium comparten nuestra responsabilidad con el entorno y el medio ambiente.

- + Sostenibilidad
- + Producción
- + Vida

Pruébalos en

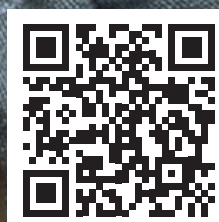
**FRUIT
LOGÍSTICA**

Hall 10.2

Stand A-06

Berlin 8|9|10 Feb 2023

Ctra. de Priego
10311 Ventorros de San José
Loja (Granada), España.
T. +34 958 315195
esp@losgallombares.es



► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

La gran experiencia de su equipo comercial junto con el apoyo de sus socios productores, hacen de Consorfrut Polska la empresa más importante en la importación y distribución en su país de origen. La más moderna infraestructura de almacenes le permite ofrecer un óptimo servicio a todos los supermercados de Polonia.

Valencia Fruits. ¿Cómo está afrontando la empresa esta nueva realidad marcada por la guerra?

Piotr Maik. Nos enfrentamos a unos de los periodos más complicados, con aumentos de costes en producción, materias primas, mano de obra... efectos que venimos arrastrando de la pandemia y que en este último año se han visto agravados por un alto nivel de inflación a raíz de la guerra en Ucrania. Uno de los principales problemas es cómo gestionar los precios más altos de los productos con la venta entre los clientes y supermercados, ya que este encarecimiento influye directamente en la rotación de frutas y hortalizas en los lineales.

VF. En este escenario comercial, ¿mantiene la empresa su tendencia ascendente de los últimos años?

PM. A pesar de la coyuntura, para todo el equipo de Consorfrut Polska es motivo de satisfacción haber conseguido incrementar la facturación un 27% en 2022 respecto al ejercicio anterior, manteniendo así nuestra tendencia ascendente. Este desarrollo comercial ha sido gracias, sobre todo, al incremento de los volúmenes de ventas en el canal de supermercados. En el canal mayorista también hemos crecido, aunque esta subida no ha sido tan 'espectacular' pero se mantiene estable siendo un cliente importante para nosotros.



La gran familia de Consorfrut Polska está compuesta por profesionales con gran experiencia comercial. / CONSORFRUT

PIOTR MAIK / Director comercial de Consorfrut Polska

“Consorfrut Polska ha aumentado sus ventas a los supermercados”

La sociedad polaco-española Consorfrut Polska es una de las importadoras de frutas y hortalizas líderes de Polonia. Fundada en 2004, una de las claves de su éxito ha sido el fuerte apoyo de los socios productores, Murgiverde (Almería), Espax (Lleida) y Argenti Lemon (Tucumán).

En productos, cítricos (mandarinas, naranjas, limones), uvas, tomates, pimientos, pepinos, kiwis, sandías o peras continúan liderando nuestra oferta, junto con las líneas de aguacate, lima o granadas, y el resto de frutas exóticas. Además, seguimos desarrollando nuestra línea de los productos orgánicos respondiendo a las necesidades de los supermercados en este sector de distribución.

VF. ¿Qué podemos decir de la banana, otro de sus productos estrella?

PM. Se trata de una línea de negocio clave en continuo



Línea de trabajo en la nave de Płochocin. / CP

desarrollo. Precisamente estamos construyendo 6 cámaras nuevas para ampliar nuestra capacidad de maduración. Una vez estén operativas, dispondremos en total de 48 cámaras de maduración para bananas. Se trata de una línea de trabajo que representa el 20% del volumen de negocio de la empresa. El buen funcionamiento de los programas directos establecidos con Ecuador, Costa Rica y Guatemala nos permiten, a pesar del encarecimiento de los fletes y problemas logísticos de todo tipo, seguir creciendo en esta línea y albergar buenas perspectivas de futuro.

VF. ¿Cómo está afectando el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania a Consorfrut Polska?

PM. Esta guerra ha cambiado el mercado, ha generado inestabilidad con aumentos de costes, altas tasas de inflación y una sobreoferta en ciertos productos, sobre todo los que venían fuera de Europa debido al cierre de Rusia o problemas mundiales postpandemia como la logística marítima.

En el caso de Consorfrut Polska, seguimos con nuestros programas de productos de Ultramar pero más cautelosos a la hora de confirmarlos procurando ser lo más flexibles posibles, respondiendo a las necesidades de los clientes 'aquí y ahora'.

VF. ¿Cómo se consigue esta capacidad de adaptabilidad en las circunstancias actuales?

PM. Nuestra fuerza reside en las diferentes y numerosas posibilidades de compra que tenemos con un amplio portafolio de productos procedentes de todo el mundo, y en saber destinarlos entre los canales de distribución dependiendo de la situación de mercado.

El buen servicio que ofrecemos a nuestros clientes y la relación de confianza y transparencia que mantenemos con nuestros partners en todos los países productores, son aspectos que también nos caracterizan sin olvidar la profesionalidad y dedicación de todo su equipo comercial que busca constantemente soluciones para seguir progresando.

Nos espera otro año complicado, pero ¡lo superaremos!. Somos una empresa grande, importante, con gran capacidad de aprovisionamiento y de servicio confiable y transparente.

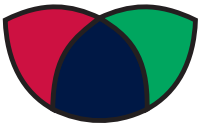
PASSION & EXPERIENCE

More than you expect for citrus, fruit and vegetables in Poland




GROWING
the finest
fruit

Visit Us at
Fruit Logistica 2023
Hall 5.2. Stand A-40



CONSORFRUT POLSKA

www.consorfrut.pl



ID 9105072803

CONSORFRUT POLSKA
ul. Christo Botewa 4
30-798 Kraków, Polska
tel. 00 48 12 342 01 00
biuro@consorfrut.pl



That's fruit folks!

IMPORT EXPORT INGROSSO **ORTOFRUTTICOLO**

Boffetti Marino Srl
via A. Volta 8/10 - 24011 Almè (BG)
T. +39 035 54 54 55 - F +39 035 54 56 88

boffettimarino.com

boffetti
ENJOY FRUIT

La orientación exportadora de las firmas catalanas marca su presencia en la cita berlinesa

Cataluña es uno de los mercados de distribución de productos frescos más importantes del sur de Europa y un ejemplo de producción y trabajo de calidad

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Cataluña contará, un año más, con una gran representación en esta 30ª edición de Fruit Logística entre las empresas que acuden con stand propio y aquellas que participan agrupadas en el stand del gobierno catalán bajo la marca agroalimentaria "Cataluña, donde la fruta es cultura". Este stand está organizado por Prodeca – Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya, y contará con dieciséis empresas y entidades catalanas vinculadas al sector de la fruta y hortaliza.

Las empresas catalanas que exponen en esta feria cubren todas las familias de productos frutícolas cultivados en Cataluña y tienen en común la orientación exportadora como una línea de negocio, o posible línea de negocio, y ahí el perfil internacional de Fruit Logística juega un papel atractivo para estas empresas que valoran esta feria como una herramienta para su internacionalización.

También acuden diferentes entidades como el Consell Català de la Producció Integrada, Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA, en sus siglas en catalán), la unidad alimentaria de Mercabarna — hub alimentario del sur de Europa con un elevado porcentaje de fruta y hortaliza destinada a mercados de exportación—, el Gremio de Mayoristas de ese

mercado (AGEM), la Indicación Geográfica Protegida de Poma de Girona y la Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña (Afrucat).

■ OBJETIVO

Siguiendo la línea habitual de los últimos años, el objetivo de esta actuación de Prodeca es apoyar a las empresas en la mejora de su posicionamiento en los mercados exteriores y en el establecimiento de nuevos contactos comerciales. De ahí que las empresas catalanas participantes se presenten en Berlín como integradoras de uno de los mercados de distribución de productos frescos más importantes del sur de Europa y un ejemplo de producción y trabajo de calidad.

El secretario de Alimentación del Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural, Carmel Mòdol, acompañado por el director gerente de Prodeca, Ramon Sentmartí, y la delegada del Gobierno en Alemania, Marie Kapretz, visitarán el certamen el primer día de la feria, así como a las empresas catalanas participantes.

■ MERCABARNA Y AGEM

Mercabarna y AGEM realizarán la Unidad Alimentaria como principal plataforma de importación y exportación de productos hortofrutícolas del Mediterráneo y se pondrá de relieve la amplia oferta de frutas y hortalizas de las empresas. Además, se desta-



Cataluña pondrá de relieve su amplia oferta de frutas y hortalizas. / R. FUERTES

cará la presencia cada vez mayor de productos sostenibles, ecológicos y de proximidad dentro del recinto. Esta participación en Fruit Logística también servirá para organizar reuniones B2B, que forman parte de la misión comercial organizada por AGEM y Mercabarna, entre empresas del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y posibles compradores e importadores de otros países.

■ UN SECTOR DE PESO

La fruta fresca constituye un sector estratégico para la economía

agroalimentaria catalana, tanto por su importancia relativa en la producción como por su peso en su internacionalización.

Gracias a una zona llena de diversidad y su clima mediterráneo suave, Cataluña ofrece una gran variedad de frutas con una particularidad única: la agricultura se realiza bajo un sistema de producción integrada. El 35% de la fruta producida en Cataluña es de producción integrada.

Históricamente, Cataluña ha sido una de las principales comunidades autónomas productoras del Estado español y una

de las principales de Europa. La manzana y la pera catalanas representan respectivamente el 52% y el 45% de la producción estatal. La importancia de la fruta de hueso también es notable, ya que cerca del 30% del melocotón y la nectarina que se produce en España es catalana. Otros cultivos, como la cereza, la ciruela y el albaricoque son menos representativos y no superan el 10% de la producción española.

Aproximadamente el 90% de la fruta se destina comercialmente al consumo en fresco y el 10% tiene como destino la industria transformadora.

■ LA FRUTA Y LA HUERTA

La fruticultura es una de las principales producciones agrarias de Cataluña por su peso económico, por la superficie de cultivo, por su importancia relativa en la producción tanto de Europa como del Estado español, y por su orientación exportadora.

Según fuentes de Prodeca, en los últimos 5 años (2016-2021) la exportación de fruta ha incrementado un 27,26% en valor teniendo en cuenta que el volumen ha disminuido en un 2,28%. Estos dos datos indican que ponen en valor la fruta catalana en los mercados internacionales y representan un incremento del 30,23% en el ratio Valor-Volumen de exportación.

En los últimos 5 años, el número de empresas exportadoras regulares de fruta y huerta ha crecido un 16,60%, pasando de las 494 en 2016 a las 576 empresas en 2021.

■ DATOS 2022

El descenso de la producción debido a las heladas ha tenido consecuencias en las exportaciones de 2022: con datos disponibles de los 11 primeros meses del año (enero-noviembre), las exportaciones han disminuido un 14,41% en volumen y un 5,12% en valor; respecto al mismo periodo del año 2021. Productos como las peras, albaricoques y cerezas han sido los más afectados por este descenso de las ventas al exterior. En cambio, los melocotones y las nectarinas, aunque disminuyeron en volumen, han incrementado en valor. Los cítricos se han mantenido en niveles de 2021 tanto en volumen como en valor.

■ ALEMANIA, PRIMER DESTINO

La Unión Europea es el mercado natural para la fruta europea y donde la mayoría de los productores mundiales hortofrutícolas destinan sus exportaciones. Muchos países productores procuran producir cada vez más, muy por encima de su demanda interna, por vender en Europa, donde disfrutan de un trato preferencial no recíproco cuando deben recibir las frutas europeas.

Así, Alemania es el principal destino de las exportaciones de fruta de Cataluña con el 20,6% del total de fruta exportada en el mundo. Italia y Francia, por este orden, son los siguientes grandes destino de exportación con 20,11% y 19,94%, respectivamente. Remarcar que en estos países se encuentran las cadenas europeas más exigentes en cuanto a calidad, trazabilidad y seguridad alimentaria.

A continuación tenemos a los países de centro y este de Europa que van ganando cuota de mercado y, en menor medida, países del norte de África de la corona mediterránea.

VIVEROS SEVILLA

Cítricos
Frutales
Olivos
Ornamentales

SEVILLA-Brenes 955 655 920 - HUELVA-Lepe 959 393 820 - VALENCIA-Alzira 962 455 785

viverossevilla.com

Almería destaca en Messe Berlin y suma nuevas empresas expositoras

Más de veinte entidades acudirán en calidad de expositor con la provincia de Almería como origen

► GIA. ALMERÍA.

La participación de las empresas almerienses destaca un año más en la feria Fruit Logistica donde los expositores darán cuenta del modelo agrícola, principal motor económico de la provincia. Este 2023 acudirán a la feria 9 empresas almerienses bajo el paraguas de Extenda (Empresa pública andaluza de promoción exterior). De esta forma, tal y como reflejan los datos ofrecidos por la empresa pública, se repite la misma cifra de la pasada edición.

Algunas de las empresas participantes incluidas en este listado repiten un año más en el encuentro agrícola, como ZOI Agrícola S.L, Vicasol, Biorizon Biotech S.L o Kopalmeria S.L. Por otra parte, se suman en esta edición Cuadraspania S.L, SAT Primaflor, Balcón de Níjar, Almagro Nature y Direct Grow. De esta forma, la provincia de Almería vuelve a ser la región andaluza con mayor participación en la feria de Berlín.

Este 2023 acudirán a la feria 9 empresas almerienses bajo el paraguas de Extenda

El sector agrícola almeriense quedará representado en su totalidad desde el ámbito de la investigación y el desarrollo, la comercialización, el transporte, el sector del manipulado, la innovación tecnológica, la producción ecológica e insumos

Asimismo, ocuparán buena parte de los pabellones de Messe Berlin una gran cantidad de empresas y entidades que, si bien no nacen originalmente en la provincia, sí que cuentan con sede en la misma, contribuyendo al sector. En total, la organización de Fruit Logistica reporta más de una veintena de entidades que acudirán en calidad de expositor con la provincia de Almería como origen.

En definitiva, el sector agrícola quedará representado en su totalidad desde el ámbito de la investigación y desarrollo, la comercialización, el transporte, el sector del manipulado, la innovación tecnológica, la producción ecológica, insumos, etc.

Cabe recordar que la agricultura deja en la última campaña 2021/2022 32.827 hectáreas invernadas en la región de Almería. Es decir, un 0,8% más que en el curso anterior. Según los datos recopilados por el Análi-

sis de Campaña Hortofrutícola 2021/2022 de Cajamar, la comarca del Poniente ha sumado en el último año 135 hectáreas y la del Levante 125.



La participación de las empresas hortofrutícolas almerienses destaca un año más en Fruit Logistica. / GIA

Sani Fruit
Healthy Fruiture

Soluciones postcosecha sin residuos



**FRUIT
LOGISTICA**

**8 - 10.
February
2023**

**Encuéntranos en:
Hall 11.2 Stand B-22**

Más info en **www.sanifruit.com**

INMACULADA NAVARRO / Directora Técnico Comercial en Citrosol

“La integración de Fomesa y Brogdex supone un gran reto que estamos afrontando con mucha ilusión”

Citrosol acude a Berlín con novedades que van más allá de las incorporaciones de productos a su portfolio. Como relata Inmaculada Navarro, la firma de Potries llega a Fruit Logistica con un moderno stand y con un equipo que se ha incrementado con los profesionales de las compañías que ha adquirido recientemente. Así, a las novedades de Citrosol se suman este año los productos de marcas tan introducidas y reconocidas en la postcosecha como Fomesa Fruitech y Brogdex Iberica. Nuevos tiempos, nuevos retos.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Fruit Logistica vuelve con sus fechas habituales y Citrosol va a estar ahí con un novedoso stand. ¿Cuál es el planteamiento de feria para Citrosol en esta primera cita conjunta con FLC?

Inmaculada Navarro. Citrosol acude a esta edición de Fruit Logistica 2023 junto con una delegación de FLC Technologies para dar a conocer tanto a clientes como a visitantes todas nuestras soluciones y ofrecer información de primera mano sobre nuestros productos y servicios.

