

## 3 Hortalizas

La reducción de la oferta hortícola favorece la subida de cotizaciones

CITROSOL  
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

Más información en pags. 9 Dossier y en contraportada

## 9 Trasvase

El BOE publica los planes hidrológicos con el recorte del trasvase Tajo-Segura

# valencia fruits

14 de febrero de 2023 • Número 3.013 • Año LXI • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La siembra de melón y sandía en los invernaderos almerienses registra cierto retraso respecto a las fechas de otras temporadas. / ARCHIVO

## Almería espera una campaña con menos superficie de melón y sandía

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. Según señala el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, la campaña de primavera almeriense se prevé con una menor superficie de melón y de sandía que el ejercicio precedente por la decisión de algunos agricultores de suprimir la temporada de primavera a favor de

un único ciclo de cultivo. Por otro lado, se observa que la siembra de estos productos en invernadero está sufriendo un retraso.

Entre los factores que están afectando tanto a la reducción de superficie, como al retraso de los cultivos de melón y sandía, se encuentran los elevados precios registrados por pimiento y pepino

esta campaña. Ante estas cotizaciones, los productores buscan maximizar la rentabilidad de los cultivos de otoño. También influye el desalentador resultado económico obtenido la pasada temporada.

En la localidad de Nijar ya se ha empezado la siembra de sandía, pero en el Poniente las

siembras serán más tardías. Las primeras estimaciones de la campaña de primavera realizadas por el sector almeriense apuntan hacia una menor superficie de sandía extratemprana y temprana y cierta concentración en la producción tardía.

Más información en página 9

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



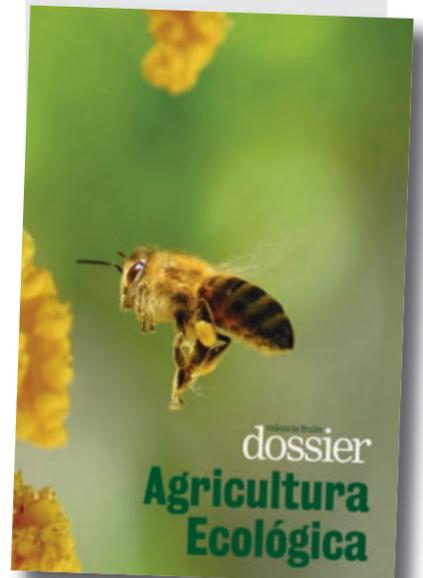
### Esta semana

3 Aragón exportó 168 millones de kilos de fruta durante el ejercicio 2022



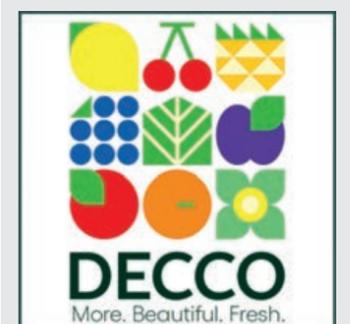
4 "Sol y frío en Berlin". Primeras impresiones sobre Fruit Logística 2023

6 "Los valores también cuentan", artículo de opinión de Cirilo Arandis



#### ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	9
Agrocotizaciones:	11
Noticias de empresas:	15



**tango**  
FRUIT  
SEEDLESS  
tangofruit.es

valencia  
**fruits**

**Fundadores**

JOSÉ FERRER CAMARENA  
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

**Presidenta**

ROCÍO FERRER ORTIZ

**Vicepresidente**

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

**Gerente**

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

**Director**

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

**Redacción**

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

**Red de corresponsales**

■ corresponsales@valenciafruits.com

**Preimpresión**

RAFAEL CABO CORTELL

■ preimpresion@valenciafruits.com

**Administración**

**y Suscripciones**

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ suscripciones@valenciafruits.com

**Publicidad**

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

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



**SUCRO**

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: IMPRICA

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

**Empresa Asociada:**



**Tribuna Abierta**

# Liderazgo de la mujer rural

Por GONZALO GAYO

**N**ecesitamos el liderazgo de las mujeres rurales para conquistar el futuro de una agricultura que ofrecerá grandes oportunidades a las futuras generaciones ante la creciente demanda mundial de productos alimenticios de calidad. Necesitamos de su sabiduría para liderar un nuevo tiempo que nos permita recuperar el terreno perdido y las miles de hectáreas de tierras abandonadas. Necesitamos a los jóvenes dispuestos a tomar el relevo de una generación de agricultores que nos transmite el legado de una milenaria cultura agrícola mediterránea, forjada durante siglos.

Hay datos para la esperanza con la incorporación de jóvenes en la agricultura ecológica y su creciente actividad. La proporción de tierras agrícolas de la Unión Europea dedicadas a la agricultura ecológica crecen año tras año y ha aumentado más del 50% durante el periodo 2012-2020. España se sitúa entre los países líderes y donde con mayor claridad se refleja el empuje de las mujeres rurales. Cada año se incrementa de media un 5,7% la superficie de cultivo ecológico, según el último informe de mercado publicado por la Comisión Europea.

Otro de los pilares para la esperanza en la agricultura es el impulso y apoyo que las mujeres rurales van a recibir tras la aprobación del Plan de Promoción de las Mujeres Rurales de la Comunitat Valenciana 2023-2026, que recoge en detalle las líneas de actuación a implementar por la conselleria de Agricultura y dotado con 137 millones de euros.

De hecho, este primer plan marca un hito histórico en la lucha por la igualdad en el mundo rural y el empoderamiento de las mujeres, con la participación de administraciones, asociaciones y entidades agrícolas y del mundo rural valenciano. Este plan tiene como objetivos el reconocimiento y visibilización de las mujeres del ámbito rural, el fomento de su participación en los sectores económicos y la mejora en la calidad de vida, así como incentivar su formación y especialización. Se desarrollará en 376 municipios, que representan el 69,37% del total de los municipios de la Comunitat Valenciana y constituye el Espacio Rural Valenciano, con una población de 558.478 habitantes, de los cuales 275.245 son mujeres (49,28%) y 283.233 son hombres (50,72%). Sus habitantes representan el 11,4% de la población total de la Comunitat y una densidad de población de 34,2 hab/km².

El plan combatirá la discriminación sufrida por las mujeres en el espacio rural, lo que sin duda contribuirá en la construcción de una sociedad más justa con todos. No podemos prescindir del talento y del esfuerzo de las mujeres



Huerta de Valencia. / GONZALO GAYO

rurales. Sin embargo, las condiciones específicas del medio rural han provocado que las mujeres que lo habitan padezcan profundas desigualdades por partida doble, la de ser mujer en un entorno en el que los roles de género están fuertemente marcados y, por otra, la de vivir en un entorno que limita sus oportunidades laborales, dificulta el acceso a los servicios básicos y de calidad y mantiene en claro desequilibrio su participación en los órganos de decisión.

Hay que dar la batalla en el entorno rural para erradicar la brecha de género ya que es todavía más profunda que en el entorno urbano y requiere de recursos y el esfuerzo de todos. Y afortunadamente tenemos un plan.

Necesitamos que las mujeres sean rescatadas del olvido para ocupar el lugar en la historia que les pertenece. Aunque queda mucho camino por recorrer, debemos apostar por avanzar hacia una sociedad valenciana donde las mujeres rurales tengan un papel protagonista, impulsando todas aquellas iniciativas que favorezcan un cambio de mentalidad, de costumbre, de cultura, en nuestra sociedad en general y en el medio rural en particular, de forma que se haga más visible y se reconozca el papel de las mujeres.

Uno de los ejes más importantes de este plan, que se puede consultar en la página web de la conselleria de Agricultura, es visibilizar y ayudar a las mujeres rurales en la lucha por la igualdad

de oportunidades. En el entorno rural, la brecha de género es más profunda que en el entorno urbano. Con este plan se persigue también implementar políticas que impulsen la incorporación de las mujeres a los sectores económicos del ámbito rural, mejorando sus condiciones de vida, reconociéndolas profesionalmente y fomentando su participación en los órganos de decisión. Necesitamos más mujeres liderando organizaciones de agricultores y en sus sectoriales, en las cooperativas, empresas agroalimentarias, entidades financieras y en la política. Necesitamos de tanto talento desaprovechado que nos permita conquistar el futuro. Necesitamos combatir entre todos la precariedad laboral, la falta de oportunidades, la invisibilidad y la ausencia de reconocimiento, tanto social como económico en su trabajo.

Datos para la esperanza, los hay. De hecho, se constata que la participación de las mujeres en el sector agroecológico como empresarias sigue creciendo y alcanza en la actualidad el 30%, siendo proporcionalmente mayor que en la agricultura convencional, con un 25%, contribuyendo a frenar la despoblación.

Sin embargo, queda mucho por avanzar y de ahí la necesidad de este plan así como de una mayor concienciación de la sociedad en su conjunto. La presencia de las mujeres en puestos de responsabilidad en las cooperativas agroalimentarias valencianas apenas ha ido aumentando y alcanza una presencia en puestos de decisión, consejeras y directoras, del 6,21% y el 13,41% respectivamente.

El I Plan de Promoción de las Mujeres Rurales de la Comunitat Valenciana 2023-2026 es sin duda una gran oportunidad y un acierto para avanzar hacia la igualdad que nos permita conquistar el mejor futuro de la agricultura para las próximas generaciones con el liderazgo de las mujeres y el talento de todos. El plan está diseñado sobre cuatro ejes de actuación que se desarrollan en 12 líneas prioritarias, agrupadas en 28 medidas previstas para la consecución de los objetivos establecidos, y 83 acciones que reflejan las actuaciones específicas a ejecutar durante la vigencia de este con una dotación de 135.750.000 euros. Como dice el Plan, las mujeres que habitan en el medio rural valenciano son esenciales para conseguir un desarrollo sostenible del Espacio Rural Valenciano lo que supone una garantía de viabilidad, identidad y de progreso para el conjunto de la sociedad valenciana. Por tanto, es necesario reconocer y poner en valor la importancia de este colectivo con gran trascendencia cultural, económica y social y difundir su inestimable contribución. Por el bien de todos.

**LA PLANTA BAJA**

LUISFU



# Agrocomercio

## La reducción de la oferta hortícola favorece la subida de cotizaciones

Los precios en origen se han mantenido en valores elevados durante la primera parte de la campaña

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las cotizaciones de los productos hortícolas andaluces registran un nuevo ascenso en la semana 5 (del 30 de enero al 5 de febrero) debido a la contención de la oferta provocada por las temperaturas invernales. Según el informe del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, la primera parte de la campaña hortícola se ha saldado con una producción inferior a la registrada en el periodo 2021/22 debido a la inestabilidad meteorológica experimentada en el suroeste andaluz. Esta menor oferta ha favorecido que los precios en origen se mantengan en valores muy elevados durante gran parte de la temporada. No obstante, los costes de producción también son más elevados que en campañas anteriores, especialmente los de energía y carburantes.

En cuanto al análisis de las diferentes producciones en invernadero, el Observatorio de Precios y Mercados señala que el volumen de pimiento comercializado por las alhóndigas almerienses en la quinta semana del año se mantuvo en valores similares a la precedente, mientras que la cotización media del producto se incrementó cerca de un 30%. En el arranque de febrero, la oferta de pimiento en las alhóndigas almerienses disminuyó entre un 30-35% respecto a las cifras de fechas similares de la pasada campaña.

El precio registrado por el California amarillo, con 2,19 euros/kg, el más alto de los tipos analizados, se debe a su descompen-



El tomate continúa la escalada de precios en el inicio de febrero. / ÓSCAR ORZANCO

### La inestabilidad meteorológica ha derivado en un descenso de producción

sación respecto al resto de colores del pimiento California. Su volumen es limitado durante los meses fríos y los calibres necesarios para el envasado en formato tricolor, el más demandado por los mercados internacionales, resultan escasos.

Las reducidas cotizaciones del California verde, con 0,67 euros/kg, se deben al incremento de su oferta y al amplio rango de calidades y calibres propios

de las últimas recolecciones de los ciclos de otoño, que rebajan el precio medio del producto.

En cuanto al tomate, continúa la escalada de precios durante el inicio del mes de febrero. El precio medio en origen del producto se incrementó un 38% respecto a la semana precedente. La entrada de género a las alhóndigas no presenta oscilaciones significativas, pero el volumen ofertado es reducido. El volumen comercializado en la semana 5 alcanzó, según estimaciones del sector, valores entre un 20-25% inferiores a los registrados en las mismas fechas de la pasada campaña y en el global de la campaña entre un 2-5% por debajo de la temporada precedente.

En el panorama internacional destaca la reducción de las exportaciones bajo contingente de tomate marroquí, un 10% por debajo de la pasada semana, y la menor presión de la producción de Turquía, ambos países afectados por las condiciones meteorológicas invernales.

Según el Observatorio de Precios y Mercados, el precio medio del pepino se incrementó cerca de un 40% impulsado por la mayor cotización de los tipos Almería, francés y corto. El volumen comercializado no presenta variaciones notables respecto a la semana precedente, pero sí respecto a las mismas fechas de la campaña anterior, entre un 20-25% inferior.

Las bajas temperaturas vividas hasta mediados del mes de enero han pasado factura a este producto, observándose una elevada proporción de frutos de calibres pequeños. No obstante, la limitada oferta y la escasa competencia de otros países productores están impulsando las cotizaciones en origen.

La oferta de pepino Almería disminuirá paulatinamente en las próximas semanas, debido a la progresiva retirada de los trasplantes tempranos e intermedios en Almería y Granada.

En calabacín, el precio medio se incrementó en la semana 5 de forma moderada respecto a la precedente; mientras que el volumen comercializado mejoró levemente gracias a los mayores niveles de radiación y a la entrada en producción de nuevas plantaciones. A pesar de ello,

la disponibilidad de producto es limitada.

Por otra parte, las exportaciones de calabacín marroquí bajo contingente descendieron un 13% respecto a la semana precedente, favoreciendo el interés por el producto andaluz.

Los resultados económicos provisionales del calabacín durante el mes de enero indican que el producto ha obtenido un precio medio mensual próximo a 0,77 euros/kg, valor notablemente inferior al obtenido en la pasada campaña (1,35 euros/kg), donde la borrasca Filomena redució notablemente la producción de esta hortaliza.