Este año contaremos con un nuevo diseño stand, para generar mayor impacto visual entre los asistentes de la feria. Además, a lo largo de los tres días de feria, realizaremos demos de nuestro producto estrella: CitroFy. Los visitantes podrán visualizar en directo el sistema y comprobar cómo funciona. Será una oportunidad única de acceder a esta tecnología y conocer todas sus ventajas de la mano de los profesionales de Citrosol.

VF. ¿Cómo afronta Citrosol el año en lo que respecta a su catálogo?

IN. Por un lado, en un contexto cada vez más exigente por parte de las autoridades y las grandes cadenas de distribución, donde la sostenibilidad está cada vez más presente, hemos ampliado nuestro catálogo de recubrimientos con la gama PlantSeal® (PlantSeal® y PlantSeal® Shine-Free), recubrimientos vegetales certificados para la agricultura orgánica (UE) y aptos para el consumo vegano. Ambas gamas aportan un elevado control de la pérdida de peso y de los manchados por daño por frío, retrasando el envejecimiento de la fruta por reducción de la transpiración y la respiración, de manera que la calidad del fruto queda totalmente intacta.

Por otro lado, la demanda de tecnologías sostenibles y el uso

responsable de recursos están impulsando la implantación de sistemas como Vertido Cero®, los Sistemas Citrocide® y el desarrollo de nuevas tecnologías como CitroFy® para lograr una mayor precisión y control en las aplicaciones. Es una plataforma de monitorización de nuestros sistemas, que permite el acceso a los mismos en tiempo real, permitiendo el control y gestión de los sistemas Citrosol en remoto, gestionando una base de datos muy potente que permite disponer al cliente de toda la información que se genera durante el proceso postcosecha.

VF. ¿Cómo influye en su oferta la incorporación del portfolio de Fomesa y Brogdex?

IN. Por supuesto de forma muy positiva, pues ampliamos nuestro catálogo de soluciones, con el que ya se están beneficiando nuestros clientes, que cuentan con más herramientas a su disposición, como por ejemplo la



Inmaculada Navarro avanza que en la feria Citrosol realizará demos de su producto estrella, CitroFy. / CITROSOL

“Hemos ampliado nuestro catálogo de recubrimientos con la gama PlantSeal® (PlantSeal® y PlantSeal® Shine-Free), recubrimientos vegetales certificados para la agricultura orgánica (UE)”

gama Fruitfog de botes fumígenos, donde Fomesa fue pionera desde hace muchos años. Son soluciones que permiten proteger la fruta y/o desinfectar locales vacíos en cualquier momento, de una forma rápida, sin necesidad de manipulación y sin consumos de agua, ni energía.

Además, nos va a permitir volver al mercado de fruta de pepita e incrementar nuestra capacidad de innovación para aportar mayor valor al sector.

Para Citrosol la integración de Fomesa Fruitech y Brogdex Iberica supone un gran reto que estamos afrontando con mucha ilusión por parte de ambos equi-

pos, pues la marca Fomesa ha sido una de las más prestigiosas y reconocidas gracias a sus destacadas aportaciones en el mundo de la postcosecha durante su larga trayectoria en el sector. Y la marca Brogdex, cuenta con un gran reconocimiento y fidelidad por su excelente catálogo y servicio al cliente.

VF. ¿Qué novedades esperan poder lanzar durante este año?

IN. Como mencionaba anteriormente, una de nuestras novedades es la tecnología CitroFy, desarrollada íntegramente por Citrosol, que permite la conexión en tiempo real de todos los procesos y el control de sus

“Este año contaremos con un nuevo diseño de stand, para generar mayor impacto visual entre los asistentes de la feria”

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, mejorando la gestión de los procesos postcosecha.

CitroFy® está resultando, además, una herramienta muy potente para dar una respuesta rápida a nuestros clientes cuando hay alguna incidencia en nuestros sistemas. En muchos casos ya no es necesario desplazarse al cliente, se realiza una primera evaluación en remoto y en una gran parte de los casos es posible resolver la incidencia en el mismo momento. Esto nos da una gran seguridad tanto a nosotros como al cliente.

Otro proyecto que todavía está en fase piloto y que fue presentado durante el Congreso Internacional de Cítricos celebrado en Mersin (Turquía) el pasado mes de noviembre, el Control Automático del Tratamiento (CAT), un sistema patentado por Citrosol, enmarcado dentro del concepto “postcosecha de precisión”, que supondrá una disrupción en la aplicación y control de tratamientos postcosecha.

VF. ¿Qué objetivos empresariales se marcan en un año como este en el que a la coyuntura general ustedes suman el expertise de Fomesa Fruitech y Brogdex Iberica?

IN. Como hemos comentado, la adquisición de Fomesa Fruitech y Brogdex Iberica ha sido muy positiva y nos permite incrementar de forma importante nuestro liderazgo en algunas áreas geográficas, principalmente en la cuenca del Mediterráneo donde tenían un importante mercado. Por otra parte, nos va a permitir posicionarnos en algunos países de Asia y Latinoamérica, en los que no estábamos presentes o en los que nuestra penetración todavía es baja, y también ampliar a otros segmentos de actividad, como el de la fruta de pepita y los tubérculos. Para hablar de todo esto os esperamos a todos en el stand A-25 en el pabellón 18 de Fruit Logistica.

- Personalizables a todo color
- Tapa plástica (RPET/PLA Compostable)
- Formatos O plástico
- Cierres especiales
- Formatos termosellables
- Formatos 1.5 kgs



EJIDO CARTÓN®
www.ejidocarton.com

Especialistas en packaging ecológico.
Ecological packaging specialized.

Pol. Ind. La Redonda, 95 · 04710 Sta Mª del Aguila · El Ejido (Almería) SPAIN
T: +34 950 580 712 · F: +34 950 580 669 · M: comercial@ejidocarton.com



Citrosol lleva a Fruit Logística 2023 sus soluciones más demandadas

Citrosol acude a esta edición de Fruit Logística junto con una delegación de FLC Technologies para “dar información de primera mano sobre nuestros servicios a los clientes y visitantes que deseen acercarse a nuestro stand”, subraya el CEO de la enseña de Potries, Jorge Bretó. Citrosol estará ubicada en el stand A-25 del pabellón 18 y esta edición contará con un nuevo diseño “para generar un mayor impacto visual” entre los asistentes a la feria, según señalan desde la firma.

Al tratarse de una cita esencial para clientes de todo el mundo, el director de Operaciones Internacionales de la compañía, Raúl Perelló, señala que “el personal de Citrosol en el extranjero también se desplazará a Berlín para atender a los visitantes de los mercados internacionales, donde también llevamos nuestros servicios y productos”.

■ FIRME APUESTA TECNOLÓGICA

Citrosol tiene una apuesta firme y continua por el desarrollo tecnológico y Fruit Logística es el escenario idóneo para el lanzamiento internacional de la herramienta Citrofy, una plataforma que permite la conexión en tiempo real de los sistemas y el control de los parámetros de aplicación con acceso desde cualquier dispositivo con conexión a internet.

A lo largo de los tres días de feria, la compañía realizará demos para que los visitantes puedan visualizar en directo el sistema y comprobar cómo funciona. Una oportunidad única de acceder a esta tecnología y conocer todas sus ventajas de la mano de los profesionales de Citrosol.

■ LAS GAMAS MÁS BUSCADAS

Además de las herramientas tecnológicas, los productos ecológicos y veganos siguen siendo tendencia en el mercado y los usuarios demandan, cada vez más, soluciones que puedan utilizarse en la agricultura no convencional.

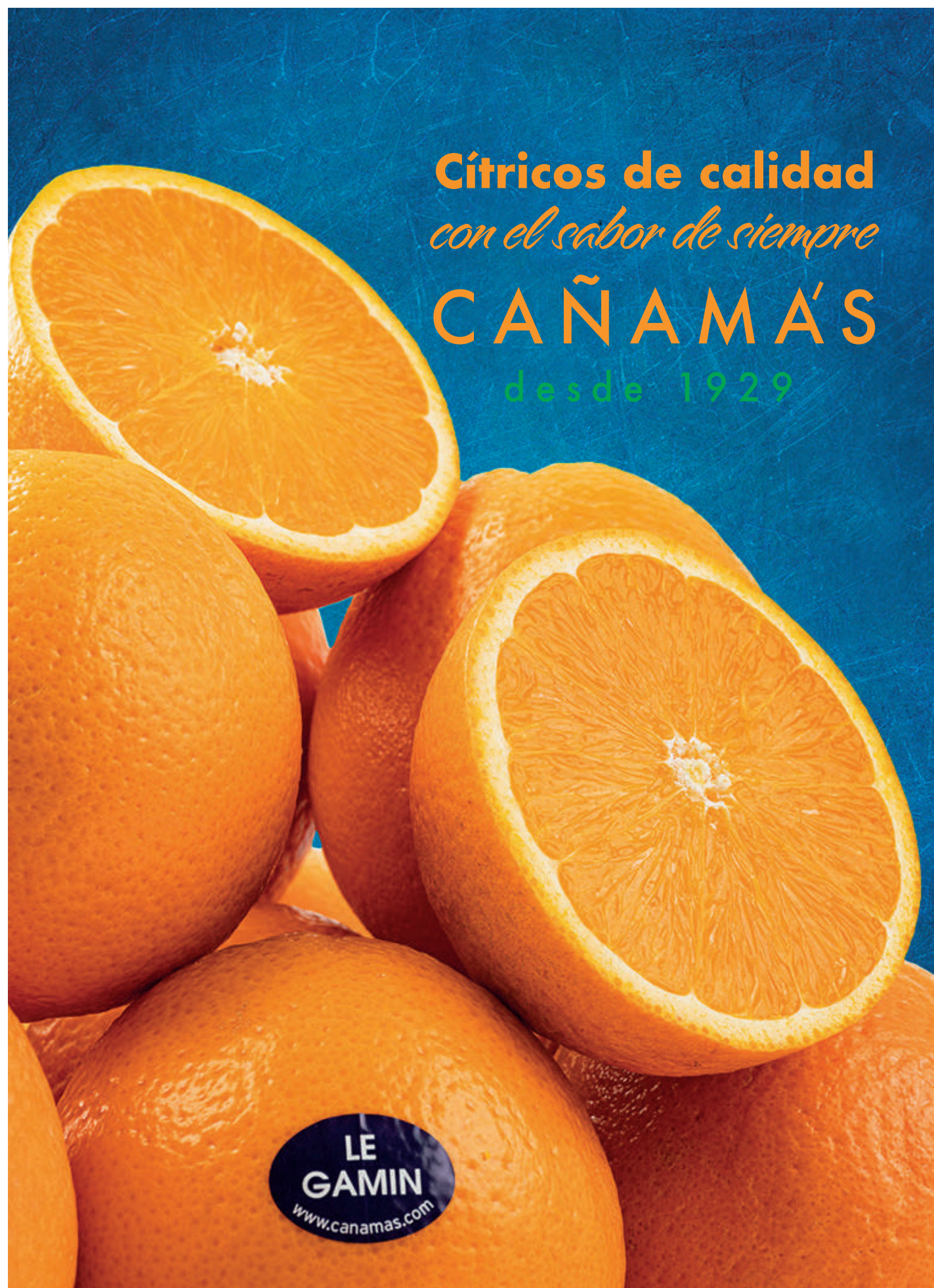
La gama BIO CARE by Citrosol se presenta como una aliada para un menor desperdicio alimentario, con especial protagonismo a los recubrimientos a base de cera de extractos vegetales PlantSeal®, que ejercen un excelente control de los manchados por daño por frío que se producen durante cuarentenas de frío o transportes frigoríficos prolongados.

Otra de las soluciones más demandadas es el Sistema Citrocide® Fresh-Cut para el lavado higiénico de frutas y hortalizas de IV Gama. El gran logro de este sistema es que mejora la seguridad alimentaria ya que minimiza el riesgo de contaminaciones cruzadas a través del agua o la lavadora a la vez que genera un gran ahorro energético y una menor huella hídrica y de carbono al mantener el agua de lavado en condiciones de higiene durante

mucho más tiempo, facilitando así su recirculación. Los visitantes de Fruit Logística 2023 podrán conocer las características de estos productos innovadores y comprometidos con la sostenibilidad en el stand de la firma.



Citrosol tiene una apuesta firme y continua por el desarrollo tecnológico. / CITROSOL





La participación de SCE en Fruit Logistica contará con el apoyo de la Región Occitanie Pyrénées-Méditerranée y el catering correrá a cargo de Gustave. / NR

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

“Fruit Logistica es el espacio ideal para hacer negocios con todo el mundo”

Hacer negocios tanto en el sector de las “grandes importaciones” como en el de las “grandes exportaciones” es uno de los mayores atractivos de la feria berlinesa en opinión de Julien Batlle, presidente de Saint-Charles Export. También es una oportunidad para interesarse por todos los aspectos de la “innovación” en el sector. Bajo el paraguas de esta agrupación, la plataforma hortofrutícola de Saint-Charles estará representada por 10 empresas en un stand conjunto de 112 metros cuadrados.

■ NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Cuando falta menos de un mes para la próxima edición de Fruit Logistica, ¿cuáles son las cifras de participación que presenta Saint-Charles Export?

Julien Batlle. Saint-Charles Export (SCE) estará presente en esta nueva edición de Fruit Logistica con 10 empresas, 5 de las cuales estarán en un espacio compartido de 26 m² y las otras 5 expondrán en stands individuales y personalizados con una superficie total de 86 m².

Este año el stand de Saint-Charles Export tendrá una superficie total de 112 m², similar a la de la edición de 2022 (114 m²).

Todavía no hemos vuelto al nivel de participación de edición anteriores a la crisis del COVID-19, pero se estima que el año que viene, en función de los resultados de esta edición 2023, deberíamos poder volver a una quincena de empresas participantes y una superficie de exposición de unos 150 m².

Como cada año, las empresas presentes en el espacio de SCE serán una muestra perfecta de lo que se puede encontrar en nuestra agrupación con una oferta representativa de una amplia gama de productos y servicios. Las frutas y hortalizas de origen español, marroquí y francés, tanto convencionales como ecológicas, formarán parte de esta oferta. Este panel se completará además con la presencia de una empresa de servicios informáticos y un fabricante de equipos del sector hortofrutícola.

La participación de Saint-Charles Export en esta edición 2023 de Fruit Logistica volverá a contar con el apoyo institucional de la Región Occitanie Pyrénées-Méditerranée y,

al igual que en 2022, el catering correrá a cargo de Gustave, un restaurador francés del sur de Francia emigrado a Berlín.

VF. ¿Cómo se ha preparado la presencia de los asociados de SCE en la feria de Berlín?

JB. Las reservas para Fruit Logistica-Berlín se realizan con bastante antelación. En el mes de julio, en plena preparación de Fruit Attraction-Madrid, también se organiza el viaje a la capital alemana.

Este calendario tan avanzado es quizá una de las razones por las que algunas empresas han decidido saltarse Berlín este año, ya que muchas de ellas estuvieron presentes en Madrid en octubre.

En cuanto a la preparación, exponemos junto a la Agencia de Desarrollo Regional AD'OCC, que federa a las empresas de producción de Occitania. Esto nos permite reforzar la mano de obra regional presente en Berlín, compartir costes y aumentar la complementariedad con nuestras empresas de Perpignan en comercio internacional, transporte y logística.

VF. Después de lo vivido durante el ejercicio pasado, ¿con qué ánimos acuden los profesionales de SCE a Berlín?

JB. Las empresas presentes en la edición de 2022, bautizada como “post-Covid”, si bien confirmaron el interés por esta feria para sus negocios, también subrayaron el importante descenso en el número de expositores, así como en el número de visitantes, tanto por el contexto sanitario que había hecho incierta la organización de esta edición durante muchas semanas, pero sobre todo, por su programación en abril.



Battle señala que las empresas afrontan esta edición con ilusión y ganas. / NR

“Todavía no hemos vuelto al nivel de participación de edición anteriores a la crisis del COVID, pero se estima que el año que viene, en función de los resultados de esta edición 2023, deberíamos poder volver a una quincena de empresas participantes y una superficie de exposición de unos 150 m²”

Con el regreso a sus fechas tradicionales en el mes de febrero, las empresas inscritas en esta edición de 2023 afrontan la feria con ilusión y ganas. Están im-

pacientes por participar en este encuentro esencial para nuestro sector, y sobre todo por poder reunirse con clientes y proveedores en toda cordialidad en el

“Berlín es una oportunidad para reunirse con proveedores del hemisferio sur y con clientes de países emergentes”

stand organizado por Saint-Charles Export para este fin.

VF. *Presentes como están en Perpignan, Madrid y Berlín, ¿cuál es objetivo comercial precisamente en Fruit Logistica?*

JB. Fruit Logistica es el espacio ideal para hacer negocios con todo el mundo, tanto en el sector de las “grandes importaciones” como en el de las “grandes exportaciones”. Es una oportunidad para reunirse con proveedores del hemisferio sur y con clientes de países emergentes. También es una oportunidad para interesarse por todos los aspectos de la “innovación” en nuestro sector.

VF. *Analizando las cifras de participación de los asociados de SCE en Fruit Logistica, ¿cómo definiría su interés?*

JB. Como representantes de la primera plataforma europea de comercialización, transporte y logística de frutas y hortalizas frescas es importante para nosotros estar presentes en esta feria, y las empresas que participan con nosotros no se equivocan. Son actividades, estrategias y desarrollos en los que esta feria, con sus visitantes y expositores de todo el mundo, les genera negocio, oportunidades y soluciones.

Sin embargo, es cierto que nuestra participación en medFEL (Perpignan) y Fruit Attraction (Madrid) es mucho mayor, tanto en número de empresas como en superficie de exposición. Para el medFEL, al celebrarse en Perpignan, “jugamos en casa”, por tanto, es natural que estemos representados con mayor fuerza. En cuanto a Madrid, debido a los fuertes vínculos que existen entre España y la plataforma Saint-Charles desde su creación en la década de los 70, esta feria es muy apreciada por nuestras empresas asociadas y encuentran también que su posicionamiento en el calendario es más favorable para su movilización.

VF. *¿Cuál será, en su opinión, el tema estrella entre expositores y visitantes este año?*

JB. En 2022, las inclemencias climáticas que sufrieron muchas de las regiones productoras y sus previsibles efectos en la oferta, las consecuencias que podría tener el conflicto ucraniano en el sector, así como el encarecimiento de la energía, fueron los temas estrella durante la feria. Sin duda, estos temas volverán a estar en la agenda de Berlín en febrero, junto con el déficit de lluvias en algunas regiones, los envases, la inflación y el consumo de frutas y hortalizas... No obstante, también será el momento de poner en valor la capacidad de resistencia que ha demostrado nuestro sector ante las recientes crisis. Y a pesar de la coyuntura, no cabe duda de que sabrá innovar y encontrar soluciones y que los debates de la feria estarán alimentados por el optimismo, porque como nos recordaba Yann Arthus-Bertrand, fotógrafo y reportero francés: “Es demasiado tarde para ser pesimistas”.

Anecoop llega a Berlín con novedades en su oferta de I y V Gama

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Fruit Logística recupera este año su franja habitual en el calendario sectorial y las empresas expositoras están trabajando a toda máquina estas semanas para ultimar detalles y preparar el mejor escaparate para presentar sus productos y servicios. Entre ellas Anecoop, que en su amplio stand acogerá su oferta hortofrutícola de temporada y de producción 100% nacional, bajo el lema “Ready for summer time”.

Este año, el Grupo cooperativo, que cuenta con una red comercial internacional propia integrada por cinco oficinas comerciales y diez filiales en Europa, Asia y EEUU, quiere recordar, con un mensaje esperanzador, la “luz” y vitalidad que aportan a una dieta saludable sus cítricos, frutas y verduras frescas, evocando esa sensación de libertad y plenitud que se respira en los meses de primavera y verano, cuando luce el sol durante más tiempo y disfrutamos de la vida en el exterior, a solas o en compañía de familiares, amistades... Un periodo del año que alcanza su máxima expresión en la mesa, ante la variedad de frutas de hueso, sandías, melones y de hortalizas frescas con las que elaborar cremas frías, ensaladas y sabrosos y variados platos.

Este año, el stand del Grupo Anecoop acogerá su oferta hortofrutícola de temporada y de producción 100% nacional bajo el lema “Ready for summer time”

También presentará novedades al mercado internacional, como el Brocomole, un unttable vegetal pensado para “dipear” elaborado en un 97% con brócoli y aguacate frescos, y que ha sido el único producto español seleccionado y nominado por un jurado independiente al Fruit Logística Innovation Award (FLIA). Las diez innovaciones nominadas se expondrán los días 8 y 9 en el pasaje entre los pabellones 20 y 21, resultando solo una de ellas ganadora mediante votación de los visitantes profesionales que asistan a la feria.

El Brocomole se suma a la línea de especialidades de V Gama que produce Janus Fruit, empresa del Grupo, y que la cooperativa comercializa en Europa bajo las marcas ¿Ysi? de Bouquet, para el mercado nacional, y Easy by Bouquet para el internacional, además de otras marcas de distribuidor. La línea incluye hummus de aguacate, guacamole tradicional y picante, guacamole ecológico, hummus de garbanzos y salsa mexicana. Todas ellas estarán presentes en Fruit Logística en un expositor destacado.

Otro de los nuevos lanzamientos europeos es el tomate Lygalan, fruto del proyecto del mismo nombre que arrancó hace cuatro

años, buscando junto a sus socios almerienses Coprohnijar y Hortamar una diferenciación en tomate de sabor. Tras testear una preselección de 150 variedades, se ha seleccionado una variedad final que cumple sobradamente con los criterios establecidos de sabor, color, aroma y textura.



El stand de Anecoop estará en el hall 18- B01, en la entrada norte. / ANECOOP

En la feria se presentará Lygalan, un tomate sabor que nace de la colaboración entre Anecoop, Coprohnijar y Hortamar

Como es habitual, el producto bio y ecológico contará con un espacio destacado en el stand del Grupo Anecoop y nos traerá las novedades de Bio Bouquet y las de Solagora, ubicada en Perpignan y especializada en la venta de frutas y hortalizas ecológicas.

LOS QUE PRODUCEN
SALUDAN...

... LOS QUE PREFIEREN
LA CALIDAD
Y UTILIDAD
DOMPLEX

Plásticos Industriais e Domésticos, S.A.

Apartado 105
2416-902 Leiria · PORTUGAL
Tel (+351) 244 88 01 60/1
www.plastidom.pt

HELDER NICO / Plastidom

“Autosostenibilidad y logística serán los temas estrella en Berlín”

Desde Plastidom, Helder Nico confirma que hay grandes expectativas en la edición de 2023 de Fruit Logística. En tiempos de postpandemia, postsequía y haciendo frente a los efectos de una guerra, el mercado mundial de las frutas y hortalizas tiene otras prioridades. El encuentro en Berlín, en opinión del responsable comercial de Plastidom, servirá para conocer de primera mano cuál es el camino a seguir en esta nueva realidad y volver a tomar el pulso a un sector, que siempre ha demostrado su resiliencia en momentos tan críticos como el actual.

■ NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Un año más, Plastidom se preparará para una de las citas feriales más importantes del año. ¿Con qué ánimo llega a esta cita? Y ¿con qué objetivo?

Helder Nico. La expectativa es alta para Fruit Logística 2023. Estamos en un periodo postpandemia, postsequía y en una situación de guerra —aún con fin incierto— que ha modificado las prioridades en cuanto a producciones, logísticas, etc. y ha incrementado sustancialmente los gastos desde origen hasta el consumidor final.

Este escenario será el telón de fondo en la habitual dinámica del sector durante este importante evento junto con las tendencias y esfuerzos actuales para superar las dificultades que nos afectan.

VF. ¿Cuál será, en su opinión, el tema ‘estrella’ en las conversaciones comerciales este año?

HN. Autosostenibilidad y logística actual. Es decir, la adecuación de las producciones a las necesidades actuales y la optimización de los recursos, especialmente la disponibilidad del agua/consumo y energía.



Helder Nico opina que el deseo unánime, este año más que nunca, es tener una “excelente feria”. / NEREA RODRIGUEZ

“Plastidom está enfocada en mejorar y reforzar continuamente la gama de productos Domplex”

VF. ¿Cómo se presenta el ejercicio 2023 con una nueva guerra declarada al plástico?

HN. El abanico Domplex se compone, en general, de productos reutilizables con larga vida

útil y “amigos del medioambiente”. Son útiles además en una amplia diversidad de aplicaciones. Pudiendo incorporar materias primas recicladas, seleccionadas con altos criterios de calidad y en acuerdo con el cliente, asegurando la sostenibilidad ambiental, la línea Dom-

plex es totalmente reciclable y promueve el uso sostenible y eficiente del plástico en la cadena de valor.

VF. ¿Dónde se van a concentrar los esfuerzos de Plastidom durante el año 2023?

HN. Plastidom está enfocada en mejorar y reforzar continuamente la gama de productos Domplex para cubrir las correspondientes necesidades de nuestros clientes, asegurando su satisfacción en cuanto a calidad y otras expectativas, buscando un buen desempeño en uso, junto con un buen comportamiento ambiental.

“Domplex se compone de productos reutilizables con larga vida útil y amigos del medioambiente”

VF. ¿Qué esperan de esta nueva edición de la feria de Berlín?

HN. Fruit Logística, uno de los encuentros de profesionales del sector agrícola más importantes, podrá ayudar a aclarar y solidificar el camino a seguir para superar muchas de las incertidumbres de este nuevo mundo, mostrará qué soluciones se están implementando así como el estado de ánimo general, que espero sea muy fuerte. Creo que es un deseo unánime el tener una excelente feria y que esta cumpla con los objetivos marcados.

Hispatec presenta dos soluciones innovadoras para el campo y la logística

■ VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Hispatec Agrointeligencia llega este año a la feria de Berlín con dos soluciones innovadoras dirigidas al campo y la logística. Los asistentes a Fruit Logística podrán conocer de primera mano Efemis, la herramienta de gestión agrícola, y la nueva plataforma integral de Hispatec Track.

Efemis es la herramienta de última generación para la gestión integral de la operativa y la toma de decisiones sobre la actividad en campo. Con la posibilidad de acceder tanto desde dispositivos móviles como sistemas de escritorio, los diferentes responsables de la producción precosecha pueden gestionar y controlar en tiempo real las operaciones y costes de sus fincas en múltiples territorios, realizar las planificaciones de tratamientos, tareas o riegos, integrar fuentes externas de información y visualizar todos los procesos en marcha.

Según Gonzalo Martín, Chief Product Officer de Hispatec, “Efemis va a suponer un cambio de era para las empresas y organizaciones que quieren tener toda la operativa bajo control, con el valor único de poder integrar de manera directa las operaciones de todos sus productores asociados. Además, en el caso español, todo ello se puede reportar directamente al SIEIX, el nuevo cuaderno de campo digital”.

La digitalización agrícola en España dará un paso definitivo con la puesta en marcha del Sistema de Información de Explotaciones Agrícolas y Ganaderas (SIEIX), una de las novedades de la reforma de la PAC, creando un registro interconectado de datos sobre las explotaciones agrarias. Las explotaciones necesitarán implantar el control digital de tareas e insumos en campo, conectado con el SIEIX, que mejorará la trazabilidad de alimentos, asegurando el cumplimiento normativo y simplifican-

do la relación de los agricultores con la administración.

■ LOGÍSTICA

Dentro del ecosistema de Hispatec Agrointeligencia, la logística ocupa un lugar preponderante.

Por esa razón, Hispatec Track ha lanzado su nueva plataforma global para monitorizar la calidad durante los procesos logísticos, reduciendo el impacto de las reclamaciones, aumentando su reconocimiento de marca y agilizando toda la gestión documental. “Las empresas internacionales que están utilizando esta plataforma están consiguiendo llevar toda su gestión logística al siguiente nivel, impactando muy positivamente en su eficiencia y percepción de marca como proveedores globales”, afirma Fran Morillas, CEO de Hispatec Track.

■ PROPUESTA GLOBAL

Bajo el concepto “Farm to Market”, la compañía internacional



Los asistentes podrán conocer de primera mano la herramienta Efemis. / HA

ha desarrollado un ecosistema global formado por diversos productos que las organizaciones productoras, transformadoras y comercializadoras sean más sostenibles y competitivas. Las herramientas y soluciones de Hispatec cubren todos los procesos de precosecha y postcosecha, desde los viveros y semilleros, hasta la entrega al cliente en destino, pasando por la operativa en campo o los procesos de transformación, envasado y comercialización.

Según Martín, “todos nuestros productos están pensados para que los gestores de las organizaciones puedan conocer en tiempo real el coste de cada kilo producido o comercializado en cualquiera de los territorios en los que opera, permitiéndole ser más eficiente y sostenible”.

Durante los últimos años, Hispatec, por su afán de innovación constante y por crear nuevas soluciones digitales de gran valor para la horticultura, se ha convertido en un referente tecnológico para el sector de las frutas y hortalizas a nivel internacional; liderando proyectos en más de 30 países de cinco continentes con compañías líderes en sus productos.

Hispatec es hoy en día una empresa global y dispone de subsidiarias en los principales países productores de países latinoamericanos.

Los productores, comercializadores y exportadores de todo el mundo podrán venir a conocer más sobre Hispatec Agrointeligencia en el stand C-31, situado en el pabellón 23 de Fruit Logística 2023.

Tomates exclusivos y helados veganos, las novedades que presentará SanLucar

La compañía contará con un showroom exclusivo para mostrar sus innovaciones a los profesionales que acudan a la feria

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

A pocas semanas de Fruit Logística 2023, la multinacional SanLucar ultima sus preparativos para unirse un año más al área expositiva de este certamen, líder a nivel mundial en el sector hortofrutícola.

Así, la marca premium de fruta y verdura regresa del 8 al 10 de febrero al salón berlinés y lo hace, como siempre, acompañada de sus maestros agricultores: Antonio Llusar y Cia, de cítricos; Fresaflo, de bayas; Frutas Poveda, de limón y fruta de hueso y Giuliano, con uva y cereza.

“Después de los años de pandemia hemos sido más conscientes si cabe de la importancia de verse en persona, de poder conversar de tú a tú e intercambiar nuevas ideas. Mantener una relación estrecha con nuestros contactos siempre ha sido muy importante para nosotros y Fruit Logística es sin duda el evento idóneo para reunirnos y pasar tiempo juntos”, afirma Stephan Rötzer, propietario y fundador de SanLucar.

NOVEDADES

El certamen berlinés es también una gran oportunidad para mostrar al mercado hortofrutícola internacional las novedades e innovaciones propias de cada empresa. Por ello, en SanLucar “este año, además de contar con nuestro stand, tendremos un *showroom* exclusivo para clientes, donde presentaremos no solo las innovaciones individuales de producto, y/o envase, sino también la recreación de islas completas para el punto de venta; elementos decorativos para el lineal con nuestra próxima promoción de Disney; variantes para la exposición de producto; o nuevas propuestas como nuestro concepto de tomates SanLucar. Incluso ahora, antes de la feria, estamos obteniendo una respuesta muy positiva por parte de nuestros socios minoristas”, afirma Armin Rehberg, CEO de SanLucar.

“Honeydriptomato” y “Datetomato”, son dos de las novedades que la compañía presentará en Fruit Logística 2023. Los crujientes tomates “gotas de miel” convencer por su excelente aroma, su dulce sabor a miel, su pulpa jugosa, así como su práctico tamaño, que los convierte en el tentempié ideal para picar entre horas. En cuanto a los tomates “dátiles”, tienen una forma muy atractiva y un sabor especialmente equilibrado debido al agua termal que SanLucar utiliza en el cultivo de sus tomates en Túnez.

Otra de las novedades SanLucar en esta edición de 2023 será la presentación de su nueva línea de helados veganos a base de fruta de temporada, que clientes e interesados podrán degustar en la feria.