Por último, el precio medio en origen de la berenjena se incrementó cerca de un 50% respecto a la semana precedente. El volumen comercializado en las alhóndigas, a pesar de mejorar ligeramente respecto a la anterior semana, continúa siendo escaso. Ante la falta de producto, las comercializadoras han vuelto a realizar compras de producto en las alhóndigas para cumplir con los compromisos establecidos con sus clientes, circunstancia que ha elevado considerablemente el precio del producto en las pizarras. El balance económico provisional de la berenjena durante el mes de enero indica un precio medio mensual aproximado de 0,90 euros/kg, frente al valor de 0,97 euros/kg registrado en enero de la pasada temporada. El volumen comercializado podría oscilar entre un 5-10% por debajo del alcanzado durante el pasado ejercicio.

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El sector agroalimentario, y en especial el hortofrutícola, es uno de los más estratégicos para la economía de Aragón. Esta comunidad exportó en el ejercicio 2022 frutas, hortalizas y legumbres por valor de 254 millones de euros, lo que equivale a 168 millones de kilos, según los últimos datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

El pasado año, la provincia de Zaragoza se situó a la cabeza en este tipo de exportaciones, con casi 103 millones de euros facturados; Huesca sumó 131 millones y Teruel se quedó en unos 21 millones de euros.

Con motivo de la participación de Aragón en Fruit Logística, el Gobierno aragonés ofreció los datos de exportación correspondientes a 2021 que solo en fruta fueron 151.576 toneladas.

Ese año la nectarina fue la fruta de hueso más vendida en el exterior con 50.779 toneladas; la cereza también gana terreno

## Aragón exportó 168 millones de kilos de fruta en 2022

La facturación del sector hortofrutícola de la comunidad ascendió a 254 millones de euros en el pasado ejercicio

y suma 12.388 toneladas anuales en exportaciones, alcanzando un volumen de facturación de 1,8 millones de euros, según Aragón Exterior. En 2022 esta cifra se quedó en 1,4 millones debido en gran parte a las heladas.

### ■ ZONA ORIENTAL DE ARAGÓN

Por otro lado, las exportaciones a terceros países que realizan las empresas agroalimentarias del área oriental de Aragón, limítrofes con Cataluña, ya se suman al conjunto de ventas al exterior de la comunidad. Esto no sucedía hasta ahora, porque la falta

de una oficina de inspección en la comarca de La Litera obligaba a realizar los trámites en Lérida, por lo que las cifras computaban en Cataluña, restando así valor a la cantidad total de las exportaciones agroalimentarias de la comunidad de Aragón.

Afectadas por esta circunstancia se encontraban las ventas a terceros países de porcino, principalmente a China, alfalfa deshidratada, vacuno, pollos y fruta dulce. Unas producciones que salen de la comunidad hacia los países terceros a través de los puertos catalanes de Tarra-

gona, Barcelona y de Algeciras (Andalucía).

Ahora el área funcional de Agricultura ha comenzado a prestar servicios de inspección y emisión de certificados de exportación en la zona oriental de la provincia de Huesca.

En estos momentos son dos los funcionarios que se desplazan desde Zaragoza una vez por semana hasta el Local Autorizado para Mercancías de Exportación con el que cuenta la Terminal Intermodal de Monzón, para realizar los controles físicos y de identidad que es necesario cum-

plimentar de forma presencial. El resto de los días de la semana el servicio de control documental se presta de forma telemática.

Se trata de una demanda que ya habían expresado los operadores que planteaban que dicho servicio podría estar situado en la propia comarca de la Litera, bien en Binéfar o en Tamarite, donde está prevista la puesta en marcha de una nueva plataforma logística que supondrá una inversión de 350 millones de euros para el transporte de productos de origen agrícola y cárnico frescos.

En dicha área existe una alta demanda de este servicio de inspección de la industria agroalimentaria de la zona con un importante componente de exportación a países que se encuentran fuera de las fronteras de la Unión Europea. De hecho, durante el año 2021 se han producido alrededor de 20.000 operaciones de este tipo de exportaciones.

■ A 11 DE FEBRERO

## Exportados 266.485.366 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2022/2023, a 11 de febrero, se han enviado a países terceros, en exportación (266.123.615) y reexportación (361.751), un total de 266.485.366 kilos según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2021/2022, a 12 de febrero de 2022, lo exportado eran 290.854.135 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 22/23		Campaña 21/22	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	782.267		276.147	989
Angola	49.155		73.455	
Arabia Saudita	4.281.915		7.742.097	
Argentina	689.819		811.328	
Argelia		3.518		
Armenia	9.127		15.971	
Australia			142.200	
Bahrain	131.397		80.102	
Bielorrusia	19.350		926.273	4.950
Bosnia-Herzegovina	522.316		260.151	
Brasil	8.113.500		7.296.382	
Burkina Faso			5.753	
Cabo Verde	199.172	11.824	195.405	22.614
Canadá	24.787.010		27.980.401	
China	224.463		126.222	
Colombia	663.231		490.828	
Congo (República)	2.995			
Corea del Sur	176.562		78.710	
Costa de Marfil	73.354	3.952	69.513	24.452
Costa Rica	776.261		732.575	
Curaçao	190.381		211.794	
Ecuador	347.637			
El Salvador	241.676		147.435	
Emiratos Árabes Unid	3.270.633		3.984.966	
Estados Unidos	1.393.857		517.814	
Gabón	5.320		53.408	
Ghana	32.515		130.073	
Gibraltar	184.277	15.753	181.030	13.726
Gran Bretaña	151.821.333	72.005	162.029.970	82.973
Guatemala	280.867		111.148	
Guinea			6.555	4.003
Guinea Ecuatorial	139.588	32.818	162.039	55.441
Guinea-Bissau	9.520	3.150	5.240	
Honduras	318.567		202.145	
Hong-Kong	334.113		191.979	
Irlanda	31.051		67.897	
Islandia	617.776		650.204	
Kazajistán	895		959	
Kuwait	438.457		190.319	
Liberia	22.032	1.346	11.004	
Malasia	170.555		356.379	
Mali	17.519	7.520	16.757	6.795
Mauritania	2.934	1.126	4.026	12.674
Moldavia	254.951		345.975	41.488
Nigeria	197.720		168.165	
Noruega	25.981.807	8.806	27.083.573	640
Omán	289.679		392.438	
Panamá	944.093		702.153	
Qatar	786.924	1.120	1.734.774	
Rep. Centroafricana	27.867	53.325	25.160	118.455
Senegal	12.147		9.757	60
Serbia	768.917		1.152.665	
Sierra Leona	6.609		7.028	
Singapur	23.708		69.329	
Sri Lanka			47.884	
Sudáfrica	893.087		1.474.419	
Sudán			14.080	
Suiza	32.804.342	145.489	37.702.840	104.472
Ucrania	1.495.057		2.816.006	6.529
Uruguay	233.311		70.997	
<b>Por variedades (Kg):</b>				
Clausellina	238.502	960	304.605	800
Satsuma	10.823.665		13.743.133	198
Clementina	76.467.864	24.340	86.241.424	11.027
Clementina con hoja	9.282.802	2.320	9.870.367	769
Clemenvilla	5.383.883		5.492.061	
Hernandina	657.401		879.349	
Fortuna			131.772	
Mineola			15.326	
Ortanique	3.112.688		2.655.973	
Ellendale	7.590		70	
Otras mandarinas	24.625.711	16.654	20.662.638	10.734
Uso industrial	43.200		268.652	
Nadorcott	6.309.649	6.600	7.192.562	32.097
■ TOTAL MANDARINAS	136.952.954	50.874	147.457.931	55.624
Navelina	55.555.231	2.457	62.231.180	31.596
Navel	8.208.467	6.735	9.942.768	2.897
Navel Late	605.127	1.731	544.617	4.090
Lane Late	9.898.698		6.631.937	
Salustiana	3.768.798		5.846.700	9.368
Cadenera	6.042		27.065	
Sanguina	69.432		148.838	
Sanguinelli	149.175		290.359	
Valencia Late	206.545	49.422	293.099	169.230
Verna	116.517	1.420	1.002.098	7.144
Otras	7.815.195	66.343	5.312.078	60.633
Uso industrial	133.880		108.090	
Navel Powel	138.958		189.294	
Barberina	40.196		147.245	
■ TOTAL NARANJAS	86.712.261	128.107	92.715.367	284.957
■ TOTAL LIMONES	39.326.506	171.821	47.242.391	152.121
■ TOTAL POMELOS	3.102.444	10.949	2.912.258	7.498



Fruit Logística 2023 ha recibido la visita de profesionales y expertos procedentes de 140 países. / RF

## Sol y frío en Berlín

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN. La reciente edición de Fruit Logística 2023 ha sido la que ha recuperado cierta normalidad para la feria berlinesa: fechas habituales, sin restricciones sanitarias y con el sector en alerta por la coyuntura geopolítica y las consecuencias económicas y agronómicas tanto de la situación mundial como del cambio climático que trastoca todo.

En este año en el que muchas empresas (sobre todo de la Comunitat Valenciana) han decidido acudir como visitantes en vez de como expositores la presencia de España ha sido, como siempre, la más numerosa y la que más extensión ocupa en la feria. La semana próxima Valencia Fruits dedicará un extenso dossier a la feria, pero no queríamos dejar de plasmar las primeras impresiones.

La edición de Fruit Logística 2023 ha sido la que ha recuperado cierta normalidad para la feria berlinesa

En una primera impresión, el sector hortofrutícola español se siente satisfecho de los resultados obtenidos en el certamen

En una primera impresión podemos comentar que el sector hortofrutícola español se siente satisfecho de los resultados obtenidos en la feria. Muchas visitas de profesionales que ayudarán a nuevos negocios y muchos reencuentros después de unos años atípicos marcados por la pandemia.

Como siempre, sale a relucir la complementariedad o no con la feria Fruit Attraction que se celebra en Madrid. El sector cada vez tiene más claro que ambos eventos son necesarios, pero la inversión que realiza en una u otra se balancea según las fechas de sus respectivas campañas. La presencia es imprescindible y el stand es lo que se cuestionan.

Comunidades como la Región de Murcia han batido su récord de empresas presentes en

Berlín y otras como Andalucía y la Comunitat Valenciana han mantenido una elevada presencia en la feria, contribuyendo, como decíamos a que España sea uno de los países estrella en Fruit Logística. Si no el más importante.

Pero no podemos olvidar el enorme peso del hemisferio sur y de África en general. Los pabellones de Latinoamérica y de países ribereños como Marruecos o Egipto han estado especialmente concurridos y han despertado el interés de muchos visitantes. Las propuestas de estos países son una alternativa cada vez más

potente en el mercado internacional. Como contraestación o en clara competencia con el sector europeo.

La innovación siempre está presente en esta feria, que esta vez nos recibió con las bajas temperaturas de siempre, pero con sol, para variar. Desde las nuevas propuestas agronómicas hasta la maquinaria, pasando por nuevos modelos comerciales, la feria Fruit Logística es la cita irrenunciable para ver, dejarse ver y aprender. La semana que viene profundizaremos en nuestro dossier de Valencia Fruits. No se lo pierdan.

## 30 años después



Ha concluido la edición 2023 de Fruit Logística, un año en el que se celebraba el 30 aniversario de una de las ferias de referencia del sector hortofrutícola de Europa, descendiente directo del Fresh Produce Forum. Los efectos del cambio climático, el agua y la inflación han sido temas dominantes en un evento que ha aglutinado a cerca de 2.600 expositores de 92 países, con España en un puesto destacado en cuanto a superficie y número de expositores: un total de 279 expositores distribuidos en unos 11.000 metros cuadrados de superficie.

La feria de Berlín ha centrado su foco en temas actuales e innovadores como la búsqueda de nuevos sistemas de cultivo menos dañinos hacia el medioambiente, la aplicación de la inteligencia artificial en la agricultura y la progresiva desertización de regiones tradicionalmente agrícolas son temas preferentes que se debatieron en diferentes foros.

Esta edición de Fruit Logística ha ocupado 27 pabellones del recinto ferial berlinés y, según sus organizadores, se ha contado con la mayor presencia internacional de la historia.

Junto a los 92 países expositores de todo el mundo se ha recibido la visita de profesionales y expertos de 140 países, de acuerdo con las cifras de la organización y a la espera del balance de visitantes.

La preocupación general del sector por los efectos del cambio climático y el agua era patente entre los expositores y representantes políticos procedentes de España.

Entre las buenas noticias para nuestro país, ese tercer puesto del Brocomole de Anecoop en los Fruit Logística Innovation Awards. ■

# ELIGE EL SENTIMIENTO

Nace la marca  
Naranja  
Valenciana



GENERALITAT  
VALENCIANA

TOTS  
A UNA  
veu



IGP Cítricos  
Valencianos



Naranja  
valenciana

## OPINIÓN

# Los valores también cuentan



Por CIRILO ARMANDIS (\*)

Por las instalaciones de mi cooperativa pasan al cabo del día infinidad de personas. No en vano, es uno de los principales centros de actividad económica de la localidad, además de un punto de referencia de la vida social del pueblo. Ya sean trabajadores, socios, proveedores o simplemente vecinos pasan por esta casa, llenando de vida un entorno que para ellos, por unas causas u otras, es uno de sus principales referentes. De normal, la climatología y la evolución de la producción de los distintos cultivos, así como el desarrollo de las distintas campañas comerciales, suelen ser los principales temas de conversación, además de cuestiones de actualidad que marcan la vida cotidiana de una zona que obtiene buena parte de sus ingresos en el desarrollo rural.

A las fechas que nos encontramos, la mayoría de las campañas comerciales de nuestros cultivos más significativos ya han dejado ver cuál será su resultado final. Así, la merma de la producción en caqui o en cítricos por cuestiones climáticas, y que la consecuencia de ello está siendo precios unitarios mejores que en campañas anteriores, aunque aplicados a menos kilos, deberían de ser los comentarios normales. Además de los consabidos como las importaciones ventajosas de las producciones de países terceros, la ausencia de reciprocidad, las cada vez mayores exigencias medioambientales, la ausencia cada vez más de productos fitosanitarios eficaces o la creciente dificultad en la gestión de las ayudas. Pero en esta semana el tema recurrente de conversación ha sido qué iba a pasar en el acto de protesta que la afición del Valencia Club de Fútbol organizó el pasado sábado antes del partido frente al Athletic Club de Bilbao. No olvidemos que alguno de los más significados jugadores en la historia de este equipo ha nacido en la localidad y es socio de la cooperativa.

No es que me haya equivocado de tribuna y vaya a hacer una crónica deportiva, pero el hecho viene a ilustrar un claro ejemplo de lo que puede ocurrir cuando capital lejano de la idiosincrasia propia del entorno toma las riendas de un proyecto, cuando el centro de las decisiones y la identidad del entorno tienen poco que ver. Tampoco voy a hacer un recopilatorio de la situación de ningún equipo de fútbol, pero lo que sí es cierto es que, en el caso del equipo de fútbol del Valencia, en la actualidad, los intereses de su accionista mayoritario, que vive en Singapur, no tienen nada que ver con los deseos de sus accionistas minoritarios y aficionados en general. El caso de la llegada de capital lejano en el fútbol está plagado de controversias como la indicada. La polémica también surge, por ejemplo, cuando el principal sponsor publicitario es originario de países donde los derechos



Capital foráneo ha llegado el sector hortofrutícola de la mano de los ya populares fondos de inversión. / ARCHIVO

**“Es hora de reivindicar la acción del sector cooperativo, que lejos de ser un proyecto empresarial de menor consideración, es capaz de ser líder mundial en ciertos ámbitos, y de ser proveedor de los principales destinos comerciales pero, además, con un compromiso social, territorial y medioambiental evidente. No cabe duda de que el mercado es abierto y que cada uno tiene sus potencialidades, pero pocas opciones empresariales pueden adquirir un grado tal de implicación como lo hace el sector cooperativo, en el triple compromiso de la sostenibilidad, ya sea en el plano económico, social y medioambiental. A fin de cuentas, la razón de ser de una cooperativa, además de sus clientes, son sus socios y su entorno. Quizás por ello cada vez tenemos más cooperativas centenarias”**

humanos son, cuando menos, percibidos de modo distinto a nuestra sociedad occidental.

De un tiempo a esta parte, capital foráneo ha llegado a nuestro sector hortofrutícola de la mano de los ya populares fondos de inversión. La llegada de capital extranjero, ya sea por la procedencia geográfica o por el origen financiero, en sí mismo, es un hecho positivo, pues suele ser sinónimo que el sector receptor tiene un buen potencial económico y un futuro prometedor, ya que, a priori y fondos buitre aparte, es poco atractivo invertir capital en negocios con un alto grado de riesgo. De otro lado, la llegada de capital suele revitalizar la actividad económica, generar empleo y riqueza, además de una industria auxiliar que debe de proveer de materia prima al nuevo escenario inversor. En principio todo son ventajas, y es por ello que cualquier político se jacta cuando cualquier propuesta de nuevos inversores y la creación de nuevas empresas llega a la puerta de su despacho. Y por supuesto, cualquier proyecto e iniciativa de este tipo es legal y legítima.

Sin embargo, y pese a todo lo dicho, lo que acontece con estos anuncios en el sector de la producción y de la industria agroalimentaria, suele ser motivo de preocupación. Paralelamente a la oportunidad de negocio que supone el tener que producir comida para ser suministrados a una población mundial cre-

ciente, nos preocupa el hecho que países como China, o magnates como Bill Gates, estén haciendo acopio ingente de tierras de cultivo alrededor del mundo. Garantizar el recurso de la tierra para producir alimentos suficientes para los ciudadanos de su país, dirán los chinos, o simplemente negocio, dirá el magnate informático, está condicionando los hábitos de consumo a través de medidas campañas de difusión en medios influyentes. Podemos quedarnos sin fútbol, nuestro equipo puede descender de categoría, incluso podemos cerrar los ojos a la vista de la procedencia de la publicidad que criticamos en otros ámbitos, pero que también nos manejen en lo que comemos, cuánto y a qué precio, y si es que hay para todos, es una cuestión que hay que tener presente.

En nuestro sector, y en nuestro entorno más próximo, quizás con letras no tan mayúsculas como las descritas, también estamos inmersos en un contexto cuyo análisis es conveniente. El hecho, más allá de los matices concretos de cada caso, es que fondos de inversión han aterrizado en varias de las principales firmas del sector. Señeras firmas de toda la vida han optado por vender parte de su accionariado, a veces concentrado y a veces disperso en varias generaciones de una misma familia, a inversores cuyo afán prioritario es la rentabilidad de su inversión. Y repito, que

es algo legal y lícito, pero que en nuestro sector conlleva una serie de connotaciones que es seguro que pasarán bastante desapercibidas para quien viene de fuera. Y es que la agricultura, en nuestro territorio, es algo más que un negocio. Más que un modo de vida, es un modo de entender la vida y la sociedad. También es un negocio, pero cuyos rendimientos dejamos aquí, y no viajan lejos como reinversión de la venta o como beneficio empresarial.

Los fondos de inversión se pueden definir como una gestión colectiva de inversores de todo tipo que, de otro modo, no reunirían capital suficiente para realizar cierto tipo de inversiones. Son de origen diverso, y de procedencia que abarca amplias áreas de la economía, o simplemente fondos soberanos de países de distinta organización política y social. En nuestro sector, los nuevos inversores han optado por generar un escenario mixto, en el que prima su producción propia y compran al agricultor de toda la vida lo que necesitan, si es que lo necesitan. Así, en el campo se está generando un triple escenario, bien sea la producción propia de las empresas, bien sea la de los socios de cooperativas y organizaciones de productores, o bien sea la de aquellos productores que de modo individual afrontan las dificultades de un escenario cada vez más complicado y hostil.

En un contexto en el que el dinero estaba muy barato, y en el que los bancos cobraban por los depósitos en lugar de pagar intereses, nuestro agro, y en especial la comercialización, ha sido una propuesta atractiva. El escenario global es convulso y creo que pocos, por no decir nadie, sabe qué va a pasar en un futuro próximo. Consecuencia de ello será el nuevo contexto económico y el de las oportunidades de negocio que de él se deriven. Así, es oportuno pensar qué pasará cuando las inversiones estén amortizadas, y qué pasará si en el escenario financiero aparecen oportunidades más atractivas. No ya por lo que le pueda pasar a cada empresa, pues son sus decisiones con sus riesgos, sino qué pasará con los productores, los que todavía no hayan abandonado, y con el tejido productivo de pequeñas y medianas empresas de nuestro entorno. Mientras algunos ámbitos económicos están de vuelta de la deslocalización de sus producciones, quien sabe si dentro de poco, los mismos fondos invertirán en producciones en lugares con costes de producción más atractivos.

En un mercado tan amplio, pero a la vez tan concurrido, como es el de nuestro sector, es seguro que hay sitio para todos y oferta para todo tipo de consumidores. Pero quizás sea el momento de poner en valor a la empresa de toda la vida antes de que algunas desaparezcan por el influjo de grandes transatlánticos. La que trabaja aquí y para los de aquí. La que pueda garantizar que el origen del capital inversor no tiene un origen socialmente cuestionado. La que valoriza el esfuerzo de un estrato social muy definido como son los agricultores. La que reinvierte aquí, y no se va a nutrir cuentas bancarias lejanas por muy legal y legítimo que sea. Y es que, por todo ello, para quien opte por esta opción, no le va a costar ni un céntimo de euro más el consumir un producto de calidad.

Es hora de reivindicar la acción del sector cooperativo, que lejos de ser un proyecto empresarial de menor consideración, es capaz de ser líder mundial en ciertos ámbitos, y de ser proveedor de los principales destinos comerciales pero, además, con un compromiso social, territorial y medioambiental evidente. No cabe duda de que el mercado es abierto y que cada uno tiene sus potencialidades, pero pocas opciones empresariales pueden adquirir un grado tal de implicación como lo hace el sector cooperativo, en el triple compromiso de la sostenibilidad, ya sea en el plano económico, social y medioambiental. A fin de cuentas, la razón de ser de una cooperativa, además de sus clientes, son sus socios y su entorno. Quizás por ello cada vez tenemos más cooperativas centenarias.

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

# 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 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 \_\_\_\_\_

# La PAC impone en el campo una nueva cultura de riesgos laborales

La PAC vinculará en España el cobro de las ayudas al cumplimiento de las normas laborales desde 2024

► MERCEDES SALAS. EFEAGRO.

La Política Agraria Común (PAC) vinculará en España el cobro de las ayudas al cumplimiento de las reglas laborales desde 2024, lo que para los sindicatos y otros expertos supone una oportunidad para imponer en el campo una nueva cultura de la prioridad en la prevención de riesgos y de accidentes.

La PAC que ha entrado en vigor este año incluye la "condicionalidad social" de las subvenciones, lo que significa vincularlas al cumplimiento de una lista de normas laborales. De lo contrario, se penalizará con recortes de las ayudas del 3% al 100% en España, donde se aplicará en 2024. Esta condición social será obligatoria en el año 2025 en toda la Unión Europea.

Una innovación que los sindicatos celebran como logro y que los empresarios asumen, aunque desde las organizaciones agrarias lamentan que se esté "criminalizando" la imagen del agricultor, porque, dicen, ya existen convenios y herramientas que garantizan las buenas prácticas.

La agricultura emplea a 752.200 ocupados en España, según la Encuesta de Población Activa (EPA), que indica que en 2022 este sector registró un descenso de 86.900 trabajadores y una bajada del paro del 9,6%.

## ■ ¿UNA OPORTUNIDAD?

"La condicionalidad social es una oportunidad para implantar una nueva cultura de la prevención; implica que los agricultores incluyan la seguridad laboral en su lista de prioridades", declara el responsable de proyectos del Centro Internacional de Estudios Agronómicos Avanzados del Mediterráneo (Ciheam), Alun Jones.



El trabajo en el campo conlleva múltiples riesgos laborales, como los asociados con la maquinaria. / ÓSCAR ORZANCO

"Esto significa que van a tener que conocer con más profundidad sus obligaciones hacia sus empleados y también hacia ellos mismos, al tratarse de la protección laboral", ha añadido.

Alun Jones es el autor principal de un informe de la Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo que ha diagnosticado los múltiples riesgos laborales en el campo, como los asociados a la maquinaria, por el manejo de animales o los pesticidas.

Otro factor es la temporalidad y la diferencia formativa entre trabajadores temporales y fijos. Incluso al hablar de formación agrícola o ganadera, Jones apunta que la seguridad laboral "no es la materia prioritaria", si bien ha admitido que en España las cooperativas están contribuyendo a una mejora.

El responsable adjunto del sector agroalimentario de la Federación de Industrias de

La nueva PAC incluye la "condicionalidad social" de las subvenciones, lo que significa vincularlas al cumplimiento de una lista de normas laborales

CCOO, José Fuentes ha subrayado que la condicionalidad social es "un gran logro". No obstante, ha admitido que su aplicación "no va a ser fácil", pero sí necesaria para avalar la responsabilidad social corporativa (RSC) de las empresas que exportan los alimentos españoles y, además, ha opinado que la PAC debería haber recogido alusiones al trabajo de los inmigrantes.

Sin embargo, el vicepresidente del Comité de Organizaciones Agrarias y Cooperativas comunitarias (COPA-Cogeca), Pedro Gallardo (Asaja) ha apuntado que la condicionalidad "no puede ser impuesta" y que en España ya existen convenios

provinciales que regulan la relación entre empresarios y trabajadores.

"No se nos puede estigmatizar como si los empresarios estuviéramos incumpliendo y que se apliquen unos criterios que puedan suponer dejar de percibir un porcentaje de la ayuda como si fuéramos esclavistas", según señala Gallardo.

El vicepresidente del Comité de Organizaciones Agrarias y Cooperativas comunitarias (COPA-Cogeca) ha asegurado que en la actividad agraria ya se toman medidas para aminorar los riesgos laborales, como adaptar los horarios de cualquier recolección a los momentos de menos calor del día.

## ■ SINIESTRALIDAD ENMASCARADA

Un estudio de la Fundación Mapfre concluyó en 2020 que el segmento agrario se consideraba "de baja siniestralidad" por estadísticas que "enmascaran" la realidad y apuntaba que la mayoría de los accidentes mortales por vuelcos de tractor se podrían haber evitado con estructuras de protección bien utilizadas.

A escala de la Unión Europea, según el proyecto europeo SafeHabitat, "las estadísticas resaltan la peligrosidad de la agricultura y que la tasa de mortalidad es un 233% superior a la de otras actividades, mientras que el riesgo de accidentes es un 18% mayor".

## ■ DATOS POSITIVOS

Según Alun Jones, la condicionalidad social no es una nueva ley, porque son obligaciones ya existentes y, además, realzará la buena gestión de muchos agricultores.

"Debemos asegurarnos de que los buenos empresarios que cumplen las reglas y tratan bien a sus trabajadores no están en una posición de menor competencia (...) Se trata de evitar los abusos, que son pocos pero mediáticos", ha añadido.

"Hay muchos agricultores que cumplen, queremos que se regule para que los que no lo hacen no quiten prestigio al sector", según indica el representante de CCOO.

La digitalización puede mejorar la protección laboral y en ese sentido Jones ha citado ejemplos, como los trabajos de la Universidad de Córdoba con sensores para evitar los vuelcos de vehículos o el uso de drones para aplicar pesticidas en lugar de la utilización manual.

# Los mercados muestran interés por empezar a comercializar Lamb Hass

La escasa producción disponible este año y la elevada demanda ya está agotando la temporada de la variedad Hass

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) y la Asociación de Productores de Aguacates (Asoproa) instan al conjunto del sector —agricultores, operadores comerciales y cadenas de distribución— a "trabajar con seriedad y profesionalidad para lograr una campaña de la variedad de aguacate Lamb Hass sin prisas y con el óptimo grado de maduración de los frutos, de manera que los productores obtengan unos precios razonables y los consumidores

cubran sus máximas expectativas de frescura, sabor y calidad".