Asimismo, el stand de la compañía acogerá una muestra de la línea de flores y plantas ornamentales que SanLucar

comercializa desde 2021. Plantas frutales como mini bananeros, árboles cítricos pequeños o plantas mini piña decorarán



La marca valenciana regresa a la feria con un nuevo diseño de stand, ubicado en el hall 27 - stand C30. / SANLUCAR

el stand de SanLucar en Berlín. En la feria también se podrá degustar el aceite de oliva virgen

de SanLucar, así como la ya conocida línea de Freshcuts y ensaladas de frutas *ready-to-eat*.



POSTHARVEST SINCE 1929

BIN SCRUBBER

La Bin Scrubber S-Series de JBT se caracteriza por su innovador sistema de eliminación mecánica de la suciedad mediante un exhaustivo cepillado, y por la mayor eficiencia de la operación de limpieza respecto a la competencia.

Un sofisticado sistema de triple filtrado recicla el agua del proceso, **minimiza su consumo** y **maximiza la higiene**.



EXCELENTE SISTEMA DE CONTENCIÓN que permite la reducción del consumo de agua



LIMPIEZA MEJORADA DE SUPERFICIES INTERNAS, esquinas y superficies de difícil acceso del contenedor



MOTORES DE BAJA POTENCIA que reducen el coste energético



TRATAMIENTO AUTOMÁTICO DE LOS CONTENEDORES CON DESINFECTANTES al salir del sistema de lavado y cepillado



SECUENCIACIÓN AUTOMÁTICA DE CONTENEDORES con fotocélulas e interruptores de límite



GROW YOUR
Postharvest efficiency with
our sustainable solutions



JOHN BEAN TECHNOLOGIES FOODTECH SPAIN

info.postharvest@jbt.com | jbt.com
+34 968 693 072 | +34 628 766 151



**FRUIT
LOGISTICA**
HALL 1.1 | STAND C-20



Miembros de la Asociación Española del Kaki durante la pasada edición de Fruit Logística. / RAQUEL FUERTES

AEKAKI analizará la campaña con sus clientes

La Asociación Española del Kaki acude a la feria berlinesa bajo el paraguas del proyecto Mediterranean Combo

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

El sector del kaki ha vivido un ejercicio inusual. La temporada se ha saldado con una merma de cosecha de casi el 70% y solo se ha podido recolectar un 30% de la producción potencial actual de este cultivo en una temporal normal. No obstante, la Asociación Española del Kaki (AEKAKI) acude de nuevo a Fruit Logística, bajo el paraguas de Mediterranean Combo, con el objetivo de intercambiar opiniones con sus clientes, analizar la campaña y seguir promocionando esta fruta.

El presidente de la asociación, Pascual Prats, puntualiza que “para el sector del kaki la feria ideal es Fruit Attraction, porque coincide prácticamente con el arranque de la temporada y permite ofrecer el producto. No obstante, Berlín también facilita ver a los clientes, aunque la temporada ya ha finalizado, y te permite intercambiar opiniones y analizar cómo se ha desarrollado el ejercicio para sacar conclusiones”.

A pesar de cerrar la temporada con malos resultados y la incertidumbre que existe en el sector, desde AEKAKI siguen creyendo en el futuro de este cultivo y continúan apostando por la promoción para impulsarlo. Y en esta línea, el presidente de la Asociación Española del Kaki señala que “ya estamos planificando la siguiente campaña y acudimos a Fruit Logística para seguir promocionando el producto, porque consideramos que es una fruta con mucha calidad, futuro y posibilidades que hay que dar a conocer. El objetivo es promover el consumo para abrir mercados y llegar a nuevos clientes”.

■ MEDITERRANEAN COMBO

AEKAKI acude a Berlín bajo el paraguas de Mediterranean Combo, un proyecto europeo, enmarcado dentro del programa “Enjoy it's From Europe”, que comprende un plan promocional de tres años en el que participan siete cooperativas de Creta (Grecia) y la entidad española. La iniciativa está financiada por la Comisión Europea, que da soporte a campañas para promover productos agrícolas

Fruit Logística ofrece la posibilidad de mantener contactos con operadores de otros países para analizar el interés y las posibilidades que puede despertar una fruta como el kaki

“Aunque para el sector del kaki la feria ideal es Fruit Attraction, Berlín también facilita ver a los clientes y te permite intercambiar opiniones y analizar cómo se ha desarrollado el ejercicio para sacar conclusiones”

“Estamos analizando distintas posibilidades, proyectos y socios para seguir dando a conocer esta fruta entre los consumidores y abrir nuevos mercados”

de alta calidad, como es el caso del kaki.

La Asociación Española del Kaki organizó la participación en la última edición de Fruit Attraction y las cooperativas griegas coordinan las acciones que se van a desarrollar en Fruit Logística, en el stand B31 ubicado en el pabellón 8.2.

Cada firma participante en el proyecto promocionará sus producciones en el marco de la feria, sobre todo tomates, pimientos, berenjenas y kakis. En el programa trienal “Mediterranean Combo - Frutas y Verduras de Primera Calidad de Europa” participan la Cooperativa Agrícola Anatoli-Ierapetra Crete como el socio principal y como coordinador; y la Cooperativa Agrícola Tymdaki, la Cooperativa Agrícola para la Producción y Comercialización de Hortalizas Tempranas de Ierapetra Nótos, la Asociación de Productores Agrícolas de Horticultura Koudoura, el Grupo de Productores agrícolas Falsarna Kompogennitakis y CO, la cooperativa agrícola Psaris, la Cooperativa Agrícola Kamirós y la Asociación Española de Kaki.

“Acudimos a Fruit Logística bajo el paraguas de Mediterranean Combo, y aunque todavía falta más de un año para la conclusión de este programa, desde la asociación ya estamos anali-

zando 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 excelencia de esta fruta”, explica Pascual Prats.

En cuanto a la apertura de nuevos mercados, y aunque esta campaña, debido al escaso volumen de producción, la fruta se ha comercializado casi exclusivamente en el mercado de la Unión Europea, el sector del kaki tiene la necesidad de explorar y exportar a nuevos destinos.

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 mercados para la comercialización de esta fruta.

En este sentido, la feria Fruit Logística es una plataforma que ofrece la posibilidad de mantener contactos con operadores de otros países para analizar el interés y las posibilidades que puede despertar una fruta como el kaki. Actualmente en el punto de mira se encuentra China, pero hay otros mercados y destinos que podrían ofrecer oportunidades y salidas interesantes para el sector.

MSC compartirá experiencias, retos y soluciones

Con más de 2 millones de contenedores frigoríficos enviados en 2021, MSC es uno de los transportistas líderes mundiales en transporte refrigerado

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Desde la empresa afirman que “asistir a Fruit Logística permitirá a MSC compartir su experiencia, escuchar los retos a los que se enfrentan los clientes y trabajar con ellos para encontrar soluciones”. Para lograr estos objetivos asistirán 90 expertos de MSC de todo el mundo, incluidos Sudamérica, África, Oriente Medio y Europa. Los expertos reefer de MSC estarán en el stand B-03, en el hall 25, de 09:00 a 18:00 y el viernes 10 de 09:00 a 16:00 horas.

Para la compañía es esencial el sector hortofrutícola. Los responsables del MSC destacan que “con una previsión de aumento de las ventas mundiales de productos perecederos en los próximos años, el mercado de frutas y hortalizas frescas es cada vez más importante en el comercio mundial”.

Refrendando estas afirmaciones comentan que “se prevé que los ingresos procedentes únicamente de las frutas frescas superen los 665.000 millones de dólares debido a una tasa de crecimiento anual compuesto del mercado del 5,53% entre 2023-2027, según Statista”.

Fruit Logística supone para MSC “un foro importante para que los productores de fruta, los proveedores de transporte y los clientes se reúnan e intercambien ideas, lo que permitirá a nuestros expertos en mercancía reefer proporcionar a cada uno de ellos la solución personalizada que requieren para satisfacer sus necesidades”.

Asimismo, desde la naviera afirman que “MSC promueve el comercio internacional en todo el mundo, por lo que uno de sus objetivos clave es mantener el flujo de mercancía reefer y dar servicio a los clientes que envían productos frescos, como frutas y hortalizas, de forma especializada”.

Además, la empresa comenta que “MSC ha desarrollado una sólida oferta de servicios y ha construido una de las mayores flotas de contenedores reefer del mundo. La compañía entiende la importancia de preservar el estado de los productos de sus clientes desde el momento en que se cargan hasta que llegan a su destino”. Un compromiso sobre el que los clientes podrán saber mucho más tras su paso por Berlín.

“El mercado de frutas y hortalizas frescas es cada vez más importante en el comercio mundial”

“Para MSC, esta feria es un foro importante para que productores, proveedores de transporte y clientes se reúnan e intercambien ideas, permitiendo a nuestros expertos en mercancía reefer proporcionar soluciones personalizadas”

Con más de 2 millones de contenedores frigoríficos enviados en 2021, MSC es uno de los transportistas líderes mundiales en transporte refrigerado y opera una de las flotas de contenedores frigoríficos más grandes y avanzadas del mundo. Además, MSC ofrece a los exportadores su experiencia en protocolos de tratamiento en frío para satisfacer los requisitos específicos de cada país.



Para la compañía MSC el sector hortofrutícola es esencial. / RAQUEL FUERTES

Decco refuerza su misión contra el desperdicio y a favor de la sostenibilidad

Decco, empresa líder mundial en servicio postcosecha para frutas y verduras, estará presente en el stand A-80 hall 8.2.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Para Decco, la feria de Fruit Logística es el foro idóneo para exponer su nuevo propósito “Más y Mejor Fruta Fresca para el mundo”, aportando la experiencia lograda tras casi 90 años al servicio del sector hortofrutícola a nivel mundial.

Decco es una compañía reconocida por sus soluciones postcosecha para cítricos a nivel mundial y presenta en esta edición de la feria berlina sus novedades en una diversidad de cultivos. Desde soluciones biológicas para la conservación en cámara de manzana, a su amplio porfolio para la exportación de frutas tropicales, o el lanzamiento de la Citrashine N Pyr, el primer y único recubrimiento del mercado con autorización para incluir el pirimetanil en su matriz... entre otras innovaciones.

Decco mostrará a los profesionales presentes en Berlín la experiencia lograda tras casi 90 años al servicio del sector hortofrutícola

Francisco Rodríguez, President and CEO Decco Post-Harvest WW, es gran conocedor de la feria y afirma que “como empresa líder mundial en postcosecha, nos presentamos en Fruit Logística junto con UPL, para reforzar nuestra misión para con el sector agroalimentario de reducir el desperdicio alimentario para construir una agricultura más sostenible. Nuestros equipos presentes en más de 40 países trabajan en estrecha colaboración con productores locales y exportadores, aportando las mejores soluciones para cada cultivo y necesidad del mercado. Desde hace casi 90 años y lo seguiremos haciendo muchos años más”.

Casi una veintena de representantes de Decco mostraran en más de 80 m² de stand la completa gama de soluciones para proteger la frescura, preservar la calidad y dar la garantía de seguridad alimentaria, a lo largo de la cadena de valor de productos frescos. En palabras de Miguel Sanchis, General Manager de Decco Ibérica: “La visión holística de toda la cadena agroalimentaria que aporta Decco, hace que las soluciones repercutan mucho más allá del almacén, afectando positivamente a todos los puntos de la cadena agroalimentaria: desde el campo hasta la mesa del consumidor”.

En cuanto a qué significa esta cita para el sector, Claudio Torrisi General Manager de Decco AMEA, considera que “Berlín Fruit Logística se ha consolida-

do como un punto de encuentro de los más importantes del sector hortofrutícola, y es una gran oportunidad para conectar con

nuestros colegas y clientes de todo el mundo, poner en común descubrimientos y avances que redundan en poder proveer de

un mejor servicio postcosecha”. Una oportunidad que, sin duda,

aprovecharán los que se acerquen a su stand en el hall 8.2.



Decco junto a UPL reforzarán su misión contra el desperdicio alimentario. / RF

APROPÓSITO DE UNICA



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



Meta 8.8
Derechos laborales y trabajo seguro.

Meta 8.2
Diversificación, tecnología e innovación.

Somos cooperativa. 22.000 familias cuentan entre sus miembros con trabajadores de UNICA, desde agricultores a trabajadores de campo, personal de almacén u oficinas.

Probamos la viabilidad de más de 400 variedades al año para ensayos y 20 variedades semicomerciales, buscando soluciones rentables para el agricultor.



LA COOPERATIVA CON PROPÓSITO.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
CONTRIBUIMOS A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
unicagroup.es

FUNDACIÓN
UNICA
GROUP

FRUIT LOGÍSTICA
8/9/10 FEBRUARY 2023, BERLIN

VISÍTANOS
PABELLÓN 18
STAND A20

Maf Roda expone sus novedades en robótica de encajado

En su stand los visitantes podrán ver las nuevas soluciones de confección del Grupo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Desde Maf Roda tienen una clara perspectiva de cuál es el papel del sector en la economía: “El mercado es inestable, pero el sector de la fruta y verdura es muy resiliente y está sabiendo adaptarse. Se trata de una industria esencial que está captando mucha inversión en el contexto actual”. En este contexto en el que se está impulsando la digitalización “nuestra compañía puede aportar mucho valor ya que ofrece una gran variedad de soluciones en la digitalización y la automatización de procesos”, afirman sus responsables. Y precisamente en esa dirección van las propuestas que el Grupo Maf Roda presentará en esta edición de Fruit Logística en Berlín.

Este 2023 los visitantes al stand podrán ver los avances en robótica que se han llevado a cabo desde los centros de innovación del Grupo Maf Roda, especialmente relevantes en soluciones de confección. Estas so-

La gama de productos de robótica para el encajado con orientación de fruta estará expuesto en el stand de Maf Roda situado en el hall 4.1, stand C10 D01

luciones “permiten hacer un encajado de la fruta orientada, un proceso que hasta la fecha solo se podía realizar manualmente, y que ahora gracias a la introducción de la visión artificial, ya también podemos automatizar”, comentan desde Maf Roda.

“En Maf Roda somos grandes expertos en robótica. Hace ya un tiempo apostamos por la robótica creando un departamento específico que ha venido trabajando en proyectos de I+D de gran impacto y desde el



La firma apuesta por mejorar la eficiencia y rentabilidad del encajado. / MR

cual hemos lanzado productos al mercado, como los robots de confección. Estos robots mejoran la eficiencia y rentabilidad de una línea al realizar un en-

cajado orientado de la fruta cubriendo una clara necesidad por automatizar este proceso de los productores desde hace más de una década”, esta línea de inno-

Maf Roda cuenta con soluciones de encajado para manzana, kiwi, melocotón, nectarina y ahora también para cítricos

vación será la que destaque en la exposición que Maf Roda ha planteado para Berlín.

Actualmente, el Grupo Maf Roda cuenta con soluciones de encajado con orientación de fruta para manzana, kiwi, melocotón, nectarina y, en esta edición de Fruit Logística, presentará su gran novedad para cítricos.

La gama de productos de robótica para el encajado con orientación de fruta estará expuesto en el stand de Maf Roda situado en el hall 4.1, stand C10 D01. “Invitamos a todo el que se quiera acercar y comprobar la precisión y productividad de nuestros sistemas de encajado”.

En el stand podrá verse en funcionamiento el Pack Master Kiwi K1, el Fast Pack Peach, que presentaron en la última edición de Fruit Attraction; Line Pack 4R, integrado con el calibrador Uniway, y el sistema de calidad G7 y, el gran lanzamiento de esta edición para cítricos, el Pack Master Citrus.

La generación millennial llega a Magic Corner España

Graziani Packaging y Magic Corner España acuden a la feria con la nueva generación de jóvenes al frente de las empresas

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Para Magic Corner España, ubicada en la localidad valenciana de Carlet y gestionada por la familia italiana Graziani en colaboración con las familias España y Ferrer, ha llegado el momento de prepararse para el futuro invirtiendo en sus jóvenes, entusiasmados por empezar a dirigir la empresa con los valiosos consejos de sus progenitores.