Según estimaciones de ambas entidades, el volumen de cosecha nacional es un 50% inferior respecto a la campaña anterior debido a la sequía y a la vejería del cultivo, mientras que en la Comunitat Valenciana la merma prevista es del 30%, pues registró más lluvias y la entrada en producción de nuevas plantaciones atenúa la disminución productiva global. Esta escasa oferta de aguacate y la elevada demanda de los mercados europeos ya

están agotando las ventas de la variedad Hass, cuya recolección se prevé que finalice en cuestión de días. En este sentido, a pie de campo se detecta que hay interés por adelantar el inicio del grueso de la comercialización de la variedad tardía Lamb Hass, la cual supone el 70% de la cosecha de aguacate en tierras valencianas.

Por ello, AVA-Asaja y Asoproa apelan a los distintos agentes de la cadena a "no precipitarse en la recolección. No debe llegar al mercado ningún aguacate que no alcance el 23% de materia grasa.



La variedad Lamb Hass supone aproximadamente el 70% de la cosecha de aguacate producido en tierras de la Comunitat Valenciana. / AVA-ASAJA

Si el consumidor va a pagar un buen precio, no podemos defraudar sus expectativas vendiéndole frutos verdes que no hayan madurado en el árbol lo suficiente. Además de acreditar una menor huella de carbono en comparación con importaciones foráneas transportadas desde miles de kilómetros, nuestro aguacate debe ser siempre garantía de calidad".

Las circunstancias de la presente temporada son bien diferentes a las de la pasada. 2022 fue la campaña de comercialización

más difícil hasta el momento del aguacate valenciano, con falta de demanda europea y menores precios en origen debido al desplazamiento ocasionado por las importaciones de Perú, las cuales acumularon alertas por excesivos niveles de residuos. AVA-Asaja y Asoproa insisten en llamar a la unidad de todo el sector para impulsar una estrategia capaz de diferenciar el aguacate de proximidad frente al tsunami de importaciones que se prevé en los próximos años.

# Agrocultivos

## Asaja estima una reducción del 15% en la superficie de melón y sandía

Incertidumbre es el calificativo que actualmente define la próxima campaña de primavera en Almería

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Para Asaja-Almería, incertidumbre es uno de los calificativos que actualmente mejor podrían definir la próxima campaña de primavera en la provincia, fundamentalmente por la reducción prevista en estos momentos en la superficie dedicada al melón y sobre todo de sandía, que podría rondar entre el 15 y el 20%.

Según una primera valoración de la organización agraria, la reducción se da principalmente en el Poniente almeriense. En la zona de Almería y Níjar, en general, se prevé un leve incremento en la superficie de sandía del 5-6% respecto a la campaña anterior, sobre todo por el insuficiente precio del tomate.

En lo que respecta a la fecha de siembra en la zona de Níjar, "encontramos explotaciones que han adelantado las plantaciones, incrementándose un 20% la extra temprana, manteniéndose la temprana y reduciendo la de ciclo medio en un porcentaje similar al aumento experimentado por los primeros trasplantes", explican desde Asaja-Almería.

El motivo de la caída inicial en los trasplantes en la provincia de Almería se puede explicar por el mantenimiento de las plantaciones de cultivos de otoño de pimiento, pepino, berenjena o calabacín, que han tenido un



La superficie plantada de melón y sandía dependerá de los precios hortícolas de las próximas semanas. / ARCHIVO

tramo final y un arranque de año con precios superiores a la media. "Esto habría motivado que muchos agricultores hayan decidido posponer o incluso prescindir de la siembra de melón o sandía, sobre todo teniendo en cuenta la mala experiencia de la pasada campaña en términos de rendimientos, y es que con la situación actual de costes no compensa quitar un producto

que en estos momentos aguanta en las pizarras", señala Adoración Blanque, presidenta de Asaja-Almería.

La organización destaca que, en cuanto al melón, disminuye considerablemente la superficie de los tipos Galia y Cantaloup, quedando como tipos más cultivados el melón Piel de Sapo y Amarillo. En estos momentos, la situación es imprevisible ya que

podrían producirse cambios en las decisiones a última hora, todo en función de cómo se mantengan las cotizaciones las próximas semanas. La situación de los precios va a ser determinante para la cosecha de melón y sandía, ya que aún estamos en fecha para los trasplantes en semillero, y en el caso de melón la siembra, aunque no es lo habitual, puede hacerse incluso de forma directa en

**Los buenos precios registrados en los cultivos de otoño han frenado el trasplante de melón y sandía**

la finca, por lo que podrían producirse cambios a última hora.

"También hay que tener en cuenta que los altos costes de producción de esta campaña están influyendo en la decisión de cambio de cultivo de los productores almerienses", apuntan desde Asaja-Almería.

En el caso del Levante, en lo referido a las producciones en cultivo al aire libre, se espera también una cierta reducción de superficie. En este caso el motivo principal es la falta de recursos hídricos garantizados, y ante la falta de lluvia, ya se prevén estos recortes en el número de hectáreas cultivadas.

En Asaja-Almería muestran su preocupación porque si no se produce una correcta planificación de las siembras se puede dar lugar a situaciones como la vivida la pasada campaña, con el agolpamiento de la producción y las consecuencias de hundimiento de precios en momentos trascendentales de la cosecha.

## El BOE publica los 12 planes hidrológicos con el recorte del trasvase Tajo-Segura

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

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Boletín Oficial del Estado (BOE) publicó el viernes la revisión de 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.

En concreto, los 12 planes afectan a la planificación hidrológica del Cantábrico Occidental, Guadalquivir, Ceuta, Melilla, Segura, Júcar, además de la parte española de los ríos compartidos con Portugal (Miño-Sil, Duero, Tajo, Guadiana) y con Francia (Cantábrico Oriental y Ebro).

Se trata del real decreto del Consejo de Ministros del pasado

**El Gobierno contempla que el caudal ecológico del río Tajo a su paso por Aranjuez (Madrid) suba de seis a siete metros cúbicos por segundo desde el 1 de enero de 2023, que pase a ser de ocho desde 2026 y que se eleve a 8,65 en el año 2027**

24 de enero, en el que se incorporó la propuesta del Gobierno que contempla que el caudal ecológico del Tajo a su paso por Aranjuez (Madrid) suba de seis a siete metros cúbicos por segundo desde el 1 de enero de 2023, que pase a ser de ocho desde 2026 y que se eleve a 8,65 en 2027.

Estos planes hidrológicos definirán la gestión del agua en España hasta 2027 y que, con el foco puesto en afrontar el cambio climático y la mayor recurrencia de sequías e inundaciones, suman más de 6.500 medidas que movilizarán 22.844 millones de euros de inversión para la modernización hidrológica en España.



Los planes hidrológicos definirán la gestión del agua en España hasta 2027. / ARCHIVO

Las medidas en ellos contenidas buscan mitigar el riesgo de inundaciones y sequías, contribuir a alcanzar los objetivos ambientales, proteger la biodiversidad y avanzar en adaptación ante el cambio climático.

Del total de inversión, 10.600 millones (46,7%) vendrán de la Administración General del Estado; el 36,3% (8.300 millones) correrá a cargo de las autonomías, otros 2.300 millones (10,2%) de la administración local y el 6,7% restante (1.500 millones) de otros agentes financiadores.

Las mayores partidas irán destinadas a infraestructuras de saneamiento y depuración (6.643 millones), regadíos (5.070

millones) y abastecimiento (2.260 millones).

A la gestión del riesgo de inundación irán 2.077 millones, la restauración y conservación del dominio público hidráulico recibirá casi 1.300 millones y en infraestructuras de desalinización y reutilización se invertirán casi 1.270 millones.

Otras actuaciones, como estudios generales y de planificación hidrológica, gestión y administración del dominio público hidráulico, redes de seguimiento e información hidrológica, mantenimiento y conservación de infraestructuras o recuperación de acuíferos, sumarán 4.228,9 millones de euros.

# Lechugas más grandes y respetuosas con el planeta

Neiker ha obtenido lechugas un 20% más grandes utilizando el sistema de cultivo biopónico

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El sector agroalimentario está experimentando una transición hacia sistemas productivos más saludables para el ser humano y más respetuosos con el medioambiente, reduciendo el uso de fitosanitarios químicos en la producción de alimentos vegetales. Gracias a la conciencia social de agricultores y agricultoras para impulsar el cuidado del planeta, se ha incrementado la sostenibilidad de los métodos productivos.

De hecho, cada vez son más los profesionales que optan por el uso de fertilizantes orgánicos y de cultivos hidropónicos, sistemas en los que las plantas crecen sin suelo gracias al aporte de una solución compuesta por agua y nutrientes a base de abonos minerales generados mediante reacciones químicas con sales, gases y otras sustancias inorgánicas. Al cultivo sin suelo que reemplaza el uso de abono inorgánico por fertilizante orgánico se le conoce como bioponía y supone un avance para la salud humana y medioambiental ya que reduce la huella de carbono.

En este contexto, el centro tecnológico Neiker, miembro de Basque Research and Technology Alliance (BRTA), ha obtenido lechugas un 20% más grandes utilizando el sistema de cultivo biopónico. Esta investigación se ha realizado en colaboración con dos empresas productoras de fertilizantes orgánicos y de bioestimulantes implantadas en Euskadi, Bio-bizz y AvanzaBio.

Con la bioponía se sustituyen los fertilizantes minerales



Los resultados de los ensayos han demostrado un aumento de tamaño de los vegetales cultivados. / NEIKER

por orgánicos, reduciendo así la emisión de CO<sub>2</sub> a la atmósfera. Y es que tal y como explica Patrick Riga, jefe de proyecto e investigador principal del departamento de Producción y Protección Vegetal de Neiker, “desarrollar abonos inorgánicos implica un gran impacto en la huella de carbono. Al elaborar un kilo de nitrato cálcico, un fertilizante muy común, se liberan 3,85 kg de dióxido de carbono a la atmósfera”.

## ■ PRODUCCIÓN MÁS SOSTENIBLE

Este sistema es más respetuoso con el medioambiente ya que libera nutrientes orgánicos y genera una solución rica en bacterias, levaduras y

La bioponía es un sistema que combina la hidroponía —cultivos sin suelos— con fertilizantes orgánicos en lugar de minerales y, entre sus principales ventajas, destaca la reducción de la huella de carbono y el incremento de la sostenibilidad

hongos, microorganismos que favorecen el crecimiento de las plantas.

Para dar con la combinación de nutrientes orgánicos adecuados y confirmar su eficacia, Neiker ha realizado durante dos años varios ensayos en sus invernaderos con plantas de lechuga de tipo batavia y de acelga tipo amarilla en un sistema de cultivo sin suelo en el que las

raíces han crecido en un sustrato orgánico a base de fibra de coco regado con una solución de abonos orgánicos y bioestimulantes mediante goteros.

Los resultados de los ensayos han demostrado un aumento de tamaño de los vegetales cultivados. “Tanto las lechugas como las acelgas producidas en un sistema biopónico son más grandes comparadas con las

que se cultivan en un hidropónico con abonos inorgánicos, un 20% más para las lechugas y un 13% más para las acelgas”, asegura Riga.

Además de generar productos de mayor tamaño, este método permite sustituir por completo los fertilizantes creados a base de reacciones químicas por los naturales y, por lo tanto, reducir la huella de carbono e incrementar la sostenibilidad de la producción de vegetales.

A partir de los resultados obtenidos, y de cara a fomentar el sistema biopónico en el sector, Neiker realizará ensayos para cultivar otros alimentos como el tomate o el pimiento. El centro tecnológico asesorará y acompañará durante todo el proceso a los agricultores interesados en probar este nuevo método.

## ■ FERTILIZANTES ORGÁNICOS

El uso de fertilizantes inorgánicos en la producción de alimentos vegetales es menos respetuoso con el medioambiente que la utilización de productos fitosanitarios y abonos orgánicos, de ahí la importancia de dar con alternativas, como la bioponía, que permitan su paulatina sustitución sin impactar en la rentabilidad de las explotaciones agrarias.

En este contexto, la Unión Europea ha establecido límites máximos de nitratos en vegetales de consumo y aboga por la aplicación de códigos de buenas prácticas agrícolas que limiten los niveles de contaminantes en los alimentos como la investigación llevada a cabo por Neiker.

# Aragón logra la acreditación para detectar *Xylella fastidiosa*

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El Laboratorio de la Unidad de Diagnóstico Fitosanitario del Centro de Sanidad y Certificación Vegetal del Gobierno de Aragón ha conseguido la acreditación para la detección de *Xylella fastidiosa* en material vegetal mediante la técnica PCR a tiempo real.

Dicha bacteria dañina está calificada por la Unión Europea como uno de los principales patógenos de cuarentena cuyo control es de gran importancia por afectar a numerosas especies vegetales, más de 300, entre los que se encuentran cultivos importantes para el sector agrícola aragonés, como vid, olivo, almendro o frutales.

El Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente realiza de forma continuada una importante labor de control del material vegetal con el fin de garantizar la



Árboles infectados por *Xylella fastidiosa*, arrancados para evitar su propagación. / JO

El Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente realiza de forma continuada una importante labor de control del material vegetal con el fin de garantizar la sanidad de los cultivos

sanidad vegetal. En el caso concreto de la *Xylella fastidiosa*, el Centro de Sanidad y Certificación Vegetal ha realizado en el último año un total de 5.600 determinaciones.

Aragón continúa libre de *Xylella fastidiosa* y en los últimos años la bacteria se ha detectado en Baleares, Comunidad Valenciana, Comunidad de Madrid y Andalucía.

La acreditación se une a la conseguida en el año 2021 por parte del Laboratorio de la Unidad de Semillas para la realización de los ensayos de conteo, pureza y germinación de semillas de cereales de trigo, cebada, centeno, triticale, avena y maíz.

Los daños de la *Xylella fastidiosa* varían mucho de unos hospedantes a otros, pero en general están asociados al estrés hídrico en mayor o menor grado —marchitez, decaimiento generalizado— y, en los casos más agudos, seca las hojas y ramas e incluso puede provocar la muerte de la planta.

Por esta razón, se creó el Plan de Contingencia Español en 2015 con el principal objetivo de evitar la introducción y la propagación de la bacteria en nuestro país.

Asimismo, se implantó un Protocolo Nacional de Prospecciones para la detección precoz, un Programa de Erradicación que recoge las medidas que deben adoptarse en caso de detectar brotes y unas campañas de divulgación para la difusión de información y la concienciación sobre la lucha y el control de la *Xylella fastidiosa*.

# Agrocotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 9 de febrero 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	1,15
Avellana	6,50
Kaki	2,00
Carambolas	4,00
Castañas	3,50
Cerezas	10,00
Cocos	1,10
Membrillo	1,20
Dátiles	4,00
Feijoa	8,00
Higo	1,70
Higos Chumbos	2,20
Frambuesa	1,00
Grosellas	10,00
Kiwis	2,50
Lichis	4,00
Lima	1,50
Limón	0,70
Fresa	2,80
Fresón	5,00
Granada	1,60
Mandarina Clementina	0,90
Satsuma	1,30
Otras	1,50
Mangos	2,50
Maracuyá	8,00
Melón Galia	0,75
Amarillo	0,80
Piel de Sapo	1,40
Otros	1,10
Moras	16,50
Nashi	2,10
Nectarina Blanca	3,00
Amarilla	2,75
Níspero	4,00
Nueces	3,70
Olivas	1,80
Papayas	4,00
Pera Blanquilla	0,90
Verano	0,50
Invierno	1,25
Temprana	1,10
Piña	1,25
Pitahaya	7,80
Plátanos Canario	1,30
Importación	1,10
Manzana Bicolor	0,90
Amarilla	1,00
Verde	1,30
Roja	0,90
Otras	1,40
Melocotón Amarillo	2,50
Rojo Pulpa Blanca	1,20
Rojo Pulpa Amarilla	2,75
Ciruela	2,50
Uva Blanca	3,50
Negra	2,60
Rambután	12,50
Sandía con semilla	1,30
Sin semilla	1,40
Naranja	0,90
Chirimoya	1,00
Otras Frutas	0,90
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Berenjena Larga	3,00
Redonda	2,80
Ajo Seco	2,80
Tierno	0,70
Apio	0,70
Acelgas	0,50
Batata	1,00
Borraja	1,00
Brócoli	2,70
Brécol	3,00
Calçots	0,15
Calabaza	0,90
Calabacín	1,60
Cardo	0,90
Alcachofa	4,00

Cebolla Seca	0,85
Figueras	1,15
Tierna	1,20
Pepino	1,80
Col Repollo	1,50
Bruselas	1,50
Lombarda	0,60
China	0,70
Coliflor	3,00
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	1,40
Larga	0,85
Otras	0,70
Endivia	1,20
Escarola	0,75
Espárragos Blancos	5,00
Verdes	8,50
Espinaca	0,80
Haba	2,25
Hinojo	1,00
Perejil	0,50
Judía Bobi	4,00
Perona	4,00
Fina	1,80
Otras	3,50
Nabo	1,40
Zanahoria	0,70
Patata Blanca	0,65
Temprana	0,90
Roja	0,60
Pimiento Lamuyo	1,70
Verde	2,40
Rojo	3,00
Guisante	6,00
Puerro	1,15
Rábano	0,40
Remolacha	0,70
Tomate Maduro	1,80
Verde	2,00
Chirivía	1,25
Otras Hortalizas	0,70
<b>OTROS PRODUCTOS</b>	<b>Euros/kg</b>
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

### Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 30 de enero al 5 de febrero de 2023. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	4,12
Almendra	8,25
Castaña	4,50
Cereza / Picota	9,50
Chirimoya	3,94
Dátil	7,48
Fresa / Fresón	4,28
Granada	1,98
Kaki Pérsimon	1,53
Kiwi / Zespri	2,88
Limón	1,08
Mandarina Clementina / Fortuna /	
Nadorcott	1,52
Clemenules	0,60
Clemenvilla	1,67
Hernandina	1,33
Mango	2,35
Manzanas O.V.	2,22
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,54
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,36
Royal Gala / Cardinale	1,55
Starking / Red Chief / Glostes /	
Galaxia	1,45
Granny Smith	1,77
Reineta / Canadá Gris	2,35
Melón / Galia / Coca	1,88
Naranja Navel	1,05
Navelina	0,82
Salustiana	0,71
O. V. / Malta /	
Minolta / Barberina	1,83
Navel Late / Nanelate / Lanelate	0,86
Nectarina	2,80

Nuez	5,37
Papaya	2,93
Pera Conferencia / Decana	1,57
Ercolini / Etrusca	2,43
Blanquilla o Agua	1,57
Piña	1,59
Plátano	1,20
Banana	1,16
Pomelo / Rubi Start	1,20
Uva	3,33
Otros Frutos Secos	12,47
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Acelga	0,87
Ajo Seco	2,61
Tierno	12,50
Alcachofa	2,01
Apio	1,11
Berenjena	2,38
Batata / Boniato	1,33
Brócoli / Brecol	2,11
Calabacín	1,66
Calabaza / Marrueco	0,85
Cardo	1,33
Cebolla / Chalota	0,99
Cebolleta	1,29
Champiñón	2,24
Col Repollo	0,63
Lombarda	0,98
Coliflor / Romanescu	1,45
Escarola	1,34
Endivia	1,92
Espárrago Verde	6,20
Espinaca	1,50
Haba Verde	3,06
Judía Verde Fina (Brasileña)	6,78
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	3,54
Lechuga O.V.	0,70
Cogollo	2,00
Iceberg	1,54
Maíz	2,00
Nabo	0,91
Pepino	1,54
Perejil	1,80
Pimiento Verde	1,62
Rojo (Asar)	1,88
Puerro	1,56
Rábano / Rabanilla	2,11
Remolacha	1,83
Seta	4,30
Tomate O.V.	1,76
Cherry	3,41
Daniela	1,68
Zanahoria	0,92
Hierbabuena	1,50
<b>PATATAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Nueva o Temprana	0,72
Añeja	0,55

### Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 6 al 10 de febrero de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	3,90
Fuerte	3,95
Otras Variedades	5,45
Almendra	1,50
Cereza Picota	12,65
Chirimoya Otras Variedades	5,15
Ciruela Otras Familia Black	3,45
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nou	2,35
Fresa	6,78
Fresón Otras Variedades	9,95
Granada Otras Variedades	1,90
Guayaba Otras Variedades	2,87
Higo Chumbo	5,45
Seco	3,45
Verdal	6,95
Kaki Otras Variedades	3,95
Kiwi Kiwigold	5,95
Pulpa Verde	4,20
Limón Fino o Primafiori	1,05
Otras Variedades	1,05
Verna	1,05
Mandarina Clemenlate	1,50
Clemenule	1,55
Clemenvilla o Nova	1,46
Ortanique	1,45

Manga Kent	7,45
Manzanas Fuji	2,05
Golden	1,65
Royal Gala	1,70
Granny Smith	1,65
Staking o Similares	1,70
Reineta	2,05
Melón Piel de Sapo	2,20
Amarillo	2,20
Naranja Valencia Late	0,95
Otras Variedades	1,06
Lane Late	1,05
Navelina	0,95
Navel	1,03
Navel Late	0,99
Nectarina Carne Blanca	2,70
Nuez	4,18
Papaya Grupo Solo y Sunrise	0,95
Papayón (2-3 kg/ud)	0,75
Pera Conferencia	1,38
Otras Variedades	1,80
Limonera	1,75
Ercolini / Morettini	3,45
Piña Golden Sweet	6,95
Plátanos Canarias Primera	1,45
Canarias Segunda	1,30
Canarias Extra	1,60
Pomelo Rojo	1,05
Amarillo	1,04
Sandía Con semilla	2,45
Uva Red Globe, Roja	3,20
Negra Otras Variedades	3,85
Blanca Otras Variedades	3,45
Resto de frutas	1,30
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
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	0,98
Berros	1,95
Boniato o Batata	1,64
Brócoli, Brecol o Brócoli	3,02
Calabacín Blanco	2,44
Verde	0,55
Calabaza de Verano	1,56
De Invierno	1,61
Cebolla Grano Oro o Valenciana	1,15
Morada	1,35
Recas o Similares	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna	0,95
Col China o Pekinensis	1,75
Lombarda o Repollo Rojo	1,32
Repollo Hojas Rizadas	0,35
De Bruselas	3,95
Coliflor	2,73
Endivia	1,30
Escarola Rizada o Frisé	1,15
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Guisante	3,45
Haba Verde o Habichuela	1,35
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby	5,84
Verde Otras Variedades	6,71
Verde Elda	4,95
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,43
Maíz o Mollo	1,45
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o Tipo Holandés	0,99
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,75
Rojo Lamuyo	2,47
Verde Italiano	2,96
Verde Padrón	3,57
Puerro	2,12
Rábano y Rabanilla	0,65
Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	2,45
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,95
Liso Rojo Daniela/	
Long Life/Royesta	1,85
Liso Rojo Canario	1,35
Otras Variedades	0,75

Zanahoria o Carlota Nantesa	1,66
Jengibre	2,25
Ñame o Yame	3,85
Yuca o Mandioca o Tapioca	0,95
Hortalizas IV Gama	5,50
V Gama	7,50
Resto Hortalizas	0,80
<b>PATATAS (Granel)</b>	<b>Euros/kg</b>
Blanca, Otras Variedades	1,65
Blanca Spunta	2,03
Otras Variedades	0,95
Roja Otras Variedades	1,75

### Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 7 al 10 de febrero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	3,50
Mandarina Clementina	1,90
Limones	1,30
Manzana Golden	1,00
Naranja Navel Late	0,75
Pera Blanquilla	1,30
Passacrasana	1,30
Piñas	1,20
Plátanos	1,20
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Alcachofas	4,00
Lechuga	0,66-0,70
Cebolla	0,70
Coliflor	2,05-2,00
Judía Verde	6,00-6,40
Patatas Calidad	0,56
Pimientos Verdes	2,55-2,60
Tomate Maduro	1,80-2,10
Tomate Verde	2,40-2,65
Zanahoria	0,68

### Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 7 al 10 de febrero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	3,73
Mandarina Clementina	1,32
Limones	1,10
Manzana Golden	1,28
Roja	1,24
Naranja Navel Late	1,01
Pera Blanquilla	1,09
Passacrasana	1,45
Piñas	1,33
Plátanos	1,23
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Alcachofas	3,45
Escarola Rizada	0,73
Cebolla	0,72
Coliflor	1,53
Judía Verde	4,01
Patatas Calidad	0,55
Pimientos Verdes	2,17
Tomate Verde	2,28
Zanahorias	0,65

### Mercamurcia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 6 de febrero 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	3,90
Hass	4,00
Otras Variedades	3,00
Almendra Seca	9,00
Caña de Azúcar	1,30
Castaña	4,50
Cereza Otras Variedades	14,00
Chirimoya Otras Variedades	4,25
Ciruela Golden Japan y Songold	3,20
Angeleno	2,60
Coco en Seco	1,00
Dátil Deglet Nour	3,80
Medjool	9,00

## MERCADOS NACIONALES

## Ailimpo. Coyuntura mercado de limón y pomelo

Resumen informativo de la coyuntura de mercado del limón y pomelo en España facilitada por Ailimpo-Consejería de Agricultura de Murcia, durante el periodo comprendido del 30 de enero al 5 de febrero de 2022. Precios origen. Semana 05/2023.

**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): 0,32-0,38 €/Kg

Apatía y estabilidad en el mercado de exportación de limón, donde no se recuerda un mes de enero con un consumo y demanda tan débiles. La ralentización de la demanda afecta a todas las familias de cítricos y el ritmo de ventas es menos activo de lo que sería normal en el inicio del año, aunque se confía en una reactivación de la actividad durante el mes de febrero.

## POMELO

El mercado europeo del pomelo sigue la dinámica de prácticamente toda la campaña donde la nota la marca la debilidad. La oferta se mantiene estable y aún por debajo de las medias de temporadas anteriores. Sin embargo, y a pesar de esa caída global de la oferta, la demanda es muy débil y no permite grandes alegrías en el mercado que muestra un equilibrio estable.