La historia de esta empresa comienza en 2009 cuando la firma italiana Graziani Packaging, que por aquel entonces exportaba directamente a España, decidió apostar por el mercado ibérico convenciendo a sus colaboradores y amigos, Juan Ferrer (tristemente fallecido en 2020) y Agustín España. Así nació Magic Corner España, un proyecto empresarial que tiene como finalidad ofrecer al sector hortofrutícola un plus de calidad en el mundo de las cantoneras.

En estos años, las nuevas generaciones se han ido uniendo al negocio familiar y actualmente las familias Ferrer y España cuentan en su equipo con 4 de sus jóvenes vástagos, mientras que, en Italia, la familia Graziani ha incorporado a 3 de sus hijos.

“España es un gran país con mucho potencial y en el cual nos sentimos como en casa cada vez que visitamos la empresa en Carlet”, afirma Roberto Graziani.

El CEO de Graziani Packaging admite que estos últimos años han sido “muy especiales y complejos”, pero en este 2023 espera poder vivir tiempos más calmados para “relanzar nuestras

En estos años, las nuevas generaciones se han ido uniendo al negocio familiar y actualmente las familias Ferrer y España cuentan en su equipo con 4 de sus jóvenes vástagos y, en Italia, la familia Graziani ha incorporado a 3 de sus hijos

ambiciones gracias al espíritu de nuestros jóvenes”.

Tal como señala Graziani, las dos empresas aún “tienen potencial por exprimir y están preparadas para nuevas inversiones. De hecho, en Italia, la empresa madre en breve alcanzará la cifra de 100.000.000 de metros lineales producidos y vendidos en todo el mundo”. Por su parte, desde España, Magic Corner ha crecido de forma discreta y silenciosa, sin embargo a partir de ahora, con la entrada de las nuevas generaciones “queremos darla a conocer de una forma más importante”. Para ello, “buscamos nuevos distribuidores y clientes importantes con el propósito de crecer y desarrollar nuestra excelente y reconocida calidad. Creemos firmemente en el futuro de España, un país joven, estratégico, vivo y agradable al igual que nuestra *Bella Italia*”. Este será uno de los mensajes

que trasladarán a los profesionales que visiten sus stands en la próxima edición de Fruit Logística, ubicados en el pabellón 4.2, stands D20 y C35.

Sobre la feria berlinesa, Roberto Graziani considera que “sigue siendo la principal feria del mundo para el sector hortofrutícola y su cadena de suministro”. De sus participaciones en ediciones pasadas, se muestra satisfecho al haber constatado un positivo feedback. Con savia nueva y ánimo imperturbable, Graziani Packaging y Magic Corner España vuelven a Fruit Logística para seguir ampliando su área de influencia con la mira puesta en mercados tan lejanos como América Central y África.



En Italia, una nueva generación llega a la familia Graziani Packaging. / GRAZIANI



En España también la empresa Magic Corner España tiene asegurado su relevo generacional. / MAGIC CORNER

Sanifruit presentará en Berlín sus novedades en postcosecha sin residuos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Sanifruit asistirá de nuevo este año a Fruit Logistica. Durante el certamen, la empresa presentará sus últimas novedades en postcosecha sin residuos para cultivos como el aguacate, el melón, el pimiento o la banana.

Desde la última edición, según informan desde la compañía, Sanifruit ha ampliado su gama de soluciones, con las que “permiten al cliente reducir el número de materias activas y acceder a mercados restrictivos con excelentes resultados en postcosecha y gran rentabilidad para las centrales”.

Sus tratamientos, “altamente eficaces”, están destinados a alargar la vida comercial de la fruta y verdura y son libres de fungicidas de síntesis, “por lo que posibilitan al cliente la opción de diferenciarse en un mercado global cada vez más competitivo y restrictivo”, aseguran los responsables de la marca.

Sanifruit ha ampliado su gama de soluciones con las que permiten al cliente reducir el número de materias activas y acceder a mercados restrictivos

Actualmente Sanifruit ofrece soluciones para multitud de cultivos, además de servicio técnico y de asesoramiento en el manejo de la fruta postcosecha

“Además, combinados con tratamientos tradicionales, muchos de sus productos ayudan a combatir las resistencias, problema cada vez más habitual en las centrales, que están comprobando que continuar haciendo lo mismo de siempre no funciona”, continúan explicando desde la empresa ubicada en Chiva (Valencia).

Actualmente Sanifruit ofrece soluciones para multitud de cultivos, además de servicio técnico y de asesoramiento en el manejo de la fruta postcosecha. Su sistema de gestión, completamente digitalizado con la APP que la empresa pone a disposición de los clientes, “ayuda y guía hacia una nueva forma de gestionar la postcosecha, más respetuosa con las personas y con el medioambiente”.

Sanifruit “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, su laboratorio de I+D+i ha desarrollado numerosos tratamientos eficaces orgánicos y bio que comercializa

y distribuye en todo el mundo”, destacan sus directivos.

El stand de Sanifruit estará ubicado en el hall 11.2, stand B-22, como coexpositores de la Generalitat Valenciana. Desde la empresa animan a visitarlo

para aprovechar “la oportunidad de extender la vida comercial de tus frutas y verduras sin añadir más residuos a tu fruta”. Algo que podrán comprobar los visitantes que este año se acerquen al stand en Berlín.



El stand de Sanifruit estará ubicado en el hall 11.2, stand B-22, como coexpositores de la Generalitat Valenciana. / RAQUEL FUERTES

Nuestra pasión

EL ESPÁRRAGO

Bienvenidos a nuestro mundo



8|9|10 FEBRUARY 2023, BERLIN

We're looking forward to seeing you at our stand

Hall 10.2 A-06






Centro Sur, Soc. Coop. And. - Ctra. de la Estación, s/n. - 18360 Huétor Tájar (Granada) España - Tel.: +34 958 33 20 20 - Fax: +34 958 33 25 22

Espárrago de Granada, S. Coop. And. - Paseo de la Redonda Sur, 13 Bajo A - Huétor Tájar (Granada) España

Tel.: +34 958 51 30 61 - Fax: +34 958 51 30 20

www.centro-sur.es - www.esparragodegranada.eu



CAMPAÑA FINANCIADA CON LA AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA

RAÚL MANZANA / Director comercial en Ramón Mazana, SL

“Fruit Logística es un trampolín inmejorable para la internacionalización y mostrar nuestras novedades”

La historia de esta empresa comenzó hace 60 años, cuando Ramón Manzana, agricultor y recolector, se dio cuenta de que las tijeras o alicates para la recolección de cítricos no eran las más adecuadas para realizar un trabajo bien hecho. En esta entrevista, Raúl Manzana señala que el secreto del éxito está en la mejora continua desde la investigación y desarrollo de tijeras y alicates buscando siempre el mayor rendimiento para el recolector porque hace más productivo el futuro de la recolección profesional.

■ GONZALO GAYO. NULES

Valencia Fruits. ¿Cuáles son las principales características de las tijeras Manzana?

Raúl Manzana. Nuestros productos están diseñados para nuestros clientes, esto es que cuando nos planteamos el desarrollo de un nuevo producto, siempre ponemos por delante las necesidades del cliente ya sea recolector, productor o comercializador de fruta.

Por esta razón, todos nuestros productos ofrecen ventajas adicionales a los productos existentes con características que inciden principalmente en el mantenimiento de la calidad de la fruta tal y como se encuentra en el árbol. Consiguiendo de este modo beneficios adicionales, tanto económicos como comerciales.

Algunos de los ejemplos que puedo poner sería el de los modelos de cítricos, que tienen un diseño específico que consigue reducir el porcentaje de heridas que otros tipos de tijeras producen, traducándose esto en un menor impacto de los problemas postcosecha. Otro ejemplo sería nuestra tijera para la recolección de kaki, diseñada para realizar un corte paralelo y a ras del pedúnculo, consiguiendo eliminar tallos largos que producen pinchazos a otros kakís en el manipulado. Y también nuestra tijera para aguacate, que es la primera del mercado con un sistema en el que ya no es el recolector el que tiene que, a ojo, dejar un tallo de una medida adecuada sino que es la propia tijera la que marca la medida ideal. Y también destacar las aristas romas que evitan daños en la piel del aguacate.

Tampoco hay que olvidar, la alta calidad de los materiales que utilizamos, que proporcionan durabilidad y facilidad de corte.

VF. ¿Qué les hace ser líderes en distintos mercados?

GG. Esta pregunta está íntimamente relacionada con la anterior, y podemos decir que lo que nos hace líderes es justamente que muchos de los productores y comercializadores de fruta a nivel mundial son conscientes de la problemática que tienen y saben perfectamente que la utilización de nuestros productos les va a aportar beneficios.

VF. ¿Hay una tijera para cada tipo de recolección de fruta?

RM. Tanto la morfología, las características como las necesidades de cada fruta son distintas. Por lo que, si queremos que una tijera realice un trabajo óptimo, es necesario que esta se adapte a cada tipo de fruta. Por ello es de



Actualmente Ramón Manzana está abriendo nuevos mercados para sus tijeras de aguacate, como México, país con un gran potencial en este cultivo. / GG

vital importancia conocer bien el cultivo para el que vamos a desarrollar una nueva tijera y conseguir que esta cumpla todos los requerimientos que la fruta en cuestión necesite.

Por ello, en cítricos es necesario que la tijera arrase bien, pero sin “morder” la fruta ni pincharla. En kaki es importante no dejar un pedúnculo largo ya que este producirá pinchazos entre frutas; por ello la tijera tiene que adaptarse a la morfología del pedúnculo para conseguir llegar al fondo y realizar un corte paralelo. En aguacate, es necesario dejar un pequeño tallo para evitar podridos y al mismo tiempo hay que evitar dañar la fruta.

En fin, cada fruta es un mundo y por esto es necesario que la herramienta se adapte.

VF. ¿Cuáles son las que más éxito tienen en ventas? ¿Tienen previsto presentar algún nuevo modelo este año?

RM. Nuestros productos estrella son las tijeras de cítricos. Pero no tenemos ninguna que sea un producto estrella a nivel internacional, ya que tenemos muchos modelos y en cada país gustan unos modelos concretos. Sí que es cierto que en cada uno de estos países hay un modelo estrella. Por ejemplo, en España, para los recolectores es nuestra tijera M87-DI y para productores y comercializadores el modelo M15-DI ya que está diseñado para evitar daños en la fruta. En otros mercados como EEUU serían los modelos M14-AM y M96-AM; en Marruecos o Sudáfrica los modelos M14-AM y M14L-AM.

En otros tipos de fruta, también pensamos que tendremos modelos estrella. Sin ir más lejos, el modelo de aguacate M22-AM,

“Estamos estudiando otros tipos de cultivos y uno al que le vemos bastante potencial es el de las hortalizas”

desde que lo presentamos hace un año, está teniendo una gran aceptación y pensamos que en pocos años puede ser el modelo más popular a nivel mundial.

Respecto a si tenemos previsto presentar alguna novedad, este año vamos a lanzar un nuevo modelo de calibre para frutas. Pensamos que es un calibre con un gran potencial, ya que se trata de un calibre universal que podrá medir frutas entre 40 y 110 mm. La gran ventaja que tendrá será su precio, ya que los calibres universales existentes en el mercado tienen un precio excesivamente elevado como para que una empresa pueda darlo de forma masiva, tanto a sus encargados como a trabajadores. Nuestro calibre es extremadamente simple y fácil de usar y con un precio muy inferior a los actuales, lo que permitirá que las empresas puedan repartirlo sin preocuparse del precio.

Esperamos poder presentarlo en Fruit Logística, aunque los tiempos van muy ajustados.

VF. Hace unos años lanzaron una gama de herramientas para el rayado de frutales. ¿Cómo están funcionando?

RM. La verdad que no nos podemos quejar, ya que ha superado todas nuestras expectativas.

Es un producto ideal para todas aquellas variedades de fruta que tienen problemas de vecería,



Raúl Manzana señala que el secreto del éxito de su empresa es que siempre ponen por delante las necesidades del cliente. / GONZALO GAYO

en las que la producción oscila mucho de unos años a otros. Con esta herramienta se consigue, de una forma natural y sin utilizar productos químicos, mejorar el cuajado o también aumentar el calibre ya que, si se hace en el momento oportuno, se consigue mantener la savia en las ramas.

Ahora mismo estamos desarrollando una nueva medida, más pequeña, ya que en nuestra participación en Interpoma (Italia), descubrimos la gran necesidad que tienen los productores de manzana de una herramienta de estas características para conseguir que, en la edad joven del árbol, broten nuevas ramas.

VF. ¿Qué ahorro económico se produce utilizando las tijeras Manzana adecuadas a cada fruta?

RM. Esta pregunta es muy interesante ya que cuando presentamos nuestros productos a clientes que no los conocen, suelen argumentar que las que ellos están utilizando en ese momento son más baratas. Pero claro, si tenemos en cuenta el coste de producción o compra de la fruta, el coste de recolección, el transporte y el manipulado; este siempre será muy superior a la inversión que tienen que hacer en tijeras de calidad.

Por otra parte, tampoco hay que olvidar los problemas que tienen los comercios cuando a sus clientes les llega fruta en mal estado debido a la entrada de hongos. Por lo que también supone un beneficio tanto económico como de prestigio si consiguen reducir este problema.

VF. ¿Qué ventajas les ofrece su presencia en la feria en Berlín?

RM. Nuestra empresa ya ha participado en muchas ediciones de esta feria desde el año 2012. Para nosotros ha sido un trampolín inmejorable para la internacionalización de nuestra empresa; conociendo en esta muchos de nuestros actuales distribuidores y clientes.

Hoy en día la razón de nuestra presencia en la feria aún continúa siendo, en parte, dar a conocer nuestros productos, pero al mismo tiempo es un evento perfecto para encontrarnos con nuestros distribuidores y clientes, y para mostrar las novedades que tenemos.

VF. ¿Cómo afecta la guerra de Ucrania al comercio e incremento de costes en su sector?

RM. Efectivamente, toda esta espiral inflacionista que estamos sufriendo, y la guerra de Ucrania evidentemente es uno de los principales causantes, está afectando muy directamente sobre nuestros precios de producción y más teniendo en cuenta que prácticamente toda nuestra materia prima es acero.

No obstante, hemos intentado repercutir lo mínimo posible este incremento sobre el precio final del producto, al tiempo que continuamos mejorando los procesos de fabricación para reducir el coste.

VF. ¿Qué les diría a los líderes mundiales reunidos en Davos para avanzar hacia una paz duradera?

RM. Les diría que la paz es un activo muy valioso que hay que cuidar y que es mejor hablar y negociar que no luchar, ya que en primer lugar sufren las personas que están inmersas en un conflicto, pero también afecta a personas de otros países desde un punto de vista económico.

VF. ¿Cree necesario el apoyo de las administraciones para hacer frente al incremento de costes?

RM. Yo siempre he pensado que una de las funciones principales de las administraciones es mejorar la vida de las personas. Por ello es importante que actúen sobre situaciones que puedan poner en peligro ese bienestar. La inflación es un problema que afecta muy negativamente a los ciudadanos y a las empresas, produciendo un descenso de la actividad económica, del empleo y del poder adquisitivo.

Bajo mi punto de vista, las administraciones deberían tomar medidas, eso sí, con acciones realistas y sensatas.

VF. ¿Qué nuevos mercados contempla de cara al futuro?

RM. Actualmente estamos desarrollando nuevos mercados para las tijeras de aguacate. Estamos desarrollándolo en los principales países productores como España, Perú, Chile o Sudáfrica; y también nos hemos introducido en México, país con un potencial inmenso en este cultivo y en el que vamos muy bien encaminados.

También estamos estudiando otros tipos de cultivos. De hecho, uno al que le vemos bastante potencial es el de las hortalizas. Espero que en poco tiempo **Valencia Fruits** pueda volver a entrevistarme a razón de este nuevo producto.

VF. ¿Cómo ve el futuro de la economía en su sector?

RM. Esto es complicado de contestar, aunque yo prefiero ser positivo. Pienso que la agricultura es un sector básico y no puede desaparecer. Por lo que creo que, por lo menos, se mantendrá.

Por nuestra parte, tengo muy claro que el crecimiento de nuestra empresa vendrá determinado por la diversificación y creación de nuevos productos para nuevos mercados. Y por supuesto siempre siguiendo nuestra filosofía de aportar un producto diferenciado y con valor añadido.

FRANCISCO DELGADO / Comercial de Los Gallombares

“Las nuevas instalaciones mejoran la calidad del producto y la logística de la cooperativa”

Con el foco puesto en la expansión, Los Gallombares estrena en 2023 nuevas instalaciones que garantizan una mejora global de todos los procesos de confección sin renunciar a su compromiso con el entorno y con el bienestar de las personas. En esta cita, Los Gallombares estará situado en el hall 10, stand A-06, donde presentarán su espárrago verde premium, cultivado con métodos biológicos y optimizando los recursos naturales.

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. A pocas semanas de una nueva edición de Fruit Logística, ¿cómo ha organizado Los Gallombares su participación en el certamen?

Francisco Delgado. Con muchísimas ganas e ilusión. La pasada edición, con el cambio de fechas y el retraso de la feria a abril, nos fue imposible acudir porque nuestra cooperativa se encontraba en plena campaña. Así que este año asistimos de nuevo retomando el entusiasmo y la lucha de otros años por seguir fomentando, exponiendo y defendiendo nuestro producto.

VF. ¿Qué aporta un evento de las características de Fruit Logis-

tica a una cooperativa como Los Gallombares?

FD. Fruit Logística es la feria hortofrutícola más importante de Europa y cuenta con una gran afluencia de empresas internacionales. Actualmente, Los Gallombares se encuentra en plena expansión y, por ello, un certamen de estas características nos permite informar y exponer a nuestros clientes y al público en general nuestro producto, nuestro buen hacer y el nuevo proyecto que por fin arranca para esta campaña: nuestras nuevas instalaciones.

VF. ¿Con qué objetivos se des-
plazan este año a Berlín?

FD. Como en cualquier otro certamen, nuestra principal intención como participantes y expositores es ensalzar el potencial del producto y nuestros valores —cuidado del medio ambiente, calidad, compromiso y salud— para que lleguen a consumidores de todo el mundo. También, compartir con nuestros clientes nacionales e internacionales las novedades de nuestra oferta de calidad, talento e innovación.

VF. ¿Aprovechan el certamen para presentar alguna novedad o proyecto?

FD. En Los Gallombares trabajamos constantemente para afianzar mercados que ya disfrutan del sabor de este vegetal



Los Gallombares acude a esta edición con muchas ganas e ilusión. / LG

y dinamizar nuevos canales de distribución. Por ello, Fruit Logística es el lugar idóneo para anunciar que este año culmina nuestro gran proyecto y por fin estrenamos nuestras nuevas instalaciones, una nueva planta de envasado con una superficie de 10.000 m² y 11 líneas de máquinas especializadas de última generación para el manipulado de espárragos, siete de ellas con calibrado óptico, con una capacidad de manipulación de 100.000 kilos cada 8 horas.

VF. ¿Qué van a aportar estas nuevas instalaciones a Los Gallombares?

FD. Este proyecto, sin duda, permite centralizar la produc-

ción, reforzar el servicio en nuestros almacenes y mejorar el transporte, favoreciendo así a nivel global la calidad de nuestro producto y la logística de la cooperativa. Además, esta nueva nave va a generar 600 empleos, siendo un auténtico motor económico para la comarca del poniente y la provincia de Granada.

Por otro lado, estas instalaciones refuerzan nuestro compromiso con el entorno y la RSC en nuestra apuesta por la producción integrada, el residuo cero y el fomento del consumo de energía solar. Así, todas estas prácticas garantizan un espárrago verde respetuoso desde el campo hasta el consumidor.

EL ENVASE MÁS SOSTENIBLE DEL MUNDO



100% reciclable y biodegradable



Huella de carbono negativa



Huella hídrica mínima



¡VISÍTANOS!

FRUIT
LOGÍSTICA

Hall 11.2 Stand B41

FEDEMCO®

www.fedemco.com

f t y in

Firmas de las tres provincias se incorporan a la IGP Cítricos Valencianos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La figura de calidad IGP Cítricos Valencianos aumenta la familia con la incorporación de nuevas firmas distribuidas en las tres provincias, Alicante, Valencia y Castellón. Una ampliación que refuerza la presencia del sello valenciano en los mercados nacionales e internacionales.

Las empresas que se suman a la IGP Cítricos Valencianos trabajan ya con grandes superficies nacionales.

Su decisión es una clara apuesta por la figura de calidad para las naranjas mandarinas y limones producidos en los campos de la Comunidad Valenciana bajo los controles que establece el Consejo Regulador y que concede a sus frutas la máxima calidad y garantía.

Los nuevos miembros de la familia son: Antonio Llusar y Cía, SLU situada en el término municipal de Chilches en Castellón, proveedor de cítricos de El Corte Inglés. Un gigante en la



Las empresas que se suman a la IGP trabajan ya con grandes superficies. / VF

comercialización de naranjas y mandarinas, de reconocido prestigio en los mercados nacionales e internacionales.

Frutas Hermanos Salas e Hijos, SL. Está ubicada en la comarca valenciana de La Costera, en

el municipio de Estubeny. Con larga trayectoria en la comercialización de cítricos y presencia en más de 20 países.

Y Frutas Juanito, SL, proveedor de la cadena Mas y Mas, que comenzará a utilizar el sello IGP

Mapa de las firmas registradas en IGP Cítricos Valencianos



Las nuevas firmas están distribuidas por Valencia, Castellón y Alicante. / IGP

La entrada de nuevas empresas a la IGP refuerza la presencia del sello valenciano en los mercados nacionales e internacionales

Cítricos Valencianos para sus limones producidos en tierras alicantinas.

Además, seis operadores más se encuentran en estos momentos en proceso de integración en la IGP Cítricos Valencianos. En concreto, dos cooperativas y cuatro comercios privados.

El goteo constante de nuevas incorporaciones a la IGP Cítricos Valencianos dibuja en el mapa de

la Comunidad Valenciana una mancha cada vez más amplia.

■ SU CITA CON BERLÍN

Del 8 al 10 de febrero, la IGP participará Fruit Logística, tres días para visibilizar su sello de calidad en los mercados internacionales en una cita clave del sector de la fruta. En esta edición estarán ubicados en el hall 11.2, stand B-10.

Sorma Group presenta su nueva pesadora para tomates en racimos

La empresa ofrece una solución para automatizar el llenado de las bandejas de peso establecido, permitiendo ganar tiempo y ahorrar en la mano de obra

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Fruit Logística está a la vuelta de la esquina y Sorma Group está lista para participar en la cita ferial internacional más importante en el sector hortofrutícola con una novedad dedicada al tomate en racimos y con sus más recientes innovaciones en la elaboración posterior a la cosecha y en el envasado.

En la feria de Berlín, desde el stand C10, pabellón 2.1, el grupo internacional presentará la pesadora combinada CP810 VW5, concebida para resolver las principales dificultades en el envasado del tomate en racimos.

Como bien saben los operadores, la fase de elaboración que requiere más tiempo y mano de obra es la carga de la bandeja con la adecuada combinación de frutos para alcanzar el peso establecido de cara al cliente final. “El aspecto innovador en el que se basa esta pesadora —explica Evert-Jan Wassink, responsable de Ventas de Sorma Benelux— consiste en ayudar al operador en el llenado de la bandeja parcialmente prerrellenada”. De hecho el operador llena manualmente la bandeja con un número parcial de productos; en función del peso, “la máquina busca la mejor combinación para alcanzar el gramaje mínimo garantizado y coloca las cantida-



En la feria, desde el stand C10, pabellón 2.1, el grupo internacional presentará la pesadora combinada CP810 VW5. / SG

des de producto que faltan en la línea, a la altura de la bandeja que hay que acabar de llenar”. El rendimiento de la CP810 VW5 alcanza las sesenta cestas por minuto, lo que “la hace única en el mercado.”

La nueva pesadora de Sorma Group está en condiciones de albergar bandejas de como máximo 30 cm de longitud y 20 cm de anchura y permite un ahorro de mano de obra y una optimización

de la producción bruta vendible de seis operadores ahorrados (con dos líneas contiguas), evitando desviaciones por encima del gramaje. Disponible desde el principio de este año, ya se está vendiendo en Países Bajos y en Italia.

“El tomate es una de las frutas más consumidas en el mundo”, comenta Mario Mercadini, responsable de Marketing de Sorma Group, pero “el sector

está viviendo un momento muy contradictorio, caracterizado, por un lado, por un aumento vertiginoso de los costes de producción, sobre todo en los invernaderos, que en parte ha repercutido en los precios de venta, así como por la escasez de mano de obra disponible, y, por otro lado, por el riesgo concreto de que se contraiga la demanda a causa del alza de precios, por lo que lograr comprimir los cos-

tes de elaboración resulta fundamental para seguir siendo competitivos”.

La pesadora CP810 VW5, además, también es de lo más indicada para la uva en racimos, y puede ser utilizada asimismo con otros productos que, por su forma, no ruedan.

Bajo la luz de los focos de Berlín también estará HyperVision, la plataforma tecnológicamente avanzada de la seleccionadora Sormatech, capaz de analizar hasta quince frutos por segundo, frente a los doce de media de las demás soluciones presentes en el mercado. El funcionamiento de HyperVision se basa en nueve cámaras de vídeo en cada línea del calibrador óptico, tres en color y seis cámaras NIR (un método de análisis basado en la interacción de la materia con las radiaciones del rayo infrarrojo cercano).

La plataforma toma y analiza imágenes hiperespectrales superpuestas tanto en la región visible, como NIR, de cada fruto, que gira 360° bajo el sistema de inspección. De esta manera se logra la máxima precisión en la selección, que tiene en cuenta la calidad interna y externa, el color y la forma.

Para presentar a sus clientes y a todos los visitantes profesionales las innovaciones más recientes lanzadas al mercado, Sorma Group, además, organizará en su stand dos momentos informativos al día, en los que un responsable de la empresa mostrará, a través de una pantalla, el funcionamiento de las varias máquinas e ilustrará sus características distintivas.

Se brindará más información sobre horarios y encuentros en la web: sormagroup.com.

JUAN JESÚS LARA / Director general y CEO de CASI

“Como novedad vamos a presentar el tomate Rebel Pink para próximas campañas”

La Cooperativa Agrícola San Isidro, CASI, volverá a viajar hasta Berlín para acudir a Fruit Logistica, uno de los mayores eventos para el sector agrario mundial. Desde su stand nº 16 en el hall 8 del pabellón andaluz, la cooperativa almeriense expondrá a los visitantes sus más recientes innovaciones. Su director general y CEO, ofrece a **Valencia Fruits** un adelanto de su participación en el evento.

► GIA. ALMERÍA.

Valencia Fruits. Un año más, CASI estará presente en una nueva edición de Fruit Logistica, ¿qué importancia tiene esta feria para ustedes?

Juan Jesús Lara. Tanto para nuestros socios como nuestra cooperativa, Fruit Logistica es el mayor escaparate mundial para mostrar nuestra fuerza comercial y la excelencia en nuestros productos.

A diferencia de otros eventos, Fruit Logistica por su gran representación del sector y su situación en centro Europa nos permite acercarnos a nuestros clientes del canal de la exportación de forma directa.

Este año nuestra expedición estará formada por quince profesionales expertos en comercio internacional, y por su puesto en la producción de nuestros socios, con la intención de continuar nuestras líneas de negocio y evidentemente cerrar otras en las que estamos trabajando. En esta edición volvemos al pabellón andaluz, en el stand 16 hall 18, continuando con acciones en productos de novedad y posicionando la marca CASI además en el sector V Gama.

VF. ¿Presentan alguna novedad este año?

JJL. Nuestro departamento técnico de I+D está en continua búsqueda no solo de variedades de nuevos productos para satisfacer demandas de nuestros clientes, si no en innovaciones en cuanto al packaging o en diferentes acciones de economía circular dentro de los objetivos ODS. Para Fruit Logistica, además de nuestro amplio catálogo habitual, en línea con nuestro reciente éxito con el tomate asurcado Rebel como ‘Sabor del año’, presentaremos como novedad el tomate Rebel Pink para próximas campañas, así como un tomate cocktail rosa, y nuevas novedades en variedades Corazón de Buey. Por último como apuesta en la economía circular, vamos a presentar una nueva línea de negocio para V Gama con salsas y preparados, encontrando un producto diferenciador en el tomate frito y crema de tomate, ambos con tomate Rebel recientemente premiado como ‘Sabor del año’.

VF. En un contexto en el que muchos productores de tomate europeos ya dan por perdidas sus campañas debido al clima y a la crisis en el precio de los carburantes, como ha ocurrido con Holanda, ¿cuál es la posición de su cooperativa? ¿Creen que pueden salir beneficiados de esta situación, o esperan una mayor competencia de países extracomunitarios, como Marruecos o Turquía?



Juan Jesús Lara destaca el trabajo y las continuas innovaciones del departamento técnico de I+D de CASI. / GIA

JJL. Cada campaña es diferente, de hecho hemos visto alargar campañas en origen en Holanda y Bélgica, nunca antes visto. Consideramos que nuestro producto es diferenciador en calidad y en los más estrictos estándares de control, esto sumado a unas políticas conservacionistas de la Unión Europea adecuadas, pueden proteger

nuestro mercado y el de nuestros socios. Debido a las condiciones climatológicas de noviembre y diciembre, así como las diferentes plagas y enfermedades, la producción se vio mermada en su inicio, hecho que intentamos recuperar en esta segunda mitad de campaña a través de intervenciones de nuestro departamento técnico. Conocemos la importan-

cía de cuidar la producción en el tercio final y actualmente estamos posicionados en igualdad de condiciones productivas de años pasados.

VF. ¿Necesita una mayor protección el tomate europeo por parte de las instituciones?

JJL. Evidentemente necesitamos un mercado global pero que todos los actantes jueguen

“Tanto para nuestros socios como nuestra cooperativa, Fruit Logistica es el mayor escaparate mundial para mostrar nuestra fuerza comercial y la excelencia en nuestros productos”

“En esta edición volvemos al pabellón andaluz, en el stand 16 hall 18, continuando con acciones en productos de novedad y posicionando la marca CASI además en el sector V Gama”

con las mismas reglas. Aunque actualmente las instituciones están involucradas en diferentes políticas conservacionistas en nuestros productos, se deben dar pasos en firme y establecer un mayor control de las importaciones.

VF. ¿Cómo afrontan esta campaña? La anterior se caracterizó por una caída general de la producción, a la vez que subían los precios, ¿creen que esta va por el mismo camino?

JJL. La campaña actual se ha caracterizado por condiciones climatológicas bastantes adversas en su inicio, sin embargo tenemos la confianza de nuestros clientes gracias a la labor de nuestros agricultores. En general la tendencia actual de mercado tanto nacional como internacional parece mejorar conforme avanza la campaña, en definitiva esperamos una estabilización de mercado gracias a nuestro posicionamiento en el cliente final.



Tenemos las cartas que necesitas para ganar la partida

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

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

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

¿Hablamos?

www.visionagro.info - marketing@gregal.info

963 052 308

Uniq, el único envase con instrucciones de uso regresa a la capital alemana

Joaquín Fernández, director de desarrollo estratégico de Uniq señala que Fruit Logistica es “un punto de consolidación del sello Uniq como referente internacional”

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Uniq, garante de los envases en cartón para frutas y hortalizas, se cita un año más con el sector hortofrutícola mundial en Berlín, en una nueva edición de Fruit Logistica del 8 al 10 de febrero.

El sello de calidad líder en packaging presentará, de la mano de la Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado, AFECO, soluciones de embalaje agrícola en cartón, 100% eficientes y sostenibles, en el hall 11.2 A-38 de Messe Berlin.

En palabras de Joaquín Fernández, director de Desarrollo Estratégico de Uniq, “esta feria es un punto de consolidación del sello de calidad Uniq como referente internacional en el mercado de los envases en cartón para productos hortofrutícolas”.