Otras Variedades.....	3,80
Fresón Otras Variedades .....	4,50
Guayaba .....	3,60
Higo Chumo.....	6,00
Kaki Otras Variedades.....	2,10
Kiwi Otras Variedades.....	2,40
Pulpa Verde .....	3,40
Lima Mejicana.....	3,00
Limón Fino o Primafiori.....	0,80
Mandarina Clemenules.....	1,70
Otras Variedades.....	2,90
Clemenvilla o Nova.....	1,60
Hernandina .....	1,80
Mango Haden .....	3,00
Tommy Atkins.....	2,80
Otras Variedades.....	2,30
Manzana Golden.....	1,30
Starking o Similares .....	1,25
Granny Smith .....	1,65
Royal Gala.....	1,40
Fuji.....	1,40
Verde Doncella .....	1,80
Pink Lady .....	2,25
Melón Piel de Sapo .....	1,80
Mebrillo Común .....	1,00
Naranja Navel .....	0,95
Navelina.....	0,65
Navel Late .....	0,85
Lane Late .....	0,75
Nuez.....	4,00
Papaya Solo Y Sunrise.....	3,25
Papaya o Papayón .....	3,20
Otras Variedades.....	2,50
Pera Conferencia .....	1,50
Ercolini / Morettini .....	2,20
Agua o Blanquilla .....	1,30
Piña Otras Variedades.....	1,20
Golden Sweet.....	1,60
Plátano Canarias Extra .....	1,30
Canarias 1ª .....	1,15
Canarias 2ª .....	1,05
Americano o Banana .....	0,85
Macho.....	1,30
Pomelo Rojo.....	0,85
Uva Sin Semilla Negra .....	3,00
Sin Semilla Blanca .....	3,10
Tamarindo.....	3,00
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelga Hojas Lisas.....	0,70
Ajo Blanco .....	3,00
Morado .....	2,75
Tierno o Ajete.....	4,00
Otras Variedades.....	2,25
Alcachofa Blanca Tudela .....	3,00
Otras Variedades.....	2,80
Apio Verde .....	0,75
Apionabo .....	0,90
Berenjena Otras Variedades .....	2,90
Morada .....	2,80
Boniato o Batata .....	1,15
Bróculo o Brócoli o Brécol.....	1,75
Calabacín Verde .....	1,40
Blanco.....	1,80
Calabaza de Verano.....	1,20
De Invierno.....	3,80
Otras Variedades.....	1,40
Cardo .....	1,20
Cebolla Grano de Oro.....	0,76
Babosa.....	0,65
Morada .....	0,95
Cebolleta o Tierna.....	0,90
Blanca Dulce de Ebro.....	1,50
Francesa o Echalote .....	1,40
Chirivía .....	1,15
Col Repollo Hojas Rizadas .....	1,00

Lombarda o Repollo Rojo.....	0,75
De Bruselas .....	3,50
Hojas Lisas .....	1,80
Coliflor.....	2,0
Endivia.....	2,30
Escarola Rizada o Frisée .....	1,40
Lisa .....	1,50
Espárrago Verde o Triguero .....	3,20
Espinaca .....	1,40
Guindilla Verde.....	1,70
Roja .....	1,60
Guisante .....	5,00
Haba Verde o Habichuela .....	2,25
Hinojo.....	1,30
Judía Verde Fina .....	9,00
Boby .....	7,00
Perona .....	5,00
Laurel .....	0,90
Lechuga Romana .....	0,60
Iceberg.....	0,95
Cogollo .....	1,40
Hoja de Roble.....	1,60
Lollo Rosso.....	1,60
Otras Variedades.....	0,45
Nabo .....	1,20
Pepino Corto Tipo Español .....	1,75
Perejil.....	1,30
Pimiento Verde Italiano .....	2,10
Lane Late .....	2,80
Amarillo California.....	1,70
Roja California .....	1,80
Verde Padrón.....	4,20
Puerro.....	0,85
Rábano y Rabanilla .....	1,50
Remolacha Común o Roja .....	0,85
Seta Champiñón.....	2,50
Girgola o Chopo.....	3,80
Tomate Liso Rojo Daniela /	
Long Life / Royesta .....	1,80
Liso Rojo Rama.....	2,30
Liso Rojo Pera.....	1,90
Cherry .....	2,30
Liso Verde Rambo.....	1,80
Liso Rojo Tipo Canario .....	1,80
Liso Verde Mazarrón .....	1,90
Asurcado Verde Raf .....	4,00
Kumato .....	2,40
Otras Variedades.....	1,90
Muchamiel .....	4,00
Zanahoria en Rama .....	0,80
Nantesa .....	0,65
Jengibre .....	3,00
Ñame o Yame.....	1,70
Ocra o Quimbombó .....	4,00
Tamarillo Otras Variedades.....	4,50
Yuca o Tapioca o Mandioca .....	2,20
Hortalizas IV Gama .....	3,80
<b>PATATAS Euros/kg</b>	
Nuevas.....	0,95
Blanca Spunta Granel .....	0,75
Glanca Agría Granel .....	0,74
Blanca Agría Confecc.....	0,75
Roja Otras Variedades Granel.....	0,75

## Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 7 al 10 de febrero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

<b>FRUTAS Euros/kg</b>	
Chirimoyas.....	4,00
Mandarina Clementina .....	1,00
Limones.....	0,69-0,73
Manzana Golden .....	1,36-1,38

Roja.....	1,30-1,40
Naranja Navel Late .....	0,55
Pera Blanquilla.....	1,58-1,60
Piñas .....	1,14-1,52
Plátanos .....	1,02-1,09
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas.....	2,30-3,00
Lechuga.....	0,82-0,84
Cebolla.....	0,84-0,87
Coliflor .....	1,52-1,78
Judía Verde .....	2,65-3,50
Patatas Calidad.....	0,75
Pimientos Verdes.....	2,00-2,34
Tomate	
Maduro.....	1,75-1,76
Verde.....	1,88-2,09
Zanahorias.....	0,75

## Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 7 al 10 de febrero de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

<b>FRUTAS Euros/kg</b>	
Chirimoyas.....	3,00-2,50
Mandarina Clementina .....	1,20-1,40
Limones.....	0,90
Manzana Golden .....	0,90
Roja.....	1,20
Naranja Navel Late .....	1,10-1,00
Pera Blanquilla.....	1,00-1,25
Piñas .....	1,40-0,90
Plátanos .....	1,00-0,90
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas.....	2,50-2,00
Lechuga.....	0,50-0,60
Cebolla.....	0,70-0,75
Coliflor .....	0,80-1,15
Judía Verde .....	5,00-6,00
Patatas Calidad.....	0,65
Pimientos Verdes.....	1,40-1,50
Tomate Maduro .....	0,60-1,00
Verde.....	1,25
Zanahorias.....	0,65-0,75

## Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 10 de febrero de 2023, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

<b>FRUTAS Euros/kg</b>	
Aguacate (ud.) .....	2,05
Melocotón .....	0,95
Nectarina .....	1,40
Ciruela .....	0,80
Melón .....	0,90
Manzana Golden .....	0,72
<b>VERDURAS Y HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Judía.....	1,80
Guindilla .....	1,75
Pimiento Verde Italiano .....	1,45
Padrón .....	0,80
Tomate Pera.....	1,30
Boniato Rojo.....	0,85
<b>OTROS Euros/kg</b>	
Almendra.....	14,00
Dátil Seco .....	4,00
Nuez California.....	1,40

## Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 9 de febrero de 2023. Información de EFEAGRO.

<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
<b>ALFALFA</b>	
Alfalfa Rama campo 1ª .....	250,00
Rama campo 2ª .....	220,00
<b>AVENA</b>	
Avena	
Blanca .....	280,00
Rubia .....	285,00
Forraje Avena.....	S/C
<b>CEBADA NACIONAL</b>	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl.....	278,00
Pienso +62 kg/hl.....	283,00
<b>CENTENO</b>	
Centeno.....	279,00
<b>GIRASOL</b>	
Pipa Alto Oleico .....	S/C
Pipa de Girasol .....	S/C
<b>MAÍZ NACIONAL</b>	
Maíz sobre Secadero.....	301,00
<b>TRIGO NACIONAL</b>	
Trigo	
Duro Proté=13% .....	S/C
Duro Proté=12% .....	S/C
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

<b>LEGUMINOSAS</b>	
Veza Grano .....	440,00
Yero Grano .....	410,00

## Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 7 de enero de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
<b>TRIGO DURO</b>	
Grupo 1 .....	S/O
Grupo 2 .....	S/O
Grupo 3 .....	S/O
Grupo 4 .....	S/O
<b>TRIGO BLANDO</b>	
Grupo 1 .....	S/O
Grupo 2 .....	S/O
Grupo 3 .....	S/O
Grupo 4 .....	305,00
Grupo 5 .....	305,00
<b>OTROS PRODUCTOS</b>	
Tricale .....	S/O
Cebada.....	293,00
Avena.....	S/O
Maíz .....	S/O
Sorgo.....	S/C
Habas .....	S/O
Guisantes .....	S/O
Girasol Alto Oleico .....	617,00
Girasol .....	555,00
Colza .....	S/O
<i>Nota: Ausencia de compradores en el trigo duro. Próxima sesión 21 de febrero de 2023.</i>	
<b>ALMENDRA Euros/Tm</b>	
Soleta .....	3,75
Floración Tadia Monovarietal.....	3,75
Belona .....	S/O
Guara .....	3,85
Antoñeta .....	S/O
Constanti.....	S/O
Comuna Tradicional .....	3,50
Ecológica .....	S/O
<i>Próxima sesión 21 de febrero de 2023.</i>	
<b>CÍTRICOS Euros/Kg</b>	
<b>NARANJAS</b>	
Salustiana Calidad 1ª .....	0,27-0,30
Salustiana Calidad 2ª .....	0,22-0,26
Lane Late Calidad 1ª .....	0,36-0,40
Lane Late Calidad 2ª .....	S/O
Mandarina Híbrida Tango.....	0,75-0,85
Industria Grupo Navel.....	0,26-0,27
Industria Grupo Blanca .....	0,26-0,27
<i>Los precios son orientativos, en árbol, origen Córdoba. Sin IVA incluido. Para la naranja de industria, los precios son sobre camión.</i>	
<i>Nota: Mercado con poca actividad. Ligera subida de la horquilla superior de la Salustiana calidad 1ª. Repetición de cotizaciones para la Lane Late calidad 1ª de la que se pueden dar operaciones concretas a cotizaciones superiores para cortar en las próximas semanas. Repetición de la mandarina híbrida Tango. La parte superior de las horquillas se corresponden con calibres altos y extras. Importante subida de la cotización de Industria tanto para el grupo Navel como para el grupo Blanca. Próxima sesión el 14 de febrero de 2023.</i>	
<b>Lonja de León</b>	
Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 8 de febrero de 2023, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.	
<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
Trigo Pienso .....	305,00
Cebada.....	290,00
Triticale.....	290,00
Centeno.....	282,00
Avena.....	288,00
Maíz .....	304,00
<b>FORRAJES Euros/Kg</b>	
Alfalfa --Paquete Rama.....	345,00
Paquete Deshidratado.....	410,00
Paja 1ª (Cebada).....	58,00
Veza Forraje de 1ª .....	280,00
Forraje .....	200,00
<b>PATATAS Euros/Kg</b>	
Agria .....	370,00
Jaerla.....	S/C
Kennebec .....	S/C
Red Pontiac .....	310,00
Red Scarlett .....	340,00
Hermes .....	320,00
Yona .....	340,00
<b>ALUBIAS Euros/Kg</b>	
Canela .....	1,60
Negra .....	3,25
Palmeña	
Redonda .....	2,20

Planchada.....	1,80
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 6 de febrero de 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

<b>Frutos Secos Euros/Kg</b>	
<b>ALMENDRA</b>	
Guara .....	3,55
Comuna Ecológica .....	5,65
Pelona .....	2,65
Belona.....	5,00
Constanti.....	4,70
Vairo.....	3,30
Lauranne .....	3,35
Común .....	3,45
Largueta .....	4,95
Marcona .....	6,70
<b>PIÑÓN</b>	
Alameda.....	52,00
Castilla .....	52,00
<b>AVELLANA Euros/Libra</b>	
San Giovanni .....	1,67
Tonda .....	1,78
Corriente .....	1,79
Negreta .....	2,05

## Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 6 de febrero de 2023. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
Trigo Blando .....	319,00
Cebada P. E. (+64) .....	304,00
Avena .....	303,00
Centeno.....	294,00
Tricale .....	304,00
Maíz (14º).....	313,00
<b>LEGUMINOSAS Euros/Tm</b>	
Guisantes .....	S/C
Garbanzo Pedrosillano .....	1.250,00
Lenteja Armuña .....	1.600,00
<b>OLEAGINOSAS Euros/Tm</b>	
Girasol (9-2-44) .....	S/C
Girasol (Alto Oleico).....	S/C
Colza .....	S/C
<b>FORRAJES Euros/Tm</b>	
Forrajes (Avena) .....	S/C
Alfalfa Empacada .....	S/C
Veza (Henificada).....	S/C
Paja Paquete Pequeño .....	S/C
Paja Paquete Grande .....	69,00

## Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 9 de febrero de 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
<b>ALFALFA</b>	
Empacada.....	218,00
Avena .....	288,00
Cebada	
Nacional de 62 Kg/Hl.....	291,00
Centeno.....	280,00
Girasol .....	S/C
Girasol 9-2-44 .....	530,00
Paja	
Empacada.....	68,00
Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl .....	306,00

## Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 8 de febrero 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

<b>CEREALES Euros/Tm</b>	
<b>ALFALFA</b>	
Harina de Alfalfa.....	310,00
<b>CEBADA</b>	
Importación .....	295,00
Nacional P.E. (62-64) .....	306,00
<b>CENTENO</b>	
Centeno.....	S/C
<b>COLZA</b>	
Importación 34/36% .....	430,00
<b>GARROFA</b>	
Harina .....	298,00
Troceada .....	308,00
<b>REMOLACHA</b>	
Pulpa de Remolacha .....	360,00
<b>GIRASOL</b>	
Importación 34%.....	385,00
Semillas de Girasol .....	515,00
Torta de Girasol .....	S/C
Importación 28/3 .....	330,00

## MERCADOS NACIONALES

## Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 5, del 30 de enero al 5 de febrero 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>		
OTRAS MANDARINAS E HÍBRIDOS		
Nadorcott	0,80-0,90	Alicante
Nadorcott	0,60-0,73	Castellón
Nadorcott	0,68-0,88	Valencia
Nadorcott	0,72-0,90	L. Valencia
Orri	1,00	Castellón
Orri	0,80-1,23	Valencia
Orri	1,08-1,35	L. Valencia
Ortanique	0,27-0,35	Castellón
Ortanique	0,21-0,42	Valencia
Ortanique	0,25-0,34	L. Valencia
Tango	0,73-1,00	Castellón
Tango	0,68-0,88	Valencia
Tango	0,72-0,95	L. Valencia
NARANJAS NAVEL		
Navel Lane Late	0,33-0,45	Alicante
Navel Lane Late	0,27-0,40	Castellón
Navel Lane Late	0,21-0,42	Valencia
Navel Lane Late	0,25-0,38	L. Valencia
Navel Powel	0,40-0,47	Alicante
Navel Powel	0,35-0,38	Castellón
Navel Powel	0,28-0,55	Valencia
Navel Powel	0,30-0,42	L. Valencia
NARANJAS BLANCAS		
Valencia Late	0,38-0,42	Alicante
Valencia Late	0,34-0,42	L. Valencia
NARANJAS SANGUINAS		

Sanguinelli	0,49-0,55	Castellón
Sanguinelli	0,34-0,53	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	0,50	Alicante
HORTALIZAS Euros/Kg Zona		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,45-0,55	Alicante
Ajo Tierno	0,92-2,80	Alicante
Alcachofa		
Consumo Fresco	0,56-2,80	Alicante
Consumo Fresco	1,20-3,50	Castellón
Consumo Fresco	1,32-2,64	Valencia
Industria Corazones	0,40-1,10	Alicante
Industria Perolas	0,17-0,25	Alicante
Industria Troceado	0,20-0,36	Alicante
Apio Verde	0,20-0,40	Alicante
Berenjena Rayada	2,06-2,58	Alicante
Boniato Rojo	0,42-0,65	Alicante
Blanco	0,61-0,73	Castellón
Calabacín	0,87-1,33	Alicante
Calabaza		
Redonda	0,69	Alicante
Redonda	0,88-1,23	Valencia
Tipo Cacahuete	0,32-0,54	Alicante