Los envases de cartón estampados con el sello Uniq incorporan toda la información necesaria para asegurarte confianza y fiabilidad. Son envases resistentes y versátiles, capaces de optimizar todos los procesos de envasado, almacenaje, transporte y logística. Sin olvidar el punto de venta, donde ejercen un activo papel promocionando tanto marca como producto, y generan atracción para el consumidor.



Joaquín Fernández, director de desarrollo estratégico de Uniq. / UNIQ

El sello de calidad líder en packaging presentará soluciones de embalaje agrícola en cartón, 100% eficientes y sostenibles

Joaquín Fernández señala que el sello agrícola Uniq “se adapta a los exigentes circuitos logísticos de las frutas y hortalizas”

Fernández afirma que “Uniq es un sello de garantía de fiabilidad, con soluciones a medida, eficientes y sostenibles, que se adaptan a los exigentes circuitos logísticos de las frutas y hortalizas”.

■ SOSTENIBILIDAD

Los envases de cartón son el mejor ejemplo de circularidad, por su carácter renovable, reciclable y biodegradable.

El cartón es el embalaje sostenible por excelencia, porque es natural, 100% reciclable y biodegradable y respeta la salud

El cartón es el embalaje sostenible por excelencia, porque es natural, cien por cien reciclable y biodegradable

del consumidor y del planeta. El director de desarrollo estratégico de Uniq ejemplifica que “con las barquetas ofrecemos al mercado la estandarización de un formato de envases sostenible 100% cartón; material reciclable, renovable y biodegradable” y describe que “las barquetas de cartón estampadas con Uniq, ofrecen estandarización, fácil manipulado, son imprimibles y personalizables, permiten tratamientos antihumedad naturales, son seguras e higiénicas, y contribuyen a la economía circular”.

Gracias al reciclaje, las fibras de los envases usados de cartón se reutilizan más de 25 veces sin pérdida de calidad, aprovechando al máximo los recursos y evitando residuos. Este dato se extrae de un estudio desarrollado el pasado 2021 por la Universidad Tecnológica de Graz (Austria) que destaca la vital 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. Este 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.

AFECO representa un porcentaje mayoritario de la producción total de cartón en España. El número de fabricantes de envases y embalajes adheridos a Uniq alcanza más de cuarenta plantas onduladoras en España.

Aspecto y precio, factores decisivos en la compra de frutas y hortalizas

El 70% de los consumidores se fija en el aspecto de los productos y un 68% también cita el precio

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El aspecto y el precio son los principales motivos de compra de las frutas y hortalizas, según se desprende de los resultados del informe de AECOC Shoppervue ‘El comprador de Frutas y Hortalizas’.

Según los resultados del estudio realizado en colaboración con ‘Meléndez x Frescos’, el 70 por ciento de los consumidores afirma que se fija en el aspecto de las frutas y hortalizas a la hora de hacer su compra. Un 68 por ciento cita también el precio como factor decisivo en su elección, mientras que el 67 por

ciento de los encuestados considera que los productos sean de temporada como tercer factor más importante en su decisión de compra.

Este estudio de mercado muestra que frutas y hortalizas están presentes en el 98% de las cestas de la compra de los españoles, y que nueve de cada diez compra estos productos a granel. En cambio, el 34 por ciento compra también frutas envasadas y un 45 por ciento incluye hortalizas con packaging en su cesta. “A pesar del contexto inflacionista, cuestiones como el aspecto, el origen o la sostenibi-



Las frutas y hortalizas están presentes en el 98% de las cestas de la compra de los españoles. / ARCHIVO

lidad siguen siendo prioritarios para los consumidores a la hora de comprar frutas y hortalizas”, resume la responsable de estudios de AECOC Shoppervue, Marta Munné

■ CAMBIOS DE COMPORTAMIENTO

El estudio también evidencia que el incremento de precios no ha tenido tanto impacto en la compra de frutas y hortalizas como en otros artículos. Así, el 53% de los consumidores afirma que ahora busca más ofertas y pro-

La compra de frutas y hortalizas se muestra más resiliente a los cambios de hábitos y el 53 por ciento de los consumidores afirma buscar más ofertas y promociones, por un 64 por ciento en el conjunto del gran consumo

mociones en esta categoría de productos frescos, por un 64% que lo hace con el conjunto de productos de gran consumo. Algunos de los cambios de hábitos más comunes debido al aumento

de precios son la reducción del volumen de compra de frutas y hortalizas, el incremento de la compra a granel o el cambio de establecimiento en busca de mejores precios.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

AgroFresh Solutions, como innovador AgTech global y líder en el segmento de postcosecha de productos frescos, mostrará en Berlín una gama completa de soluciones y tecnologías digitales que “ayudan a mejorar la calidad y a prolongar la vida útil de las frutas y hortalizas frescas, al tiempo que ofrecen ahorros de energía y agua”, según señalan desde la firma de Filadelfia. “Los clientes buscan soluciones que no solo protejan sus productos, sino que tengan un impacto significativo en la sostenibilidad y ayuden a conservar los valiosos recursos naturales de nuestro planeta”, explicó Conor Walshe, director Comercial de AgroFresh en Europa, África y Oriente Medio.

“AgroFresh sigue evolucionando y ampliando su cartera de soluciones y servicios postcosecha para nuevos cultivos y mercados globales. Estamos deseando conectar con nuestros clientes de todo el mundo para compartir nuestras recientes innovaciones en Fruit Logística”, añadió.

AgroFresh realizará varias presentaciones especiales, entre las que destacan “SmartFresh: 20 años revolucionando la industria de la fruta” el jueves 9 de febrero a las 17:00 horas en el stand de AgroFresh, además de participar en el TechStage con una presentación titulada “FreshCloud: una solución digital para ayudar a mejorar la calidad y rentabilidad de los productos frescos” el miércoles 8 de febrero a las 12:30 horas.

Durante la feria, el equipo de expertos de AgroFresh destacará sus recientes innovaciones, así como su amplia gama de soluciones para alargar la vida útil de las frutas, incluyendo:

• SmartFresh™ Quality System, AgroFresh lleva revolucionando la industria de la manzana desde hace 20 años con los productos SmartFresh, la tecnología original, de confianza y líder del sector de gestión de etileno 1- methylcyclopropeno (1-MCP). Además de mantener los productos frescos durante más tiempo, las soluciones de SmartFresh puede ayudar a ahorrar energía. Estudios recientes demuestran que el uso combinado de SmartFresh y el almacenamiento en atmósfera controlada puede ahorrar hasta 7.500 kWh durante un periodo de seis meses, lo que supone un ahorro energético global del 36%.

- FreshCloud™ es la plataforma integrada en la nube de AgroFresh que digitaliza el proceso de control de calidad, el cual

AgroFresh presentará su amplia gama de soluciones

Los expertos de AgroFresh mostrarán en Fruit Logistica las tecnologías más innovadoras de la compañía

anteriormente era manual, mediante la captura, organización y análisis de métricas de calidad para los productores, trabajando con su tecnología existente para hacer que los datos en tiempo real sean accesibles y procesables.

"AgroFresh sigue evolucionando y ampliando su cartera de soluciones y servicios postcosecha para nuevos cultivos y mercados globales"

"Estamos deseando conectar con nuestros clientes de todo el mundo para compartir nuestras recientes innovaciones en Fruit Logística"

• VitaFresh™ Botanicals Life Select, AgroFresh lanzó recientemente este recubrimiento orgánico vegetal que ayuda a mantener los productos frescos durante más tiempo y a reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos. Esta solución es ecológica y está certificada por el CAAE

y listado en OMRI y acaba de recibir la certificación vegana, es decir, la V-Label, por la Unión Vegetariana Europea (UVE).

- FreshStart™, Estos nuevos desinfectantes orgánicos (certificados por CAAE) son indispensables para los sistemas de

AgroFresh realizará varias presentaciones especiales, entre las que destacan "SmartFresh: 20 años revolucionando la industria de la fruta"

reciclaje de agua, y funcionan como complemento de los fungicidas para un control óptimo de la podredumbre.

• Harvista™, La solución de AgroFresh precosecha que ayuda a los productores a controlar cómo y cuándo madura la fruta, ampliando el margen de cosecha y permitiéndoles ajustarse a condiciones meteorológicas inesperadas, cambios climáticos y disponibilidad de mano de obra. Harvista está disponible en regiones como Sudáfrica, Israel, Turquía, Estados Unidos, Canadá, Chile, Argentina, Brasil, Australia y Nueva Zelanda. En 2022, Harvista fue aprobado mediante permisos de emergencia para su uso en varios países europeos.

Los representantes de Agrofresh estarán disponibles en Fruit Logística en el pabellón 21, stand E-20 durante toda la feria. Para reservar una cita en el stand, pueden contactar en la dirección info@agrofresh.com.



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

MAF RODA

in rodasale@mafroda.es

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

Automatización | Calibrado | Clasificación | Packing

www.maf-roda.com

El 85% de la mandarina Tang Gold ya tenía comprador el 13 de enero

La marca Tango Fruit se reunirá en esta edición de Fruit Logistica con sus clientes de la distribución para preparar la campaña citrícola del hemisferio sur

► EUROSEMILLAS.

Las previsiones de cosecha de la mandarina Tang Gold en España —el principal país productor, de largo, de la zona mediterránea— se estimaron para la presente campaña en unas 150.000 toneladas. La entrada en producción de nuevas plantaciones permitió mantener las cifras de la temporada precedente y compensar el descenso generalizado de la oferta de pequeños cítricos.

La disminución del aforo de este grupo —estimada a nivel nacional en el -9,8% con respecto a la 2021/22— podría haber sido finalmente incluso superior debido a la inusual afección que, en muchos casos, se ha dado de plagas endémicas como la mosca del Mediterráneo, la araña roja o la foránea conocida como el ‘Cotonet de sudafrica’, esta última presente en la zona de la Comunidad Valenciana. Así las cosas, el final abrupto de la temporada de la clementina mayoritaria, la de Nules —que a mediados de diciembre ya se había prácticamente acabado en el campo— ha disparado el interés por las mandarinas tardías. Y entre todas ellas, la que mejor comportamiento comercial ha tenido ha sido, muy probablemente, Tang Gold.

Efectivamente, según confirmaban fuentes de Cyberagropolis (la empresa certificadora de esta variedad) ya el pasado 13 de enero y a falta de dos meses y medio para concluir las fechas más tardías de recolección, hasta el 85% del tonelaje de este cítrico ‘de autor’ ya tenía un comprador.

Tal porcentaje, con arreglo a los contratos en origen de los que esta firma tiene constancia, significaría que hasta ese día se habrían vendido ya (no necesariamente recolectado) entre 135.000 y 137.000 toneladas de la mandarina *seedless* que licencia Eurosemillas, en torno a un 250% de volumen más que en las mismas fechas de la temporada previa. Tal



Imagen de la promoción actual de la marca Tango Fruit en hipermercados de Portugal. / EUROSEMILLAS

proporción, además, se situaría muy por encima de la alcanzada por otras mandarinas competidoras igualmente protegidas, cuya recogida y comercialización iba en ese momento mucho más retrasada —o paralizada incluso—.

La situación presente recuerda a la vivida hace dos temporadas cuando, en parecidas circunstancias productivas, en la última semana de enero pero de 2021 había sido adquirida al agricultor un 95% de la cosecha española de entonces, que sumaba una cantidad sensiblemente inferior (de unas 90.000 toneladas).

“Los ciclos climáticos parecen repetirse, no solo afectan a España sino que los años de vecería también suelen salpicar simultáneamente a otras producciones mediterráneas, como ahora la de Marruecos o Turquía, lo que no deja de ser una nueva fuente de oportunidades para variedades como Tang Gold. De un lado porque, por su largo recorrido en fechas de recolección —de finales de diciembre, en las zonas más

Eurosemillas aprovechará también la feria para dar a conocer proyectos como la nueva mandarina Kinnow LS, que permitirá estirar la recolección de las mandarinas de segunda temporada incluso hasta principios de mayo en determinadas zonas

precoces, a primeros de abril, en las más tardías— y gracias a su buena conservación en cámara pueden comercializarse en el momento más oportuno. Del otro, porque, por su condición de sin semillas, el mercado recompensa de forma diferencial su calidad”, explican a este respecto las mismas fuentes de Cyberagropolis.

Efectivamente, según acreditan las cotizaciones de la Lonja de Cítricos de Valencia o las de la Lonja de Córdoba, los precios en origen de esta mandarina protegida han sido desde principios de diciembre entre un 30 y un 40% superiores a los de la temporada pasada —que, pese a ser inusualmente más bajos, garantizaron

igualmente su rentabilidad— con picos en los que algunas partidas se han vendido en torno al euro el kilo o incluso algo más. Durante la mayor parte de este tiempo, además, tanto en origen como posteriormente a la salida del almacén, las cotizaciones de Tang Gold se han mantenido sensiblemente por encima de las de otras variedades también protegidas pero que no pueden acreditar tal característica de calidad diferencial (garantizar que son *seedless*).

La llegada del frío generalizado a todo el continente europeo ha contribuido, además, a mejorar la demanda de cítricos, que suelen ser buscados como arma con la que combatir los resfria-

dos. De ahí que se prevea que se pueda repetir la situación generada con las clementinas y que la temporada de mandarinas de primavera pueda acabar antes de lo habitual. En tales circunstancias cobrarán mayor relevancia las producciones de las zonas más tardías, las situadas más al norte, como las de Castellón/Tarragona, en España, o las más recientes y que empiezan a entrar en producción próximas a Lisboa, en Portugal, cuya recolección en el caso de Tang Gold se espera se pueda dar a finales de marzo o incluso primeros de abril.

Por lo mismo, se confía en que la campaña de envíos a Europa procedentes del hemisferio sur arranque también con semanas de adelanto. Algunos de los grandes operadores centroeuropeos que venían trabajando con Tang Gold sudafricana, chilena o peruana han apostado ahora por incorporar a sus lineales también la producción española de esta variedad. De ahí, que el departamento comercial de Tango Fruit tenga previsto aprovechar Fruit Logistica para reunirse con todos los operadores que trabajan con esta marca —que está presente en España, Portugal, Italia y Reino Unido— para planificar la transición entre una y otra temporada y para concretar los nuevos programas test que está previsto realizar en nuevos destinos europeos y no europeos para 2024.

De manera paralela, personal de Eurosemillas aprovechará también la cita ferial para dar a conocer y seguir desarrollando proyectos con la nueva mandarina Kinnow LS, que cuando entre en producción permitirá en un futuro estirar la recolección de las mandarinas de segunda temporada como mínimo hasta abril —en zonas tempranas— y llegar incluso a primeros de mayo, en las más retrasadas.

“En campañas normales ya existía un hueco de mercado interesante para la escasa oferta hoy existente para estas mandarinas más tardías. La Kinnow LS, casi no tiene semillas —lo que es una primera ventaja—, es *easy-peeler* y en temporadas como esta también resultaría doblemente interesante por la oportunidad comercial que representa”, describe a este respecto José Pellicer, director de Innovación del grupo español.

Start-ups presentarán nuevas tecnologías capaces de transformar el sector

Las tecnologías digitales presentadas por las Start-ups en Berlín ofrecen una visión de futuro más rentable y sostenible

► VF. REDACCIÓN.

El sector agrario ha tenido que reinventarse con el paso de los años y, por ello, las nuevas tecnologías capaces de transformar el negocio esperan ser descubiertas del 8 al 10 de febrero de 2023 en el marco de Fruit Logistica. Según apunta Kai Mangelberger, director de la feria, “los proveedores de frutas y hortalizas de todo el mundo sufren una enorme presión para reducir costos y reducir su impacto medioambiental”. Además, añade que “las tecnologías digitales expuestas en Fruit Logistica les ofrecen la oportuni-

dad de que su producción y sus cadenas de suministro sean más eficientes y sostenibles”.

Así, la feria líder para el comercio mundial de productos frescos renueva su apoyo a las cadenas de suministro basadas en datos, la inteligencia artificial, la automatización robótica, la agricultura inteligente y otros sistemas avanzados que desbloquean nuevas oportunidades.

En el pabellón 3.1, las empresas innovadoras presentarán una gama de soluciones digitales en el área Smart Agri, que hizo su debut en Fruit Logistica

del año pasado. Estas incluyen cosechadoras robóticas habilitadas para IA (IAV), drones de pulverización de precisión (ABZ Innovation), conceptos de riego avanzados (Irriot y Topraq) y vehículos de campo autónomos (Ant Robotics).

Y el 10 de febrero, bajo el lema Disrupt Agriculture, el Start-up Day de Fruit Logistica convertirá el pabellón 2.1 en un centro de redes para innovaciones revolucionarias. 20 de las start-ups tecnológicas más innovadoras de todo el mundo mostrarán sus productos, proyectos e ideas en



Las empresas presentarán sus soluciones digitales en el área Smart Agri. / VF

el Start-up Area. El pabellón 2.1 también alberga el escenario Start-up Stage, donde las empresas de nueva creación y las empresas agrícolas inteligentes presentarán sus ideas comerciales, tecnologías y visiones de futuro en el tercer día de la feria.

Entre las tecnologías que se exhibirán están las plataformas impulsadas por IA que pueden ayudar a predecir el periodo de

conservación (Freshsens), advertir sobre los riesgos de seguridad alimentaria (iComplai) y promover la colaboración entre las cadenas de suministro (Obortech). Además, empresas como 7Sense Agritech, Bluetentacles y Smart Watering Solutions presentarán tecnologías de riego inteligente, cada una con el potencial de reducir drásticamente el consumo de agua y energía.



Este es el diseño del espacio colectivo 'Italia' que ha preparado el CSO Italia para esta edición de Fruit Logistica, con el objetivo común de recuperar el liderazgo del 'Made in Italy'. / CSO ITALIA

Las frutas y hortalizas italianas, representadas por 40 firmas en el espacio “Italy, The Beauty of Quality”

Organizado por CSO Italia, en esta gran área ubicada en el pabellón 2.2 también participarán los equipos de Fruitimprese, Italia Ortofrutta y Regione Calabria

► NR. REDACCIÓN.
Las expectativas de CSO Italia para la edición de 2023 de Fruit Logistica son altas: el objetivo es recuperar el liderazgo del 'Made in Italy', lastrado por los años de pandemia, las graves consecuencias del aumento de los precios de las materias primas y las tensiones geopolíticas.
“Por fin, los espacios ocupados por el colectivo ITALIA, coordinado por CSO Italia con el apoyo de Fruitimprese e Italia Ortofrutta y la participación de las empresas asociadas, son comparables a los de la última edición prepandemia”, explica con satisfacción el presidente del CSO Italia, Paolo Bruni.
Este colectivo ocupará con el área 'Italy, The Beauty of Quality' una gran parte del pabellón 2.2, donde, en un total de unos 1.100 metros cuadrados, estarán presentes más de 40 empresas,



Paolo Bruni inaugurará el miércoles, 8 de febrero el gran stand de Italia. / CSO

entre las más cualificadas y especializadas del sector hortofrutícola italiano. Empresas que producen y transforman una amplia gama de productos hortofrutícolas y se caracterizan por su vocación exportadora tanto a Europa como a

los mercados de ultramar, pero también importantes empresas de servicios.
Para enriquecer esta presencia colectiva, la Región de Calabria participará también en el pabellón 'Italia' con una buena representación de empresas calabresas especialmente interesadas en exportar sus productos.
Dos áreas dedicadas a proyectos europeos de promoción de frutas y hortalizas de los que es titular CSO Italia y en los que participan muchas de las empresas presentes en la colectividad completarán el espacio expositivo.
Un rincón informativo dedicado al proyecto 'Made in Nature' promoverá la producción ecológica en Italia, Francia, Dinamarca y Alemania. La campaña 'Made in Nature', ahora en su segundo de los tres años del proyecto, encontrará en Berlín un te-

rreno fértil, ya que las empresas italianas de producción ecológica seleccionadas—Brio, Canova, Ceradini, Conserve Italia, Orogel y Veritas Bio Frutta—podrán reunirse con diversos operadores cualificados.
Por otra parte, se reservará un salón de negocios para reuniones B2B de productos incluidos en el proyecto europeo de promoción de DOP e IGP, destinado a valorizar la excelencia del territorio italiano.
Está previsto que durante los tres días de la feria se realicen degustaciones de los productos ecológicos y certificados DOP e IGP típicos del Bel Paese, que enriquecerán las propuestas de restauración de alta calidad que ya ofrece tradicionalmente el pabellón de Italia, muy apreciadas por los miembros expositores y sus clientes.
Junto a la intensa actividad comercial de las empresas expositoras, no faltarán citas para hacer balance del sector junto a los protagonistas de las frutas y hortalizas italianas. Entre ellos figura el acto inaugural del colectivo ITALIA, previsto para la mañana del primer día de la feria, el miércoles 8 de febrero, centrado en “La importancia del origen para el relanzamiento de las frutas y hortalizas en el mercado mundial”. El acto contará con la presencia de distinguidos invitados, cuyos discursos serán coordinados por el presidente de CSO Italia, Paolo Bruni.



MAGIC CORNER ESPAÑA

Líder de calidad en el mercado

La mejor garantía en la fase de paletización

Carrer de Garbí 18, 46240 Carlet (Valencia) - Tél. 962414941 - Email: info@magiccorner.es



Y el ganador es...

Diez finalistas compiten por el Fruit Logistica Innovation Award 2023

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Un total de diez finalistas compiten por el Fruit Logistica Innovation Award 2023, el premio dedicado a la innovación en el negocio de productos frescos de la feria de Berlín. Elegido por un panel de expertos de todos los sectores de la industria, cada nominado se destaca por la ejemplaridad de sus ideas y el ingenio, abundantes en el negocio mundial de las frutas y hortalizas.

Durante los primeros dos días de Fruit Logistica, la feria enfocada al comercio mundial de productos frescos, los visitantes profesionales podrán asistir a cada una de las nominaciones en un área de exhibición ubicada en el pabellón 20 y votar a su favorito. El ganador de este año se conocerá el 10 de febrero y la innovación del año saldrá de estas 10 nominaciones.

■ BROCOMOLE ¿Y SI? DE BOUQUET Anecoop, España - pabellón 18, B-01

Una nueva alternativa de dip para los amantes del guacamole. El añadido de brócoli al guacamole reduce la huella de carbono en más del 50%, ya que cultivar brócoli requiere menos recursos hídricos. El brocomole está hecho con un 97% de brócoli fresco y aguacate. Es una fuente de fibra, vitamina C y potasio.
www.ysibouquet.com



■ TATAYOYO

Rijk Zwaan, Países Bajos - pabellón 1.2, D-13

Tatayoyo es la marca de pimientos con un sabor distinto y fuerte. Los pimientos son de un tamaño intermedio entre los pimientos en forma de bloque y los pimientos snack. Su sabor especial proviene originalmente de los pimientos silvestres. Ideal como copioso aperitivo.
www.rijkwaaan.com/tatayoyo



■ OR APPLE JUICE FILL UP Oranfresh, Italia pabellón 4.1, A-15

Máquina automática de autoservicio que suministra zumo de manzana recién hecho en botellas a partir de manzanas frescas, con una solución añadida de agua y ácido ascórbico (Vitamina C) para evitar la oxidación natural.
www.oranfresh.com



■ Q EYE SMART

Biometric, Italia
pabellón 4.1, B-31

Q Eye Smart es el único escáner completamente basado en una plataforma de inteligencia artificial, lo que permite una clasificación más precisa y automática de la calidad de la fruta. Su tecnología innovadora mejora sustancialmente todo el proceso de clasificación y asegura productos de primera calidad.
www.biometric.com/food-inspection-systems/optical-sorter-q-eye-smart



■ AVISOMO GROWTH STATION

Avisomo, Noruega - pabellón 3.1, A-10

La estación de crecimiento Avisomo es un sistema de cultivo vertical completamente modular, escalable, flexible y automatizable. Permite a los agricultores de todo el mundo producir cualquier cultivo sin modificar la infraestructura, en cualquier escala y grado de automatización.
www.avisomo.com



■ IDEAL MELONS

Syngenta Seeds, Países Bajos - pabellón 1.2, C-50

El concepto IDEAL Melons de Syngenta, con su función de indicador de cosecha, presenta una innovación pendiente de patente que señala la disponibilidad en cada paso: cuándo es ideal para cosechar, enviar, almacenar en los estantes y comer. La última novedad en melones ya está disponible.
www.syngentavegetables.com/brands/IDEALMelons



■ LEDFAN GREENHOUSE TOPLIGHT 2022 DESIGN

Food Autonomy, Hungría

pabellón 3.1, A-50
LEDFan permite ahorrar en costos de iluminación y calefacción a través de un diseño altamente eficiente que utiliza la pérdida de calor con ventiladores



controlados. La lámpara dispone de un sistema de control inalámbrico con posicionamiento BMS basado en cuadrícula y detección de fallas de luz.
www.foodautonomy.org/en/products/greenhouse-ledfan

■ DUTCH PREMIUM QUALITY VANILLA

Koppert Cress, Países Bajos
pabellón 3.2, C-01

Una gama exclusiva de vainilla holandesa premium de la variedad Planifolia, una especie de orquídea que forma vainas solo después de tres años. Esta vainilla es comparable a una uva moscatel semiseca: sin ser aún una pasa, es mucho más. En principio, se cultiva de la misma forma que la variedad negra, pero debido a que se recolecta mucho más tarde, el sabor es diferente.
www.koppertcress.com/en/travel-stories/super-vette-vanille



■ PFANNENSPARGEL

Märkische Höfe Beelitz, Alemania
pabellón 20, A-23

Trozos de espárragos verdes y blancos precocidos en su propio jugo listos para cocinar. Esto le proporciona un sabor más intenso con un período de conservación más largo. Ya sea como plato principal o como guarnición, los espárragos salteados se pueden combinar como se desee y preparar individualmente en poco tiempo.
www.spargel.farm/en/about-us



■ EVOLUTIONS

Packaging Automation, Reino Unido
pabellón 2.1, C-01

Mediante el empleo de las nuevas tecnologías Syncro de automatización de envasado, evolutionS optimiza cada paso necesario para sellar una tapa con precisión, fiabilidad y eficiencia. Se considera la máquina selladora de bandejas de un solo carril más avanzada desde el punto de vista técnico y con la velocidad más alta conocida actualmente.
www.pal.co.uk/tray-sealing-machines/evolutions
www.pal.co.uk/tray-sealing-machines/evolutions



Fruit Logistica, además de ser un punto de encuentro para desarrollar relaciones comerciales, es una plataforma que brinda la oportunidad para que las empresas del sector hortofrutícola presenten sus últimas novedades a nivel internacional. Desde variedades recién mejoradas hasta envases sostenibles, desde monitores de producción basados en datos hasta cultivos resistentes a plagas, los visitantes profesionales de la feria pueden descubrir muchos desarrollos novedosos.

Agroponiente mostrará su transformación en un operador internacional de primer nivel

El Grupo llega a la feria en un claro proceso de crecimiento y consolidación

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Grupo Agroponiente, como viene ocurriendo desde hace década y media, no falla a la cita de Fruit Logística y en esta edición la empresa almeriense volverá a tener un stand de 48 metros cuadrados, ubicado en el pabellón 8.2, en el área central del gran espacio expositivo berlinés.

El objetivo principal de la compañía es presentar ante el mercado hortofrutícola europeo y mundial todos los avances de la firma en un año con muchas novedades. Los asistentes al stand podrán recibir información a nivel operativo y estructural de Agroponiente, como la relativa a sus nuevas oficinas abiertas en Holanda, desde las que la empresa almeriense está atendiendo al mercado del norte de Europa de una manera más eficaz y directa.

Igualmente, los agentes internacionales podrán conocer la nueva estructura del Grupo, mucho más eficiente y globalizadora, con todos sus servicios y el grueso de su producción centralizado en Almería (España), pero con ramificaciones productivas y operacionales distribuidas por diversos países, tanto de Europa como de África, que ya trabajan a pleno rendimiento para consolidar la oferta global que la empresa se había marcado como objetivo. Junto a estos parámetros, Grupo Agroponiente contará al mundo los resultados de este proceso transformador que ya ofrece resultados concretos: su capacidad de producción y comercialización durante todo el año en óptimas condiciones y su amplitud en el porfolio de productos, tanto tradicionales (tomate, pepino, pimiento, calabacín, berenjena o judía) como frutas de temporada (melón, sandía) y tropicales, así como otras posibilidades en las que la compañía se está consolidando.

Y todo ello bajo una premisa que se ha convertido en una pieza fundamental dentro de la filosofía de Grupo Agroponiente: la transversalidad de la sostenibilidad en todos sus procesos y operaciones, como elemento clave para todos los actores de la compañía. El stand en Fruit Lo-



La compañía almeriense volverá a tener un stand de 48 metros cuadrados en el pabellón 8.2. / GRUPO AGROPONIENTE

Grupo Agroponiente aprovechará Berlín para presentar sus nuevas oficinas en Holanda

gística hará especial hincapié en trasladar que la empresa ha logrado inyectar la sostenibilidad como un elemento fundamental en todo lo que hace, desde la actividad productiva hasta la logística, pero pasando por todos los pormenores de su actividad. Una política de actuación que le ha llevado a reducir sus emisiones y su huella de carbono en más de un 50% en menos de un año y que ha transformado su estructura productiva y operativa.

En cuanto al stand, albergará una zona de reuniones abierta al público, un área de reuniones privada y un espacio para la exposición del producto, conservándose en sus mejores condiciones. Allí, una expedición compuesta por una quincena de profesionales expertos en el comercio internacional y perfectos conocedores del negocio y la producción, viajan con una cargada agenda de citas y reuniones profesionales, a fin de continuar con el proceso de claro crecimiento comercial que la compañía viene dibujando en el último año.

Al frente de dicha expedición estará el CEO de la compañía, Imanol Almudí, quien ha manifestado que “no cabe duda de que Fruit Logística es, en general, una cita muy importante para el mercado europeo y mundial hortofrutícola. Allí se dan cita cada año todos los operadores y agentes con intereses en este sector y se cierran numerosos contactos, operaciones, relaciones y planificaciones. En Grupo Agroponiente tenemos una amplia experiencia en cómo afrontar esta cita y en cómo aprovechar al máximo la labor allí desarrollada, para obtener rendimiento durante el resto del año. Sin embargo, en esta ocasión, Fruit Logística tiene una especial relevancia para nosotros, puesto que ha llegado el momento de poner en valor todo el trabajo realizado hasta ahora, con el objetivo de transformar la compañía en un operador internacional de primer nivel, un trabajo que ya ha dado resultados en cifras, iniciando un claro proceso de crecimiento y consolidación, que ahora toca trasladar a nuestros partners internacionales y, en general, a todos los operadores del mercado. Va a ser una feria muy importante para nosotros y la vamos a aprovechar como un elemento más de nuestro proceso de crecimiento y expansión internacional”.



Esta edición va a ser muy importante para la compañía almeriense. / GA

www.manzana-nules.com
ramon.manzana@manzana-nules.com
 C/Senda Mitjana 25 Apdo 66
 12520 Nules (Castellón)

CONCEBIDAS PARA CUIDAR LA FRUTA

Las heridas causadas por los alicates son uno de los principales causantes de los podridos, disminuyendo los resultados en las empresas citricolas. Nuestra gama de alicates **FRUIT CARE**, están diseñados para reducir el porcentaje de heridas.

Con la gama **FRUIT CARE** reduce un **64%** las heridas en la fruta

Hall 3.1 Stand C51
FRUIT LOGISTICA
 8/9/10 FEBRERO 2023, Berlín

Valencia Fruits donde y como quieras



Recibe **Valencia Fruits** cada semana.

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



El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

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

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

EMPRESA:

DE ACTIVIDAD: DNI/NIF:

CON DOMICILIO EN: CP:

CALLE: NÚMERO: TEL.:

E-MAIL:

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

BANCO/CAJA: IBAN Nº

Firma

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