Tipo Cacahuete	0,57-0,70	Valencia
Cebolla Tierna (Manojo 3 uds)	0,75	Alicante
Tierna	0,80	Castellón
Tierna	0,62-0,75	Valencia
Col		
China	0,55	Castellón
Lombarda	0,35	Castellón
Brócoli	0,60-1,50	Alicante
Brócoli	1,08	Castellón
Brócoli Industria	0,20-0,25	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,25-0,46	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,60	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,39-0,49	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,46-0,54	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,40-0,68	Castellón
Coliflor Blanca	0,97-1,66	Alicante
Blanca	0,85-2,00	Castellón
Blanca	1,30-1,52	Valencia
Escarola		
Hoja Rizada	0,29-0,35	Alicante
Hola Rizada	0,56	Castellón
Hoja Rizada	0,41-0,59	Valencia
Hoja Ancha Lisa	0,32	Castellón
Espinaca	0,96-1,20	Alicante
Haba Muchamiel	1,93-2,39	Alicante
Muchamiel	1,70	Alicante
Lechuga Maravilla	0,35-0,51	Castellón
Romana	0,43-0,70	Alicante
Romana	0,25-0,35	Castellón

Romana	0,22-0,31	Valencia
Little Gem	0,36-0,45	Alicante
Iceberg	0,60-0,80	Alicante
Trocadero	0,46	Alicante
Patata Blanca	0,55-0,73	Alicante
Blanca	0,85	Castellón
Tomate		
Acostillado	1,03-1,25	Alicante
Daniela	1,16-1,23	Alicante
FRUTOS SECOS Euros/Kg Zona		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	3,56-3,66	Alicante
Comuna	3,50-3,60	Castellón
Largueta	5,06-5,16	Alicante
Marcona	6,76-6,86	Alicante
Marcona	6,70-7,80	Castellón
Planeta	3,66-3,76	Alicante
INDUSTRIALES Euros/Kg Zona		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	4,10-4,80	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	5,10-5,15	Castellón
Oliva Virgen Extra	5,30-5,35	Castellón
Garrofa Entera	0,85-1,10	Castellón
MIEL		
De Milflores	2,80	Castellón
De Azahar	4,00	Castellón
De Romero	3,90-4,10	Castellón

MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación	S/C
Importación	302,00
Importación CE	313,00
MUO	
Importación	650,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%	637,00
Harina Soja Nacional 47%	640,00
Aceite Crudo de Soja	1.175,00
Salvados de Soja	320,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	302,00
Forragero	325,00
Panificable, mín. 11	335,00
Triticales	S/C
FRUTOS SECOS Euros/Tm	
ALMENDRAS	
Común 14 mm	5.950,00
Largueta 12/13 mm	6.450,00
Largueta 13/14 mm	7.400,00
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	
Forragero	S/C
Forragero	S/C
Importación	S/C
ACEITE	
Palmiste Importación	S/C
Crudo	
de Palma	1.060,00

## Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 7 de febrero 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	S/O
Grupo 4	S/O
Grupo 5,	
Pienso	S/O
Pienso Importación	314,00
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	330,00
Nacional	S/O
Cebada, Igual y más de 64	S/O
Menos de 64	S/O
Importación Origen Puerto	300,00
Maíz Importación origen Puerto	302,00

Nacional	S/O
Habas Nacional	S/O
Importación	440,00
Guisantes Nacional	S/O
Importación	427,00
Girasol Alto oleico +80%	625,00
Convencional	555,00
Colza	S/O
Próxima sesión el 21 de febrero de 2022.	

## Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 6 de febrero de 2023. Campaña 2022-2023.

GRUPO NARANJAS Euros/Kg	
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina	Sin existencias
Panificable, mín. 11	Sin existencias
Navel Lane Late	0,28-0,42
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett	0,32-0,47
GRUPO SANGRE	
Sanguinelli	0,37-0,58
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	Sin existencias
Barberina	
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	
Basol	Sin existencias
Orunules	Sin existencias
Marisol	Sin existencias
Mioro	Sin existencias
Arrufatina	Sin existencias
Clemenules	
Orogrande	Sin existencias
Hernandina	Sin existencias
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	Sin existencias
Tango	0,80-1,05
Nardocott	0,80-1,05
Ortanique	0,28-0,37
Orri	1,20-1,50
Nota: Se ralentizan las compras y la recolección. El próximo Boletín de precios se publicará el lunes 13 de febrero de 2023.	
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 9 de febrero de 2023.	
ARROCES Euros/Tm	
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible Valencia	650,00-660,00
J. Sendra,	
disp. Valencia	650,00-660,00
Monsianell,	
disp. Valencia	650,00-660,00
Fonsa,	
disp. Valencia	S/C
Guadamar,	
disp. Valencia	650,00-660,00
Furia,	

disp. Valencia	S/C
Gladio y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/C
Sirio, disp. Valencia	S/C
Puntal	S/C
Bomba,	
disp. Valencia	1.500,00
Precios según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado,	
disp. Valencia	1.050,00-1.100,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disp. Valencia	1.100,00-1.200,00
Guadamar Extra,	
disp. Valencia	1.100,00-1.200,00
Largo Índica,	
disp. Valencia	1.100,00-1.200,00
Precios por tonelada a granel.	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia	300,00-305,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia	480,00-500,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia	520,00-550,00
CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Maíz Importación,	
disp. Puerto Valencia	312,00
Maíz Nacional,	
destino Valencia	300,00
Cebada	
Nacional, dest. Val.	300,00-302,00
Avena Rubia,	
dest. Valencia	322,00
Blanca, dest. Valencia	322,00
Guisantes Nacional,	
dest. Valencia	Sin operaciones
Veza Importación	Sin operaciones
Semilla Algodón,	
destino Valencia	525,00-530,00
Trigo Pienso Nacional,	
Tipo 1	S/C
Tipo 2	S/C
Tipo 3	S/C
Tipo 4	S/C
Tipo 5	322,00
Trigo importación	322,00
Precios por tonelada a granel.	
TURTOS Y HARINAS Euros/Tm	
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona	621,00
disponible Cartagena	603,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona	631,00
disponible Cartagena	613,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona	318,00
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia	S/C
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida	Sin operaciones
14% prot., Aragón/Lérida	Sin operaciones
B. Balas s/calidad A./Lér	Sin operaciones
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona	360,00-361,00
disponible Andalucía	Sin operaciones
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	

disponible Tarragona	380,00-382,00
Palmiste,	
disp. Valencia	Sin operaciones
Harina de Colza, dest. Valencia	Sin operaciones
Gluten Feed,	
disp. Valencia	320,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia	375,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona	361,00-362,00
Import. disp. Andalucía	365,00-366,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	293,00
Hojas, destino Valencia	380,00
Tercerillas, destino Valencia	S/C
Precios por tonelada a granel.	
GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm	
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia	750,00-850,00
Zona Alicante	750,00-850,00
Zona Castellón	750,00-850,00
Zona Tarragona	750,00-850,00
Zona Murcia	Sin operaciones
Zona Ibiza	Sin operaciones
Zona Mallorca	Sin operaciones
Precios tonelada a granel s/rendimientos	
Troceada Integral,	
disp. orig.	234,00-254,00
Troceada sin Harina	
disponible origen	240,00-260,00
Troceado Fino,	
disp. origen	220,00-240,00
Garrofin,	
disp. origen	Casi sin operaciones
LEGUMBRES Euros/Tm	
Disponible origen	
ALUBIAS	
Redonda Manteca	S/C
Pintas	
Granberry	1.850,00
Michigan	1.600,00
Canellini	
Argentina 170/100	1.550,00
Blackeyes	1.850,00
Negras	1.500,00
Garrofin	2.750,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46	1.900,00
Nuevos 34/36	2.650,00
Nuevos 50/52	
(tipo café americano)	S/C
LENTEJAS	
USA Regulares	1.700,00
Laird Canadá	1.600,00
Stone	1.400,00
Pardina Americana	1.700,00
Precios por tonelada, mercancía envasada.	
FRUTOS SECOS Euros/Tm	
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11,	
disponible origen	2.450,00
Chino 11/13,	
disponible origen	2.300,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Jumbo Americano 38/42	
disponible Valencia	2.000,00
Mondado Origen Argentina 38/42	

disponible Valencia	1.950,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia	S/C
Largueta 13/14 mm,	
Valencia	S/C
Precios tonelada, mercancía envasada.	
(Pocas operaciones)	
Marcona prop, Valencia	S/C
Largueta	
prop, Valencia	S/C
Comuna	
prop, Valencia	3.900,00
Belona	
prop, Valencia	4.400,00
Comuna ecológica,	
Valencia	S/C
ALMENDRA REPELADA	
Com	

## MERCADOS NACIONALES

## Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 30 de enero al 5 de febrero de 2023.

## CEREALES

■ **De invierno:** **Almería:** Los cereales en la comarca de **Los Vélez**, se encuentran en estado fenológico de nascencia y desarrollo de las primeras hojas. El frío y la ausencia de lluvia tienen paralizado el desarrollo de las sementeras. Si persiste la escasez de precipitaciones empezarán a entreverse los daños ocasionados en los cultivos. En la zona de **María** presentan mal estado, arrollados, los nacidos se están secando, están hinchados, mustios. Hay otras parcelas que no han llegado a nacer. En la zona de **Topares** están algo mejor. **Cádiz:** El estado fenológico oscila entre el BBCH 1-9 (Nascencia) y BBCH 20-22 (Comenzando ahijado). En la comarca de la **Sierra**, los **trigos duros** que se han sembrado a finales del mes de diciembre se encuentran con una altura de 5-10 cm, varias hojitas, completo de plantas y muy sanos. **Córdoba:** El estado fenológico de los **cereales de invierno** se sitúa entre BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas) y BBCH 21-23 (Inicio de ahijamiento). En las comarcas de la **Campaña Baja** y **Campaña Alta**, los **trigos** más precoces se encuentran ahijando, con 20 cm de altura y con la aplicación de abono de cobertera con urea 46% realizada en la práctica totalidad de las parcelas, en algunas zonas ha sido necesaria también la aplicación de herbicidas. **Granada:** En las comarcas de **La Vega**, **Iznalloz**, **Montefrío**, **Alhama**, los **cereales** más adelantados se encuentran comenzando la fase de ahijado en algunas zonas y en otras desarrollando hojas. Las zonas más tardías en la provincia están finalizando la nascencia. Las bajas temperaturas han ralentizado el crecimiento. Se están aplicando coberteras, mayormente de urea 46% con dosis de 200 kg/ha. **Huelva:** En las comarcas **Condado-Campaña** y **Condado Litoral**, los **cereales** más avanzados se encuentran ya ahijando. Los más tardíos ya muestran una altura de unos 10 - 15 cm. La situación actual es de parada biológica debido a los intensos fríos. Los **cereales** sembrados más recientemente han tenido una mala nascencia. La **cebada cervecera** se encuentra iniciando el ahijamiento. Se han aplicado coberteras con nitrógeno, urea 46% en numerosas explotaciones. **Jaén:** En la comarca de **La Loma**, las **cebadas** de dos carreras observadas se encuentran con buen desarrollo y sin enfermedades. Se está aplicando abono de cobertera con urea al 46%, en dosis de 200 kg/ha. El desarrollo de los **trigos** está siendo similar. En las comarcas de **Sierra de Segura** y **Cazorla**, se han sembrado **cebadas** de 6 carreras con dosis de 250 kg/ha, que se encuentran en fase de desarrollo de hojas. A los **cereales** en esta zona les ha faltado agua y les ha sobrado frío, con lo que se encuentra parado su desarrollo en estos momentos. **Málaga:** En la **comarca Norte**, **zona de Campillos-Almargen-Teba-Ardales-Cañete la Real**, las **cebadas** se encuentran muy adelantadas, se sembraron en noviembre-diciembre y presentan unos 20 cm de altura y ahijando. Los **trigos duros**, como **Aviropa**, se han plantado con dosis de 230 kg/ha. Se encuentran ahijando. **Sevilla:** Los **cereales** de invierno están en fase de ahijado en la mayoría de las parcelas. En general hay una buena cobertura del terreno y las bajas temperaturas favorecen el desarrollo radicular y el ahijado.

## LEGUMINOSAS

**Cádiz:** En comarcas como **La Janda** y **Campo de Gibraltar** se observan parcelas de tranquillón, con dosis de siembra de 240 kg/ha, con 30% de **cebada caballar**, 30% de **avena forrajera** y 40% de **triticales**. Las **habas** se encuentran en estado fenológico BBCH 30-39 (Crecimiento longitudinal del tallo). Los **guisantes** se encuentran en fase de desarrollo de zarcillos y los **garbanzos** en fase de nascencia. Las **vezas** se encuentran en fase de desarrollo de hojas. **Córdoba:** En la comarca de la **Campaña** se observan parcelas de **habas** para pienso, sembradas en el mes de octubre, con una altura de 20 cm, estando en fase de crecimiento longitudinal del tallo en las parcelas más adelantadas, mientras que los **guisantes** se encuentran en fase de desarrollo de hojas y los **garbanzos** en fase de nascencia. **Granada:** En las comarcas de **La Vega**, **Iznalloz**, **Montefrío**, **Alhama**, las **avenas** sembradas han empleado dosis de unos 180 kg/ha de semilla. Los **guisantes** están naciendo y han empleado dosis de 120 kg/ha. Las **vezas** se encuentran en fase de desarrollo de hojas. **Huelva:** Las **habas** para piensos y **vezas** se encuentran nacidas y en desarrollo de brotes y primeras hojitas. Los **altramuces** sembrados en la comarca **Condado Campiña** en los meses de octubre-noviembre se encuentran en fase de desarrollo de hojas y crecimiento de brotes. Debido a la falta de agua tuvo una mala nascencia y está muy desigual en su desarrollo. **Málaga:** En la comarca **Centro**, las **habas** se encuentran sin recolectar, la mayoría se encuentra en floración, con los fríos se han ralentizado. **Sevilla:** Las **habas** se encuentran mayoritariamente en desarrollo del tallo y los **guisantes** desarrollando los primeros zarcillos, aunque hay parcelas más crecidas que ya empiezan a mostrar flores.

## CULTIVOS INDUSTRIALES

Las parcelas de **remolacha azucarera** presentan buena nascencia en general, en **Sevilla** vienen desplegando las primeras 6-7 hojas en la mayoría de los casos, aunque hay lugares donde pueden verse en primeros estadios o en cotiledones todavía y en otros cubriendo el 30% de la superficie de la parcela. Se están aplicando herbicidas. Se prepara el terreno para la plantación del **tomate** de industria.

## CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** En los cultivos hortícolas protegidos del **Poniente Almeriense**, las plantaciones más tempranas de **pimientos** se están arrancando ya para plantar cultivos de primavera. En el resto de plantaciones continúan las recolecciones de todas las variedades y las labores de mantenimiento de las matas, en función del precio se corta o se mantiene el pimiento en la planta. En los invernaderos de **tomates** continúa la recolección de todos los tipos. Las plantaciones de otoño se han arrancado o se están arrancando. Los restantes continúan en plena producción. Las plantaciones de primavera se encuentran en diferentes estados. En las plantaciones de **berenjenas** continúa la recolección, con menores rendimientos por la disminución de la temperatura nocturna. En **pepino**, prosigue el crecimiento de las nuevas plantaciones de cara a la campaña de primavera del **tipo largo**, **Francés** y **corto**. En los **calabacines**, las variedades de invierno están en recolección, se quitan algunas plantaciones tempranas para poner **melón**, **sandía** o repetir **calabacín**. Comienzan las plantaciones de **melón** y **sandía**, protegidos por manta térmica. Se trasplantan los **melones** más tempranos, sobre todo **Cantalup** y **Galia**, siempre con tunelillo, manta térmica o doble techo. En los semilleros se están injertando **sandía** y **melón**, también se están haciendo partidas de **calabacín** o **pepino**. En los invernaderos de la **zona de Níjar**, se siguen recolectando los **tomates** de ciclo de otoño y los plantados para ciclo largo. Se están poniendo los de ciclo corto de primavera. En estos momentos hay poco tomate en recolección. Continúa la recolección de **pimientos verdes** y **rojos Palermo**. Continúa la recolección de las **berenjenas**, aunque ha parado un poco la producción con el frío, ya que las raíces sufren y algunas hojas están amarilleando un poco. En los invernaderos de **calabacines**, el frío no ha mermado la producción. Continúa la recolección en los **pepinos**. Continúa el desarrollo vegetativo en los invernaderos de **sandías**, pero todo va más lento debido al frío. Algunos agricultores han parado su intención de meter colmenas por esa razón. Se han realizado las primeras plantaciones de **melones**, entre otras variedades de **Cantaloup**. **Granada:** En la comarca de **La Costa**, en los invernaderos de la **zona de Carchuna**, se recoge **pepino holandés** que se plantó en septiembre-octubre y que lleva muy adelantada la campaña. La media de kilos por hectárea está siendo de 75.000. En estos momentos las plantas están sufriendo ataques de trips, que se combaten con lucha integrada. Los pimientos en la zona de **Los Carlos** y **Castell de Ferro** se encuentran plantados desde el mes de octubre, se espera comiencen a producir en una semana. Se encuentran en fase de engorde del fruto. Se están aplicando abonados tipo 5-3-4 con dosis total de unos 1.000 litros/ha. Una de las variedades que se dan en la zona es el **Palermo** para recolectar en rojo. En la comarca de **La Costa** siguen saliendo de los invernaderos **tomates Cherrys**, **tomates Liso** y **tomates Pera**, con bajas producciones y precios al alza. **Huelva:** Se registra un parón en la producción de **fresa** debido a los fríos ambientales (oscilan entre los 50 y los 100 gramos por planta). Se observan invernaderos con variedades tales como la CIVL519 o Plared 15121 además de las conocidas **Fortuna** o **Rociera**. La 519 es una variedad de alta productividad y precocidad, tolerante al Oidium. La 121 es una variedad de día corto, alta precocidad y productividad buena, homogénea, una flor y un fruto. Se abonan con nitrato potásico, nitrato de cal y nitrato amónico 34,5% ente otros. Hay invernaderos de **arándanos** con variedades como la **Wilson** y **Ventura** cuyos frutos ya están en fase de engorde, aunque en general está paralizado el desarrollo de la planta debido a los fríos ambientales. Otra variedad tal como la

**Snow** se encuentra en producción, con unos 200 gramos por planta hasta el momento. Con los intensos fríos la producción de **frambuesas** se ha paralizado, esperando nuevos brotes de la nueva postura para variedades remontantes (especialmente la variedad **Clarita**, con densidad media de unas 30.000 plantas/ha). Las **moras** se encuentran comenzando la brotación y saliendo del reposo invernal. La densidad de plantas es de unas 10.000 por hectárea. Se abona, generalmente con sulfato potásico y sulfato de magnesio. ■ **Al aire libre:** **Cádiz:** En la **comarca Campiña de Cádiz**, hay parcelas de **remolacha** de mesa de la variedad **Pablo** plantadas en el mes de octubre con densidad de unas 500.000 plantas/ha. Se encuentran en estado fenológico de desarrollo de las partes vegetales cosechables. En la zona de **Arcos de la Frontera** las **zanahorias** se han plantado escalonadamente desde septiembre hasta enero. En el mes de enero se le aplicó una segunda cobertera de 11-11-18, con dosis de 300 kg/ha. Las más adelantadas se encuentran en estado fenológico de desarrollo de las partes vegetales cosechables. En la zona han caído 400 l/m<sup>2</sup> desde octubre hasta ahora, situándose en la media histórica de la zona. En la zona de la **campiña de Jerez** se han terminado de recolectar algunas parcelas de **coliflor** y otras se encuentran sembradas desde octubre del 2022, en estado fenológico BBCH 30-39 (crecimiento de brotes). **Córdoba:** Se confirma una reducción significativa de la superficie cultivada de **ajos** y **cebollas**, así como del resto de hortalizas en la provincia, debido al año seco y al estado de los embalses, sembrándose en su mayor parte sólo en fincas con aguas subterráneas propias. **Granada:** En la comarca de **Alhama**, zona de **Zafarraya**, se observan **coliflores** plantadas de otoño que han quedado afectadas por las heladas. Las **alcachofas** con las heladas están paralizadas y han sufrido algunos daños. Hasta el mes de mayo, no continuará la actividad en este cultivo. Se están dando labores profundas con subsolador y otras más ligeras con rotavator, preparando el terreno para plantar **lechugas**, **coles** y **coliflores** a finales de febrero o principios de marzo en la zona. **Jaén:** En la comarca de **La Loma**, los **espárragos** se encuentran en parada vegetativa hasta marzo. Se desbrozan las matas preparando el comienzo de campaña, que se producirá con la brotación de turiones al comienzo de la primavera. **Málaga:** En la comarca **Centro**, las **acelgas** plantadas en octubre se encuentran en producción. La densidad de plantas por m<sup>2</sup> es de 8. Los rendimientos están siendo de 8 kg/m<sup>2</sup>. **Sevilla:** Paralizada la recolección de la **alcachofa**, **brócolis** y **coliflor** por el frío. Se produce el desbroce y laboreo de las parcelas de **coliflor** más temprana que ya han concluido su ciclo. En las parcelas sembradas de **zanahorias** se observa el desarrollo de la parte aérea y engorde de la raíz y **remolacha de mesa**. Germinación y primeros estadios de las **espinacas**.

## FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Almería:** En las comarcas de **Alto Almanzora** y **Río Nacimiento**, los **almendros** se encuentran en reposo vegetativo. Las heladas están acumulando horas-frío en el cultivo, que lleva unos quince o veinte días con estas temperaturas bajas. Las temperaturas mínimas han llegado a -6°, estando ahora en -1° y las diurnas oscilan en torno a los 15°. En las comarcas de **Bajo Almanzora** y **Campo de Tabernas**, el estado fenológico avanza, con árboles abriendo sépalos y aparición de estambres y primeras flores. **Granada:** En las comarcas de **Guadix**, **Baza** y **Huésca**, los **almendros** se encuentran en estado fenológico de yema de invierno, paralizados por las bajas temperaturas. En zonas como **Valle de Lecrín** y **Alhama** siguen los trabajos de poda y algún laboreo para malas hierbas. En zonas más tempranas comienzan a verse los movimientos de yemas y aparecen las primeras flores. **Jaén:** Los nogales se encuentran en fase de parada vegetativa en toda la provincia. Se observan variedades como **Chandler**, con marcos de 8x6m y antigüedad de 16 años que necesitan alcanzar las 800 horas frío para el buen desarrollo fenológico. Las bajadas de temperaturas de estas últimas semanas están siendo favorables tras la situación que existía con anterioridad de falta de horas frío. ■ **Frutales de hueso y pepita:** **Málaga:** En la comarca **Norte**, **zona de Alfarfate-Alfarfatejo**, los **cerezos** se encuentran paralizados con yemas de invierno en reposo invernal. **Sevilla:** Se rematan las labores de poda en las parcelas de **kaki** y **frutales de hueso**. Empiezan a engordar las yemas de flor e incluso pueden verse algunas flores en las parcelas con emplazamientos más protegidos de **melocotoneros** y **nectarinos**. ■ **Frutales subtropicales:** **Cádiz:** En las comarcas del **Campo de Gibraltar** y **La Janda**, se están recolectando **aguacates Hass**. Los rendimientos están siendo de unos 4.000 kg/ha. En las explotaciones ya recolectadas se aplica azufre mojable para combatir enfermedades fúngicas. La poda comenzará en un par de semanas. Como polinizadores se observa la variedad **Bacon**.

## CÍTRICOS

**Cádiz:** En la comarca **Campo de Gibraltar**, las **mandarinas** y **naranjas** se encuentran con las yemas comenzando a moverse. Las **mandarinas** se han recolectado con producciones bajas, sobre todo **Oronules**. Las **naranjas** como **Lane late** está comenzando la campaña con aforos de unas 10-15 tn/ha y calibres 2-3-4. **Córdoba:** El estado fenológico dominante de los **cítricos** en general es el de yema en latencia e iniciando la aparición de botones en las variedades más precoces. Se encuentra finalizada la recolección de las **naranjas Navelinas**. **Salustianas** y **Navel** están en recolección y comenzando las primeras parcelas de **Navelates** y **Navel Lane Lates**. La bajada de las temperaturas ha favorecido el consumo y la demanda de **naranja**, lo que aumenta su cotización. **Málaga:** La campaña del **limón Fino** se ha parado estos días, las temperaturas en zonas como **Cártama** y **Pizarra** han bajado hasta -2,-3° llegando a helar. La comercialización se ha ralentizado. Los rendimientos están siendo de 50-60 kg/pe, un tercio de la media de producción de la zona. Predominan calibres 50-60mm. La recolección de las **naranjas Navel lates**, **Navel lane lates** ha comenzado y continúan las **Salustianas**. Calibres medio-bajos son los que están predominando, excepto en fincas con poca **naranja** que acumula calibres superiores. Las mermas respecto a otras campañas están siendo importantes. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de los **cítricos** en general es de yema en latencia, iniciando la aparición de botones en las variedades más precoces y maduración en las variedades por recolectar. **Naranjas Salustianas** y **Navel** se encuentran en recolección y están comenzando las **Navel Lane Late**. Se producen daños por acumulación de frío en las zonas bajas de algunas parcelas.

## OLIVAR

**Cádiz:** En la provincia, la campaña está prácticamente finalizada. Ha habido muy poca **aceituna**, producciones de menos de 1.000 kg/ha y rendimientos grasos del 19-20%. **Córdoba:** La campaña de recolección de la **aceituna de almazara** está prácticamente finalizada en las **comarcas de Campiña**, **Sierra** y **Los Pedroches**, generalizándose los trabajos de poda y eliminación de restos. En la comarca de **La Subbética**, donde predomina la variedad **hojiblanca**, la recolección está al 65%, las producciones son mejores que en el centro y norte provincial, pero también con menor producción que en un año medio. **Granada:** En las comarcas de **Alhama**, **Montefrío**, **Iznalloz** y **La Vega**, la campaña de recolección sigue con rendimientos del 17-19% y producciones de 1.500 kg/ha para los secanos. Se estiman pérdidas del 70% de producción. **Jaén:** La campaña del **olivar de molino** en la comarca de **La Loma** está casi finalizada. En la zona predominan **olivos picuales** centenarios con marcos de 10x10m y rendimientos de 21-22%, con producciones una cuarta parte de la media habitual en la zona. La poda ha comenzado, realizándose labores de trituración de leña pequeña y aprovechando la más gruesa como combustible. Hay explotaciones que no trataron en otoño con cobre y están tratando ahora. En las comarcas de **Sierra de Cazorla** y **Sierra de Segura** la campaña finaliza en diez días. En esta zona predominan los picuales, con marcos 8x8m y rendimientos de 18% al comienzo de campaña y más del 25% en su finalización. Las producciones están siendo un 75% inferiores a la media de otras campañas. **Málaga:** En la **comarca Norte**, **zona Campillos-Almargen-Teba-Ardales-Cañete la Real**, la recolección está finalizada prácticamente. Se observan parcelas de **hojiblanca** y **alorenas** para molino. Los rendimientos grasos se encuentran en 18-19%, con producciones de 1.000 kg/ha, un 35-40% inferior a otras campañas. La poda ha comenzado con trituración e incorporación al suelo de los restos de poda. **Sevilla:** Se está rematando la recolección de la **aceituna de almazara** en la provincia. Quedan pendientes de cosechar tan solo algunas parcelas más tardías en la **Sierra Sur**. Se realizan labores de poda tras la recolección. Se generaliza la destrucción de los restos con picadora para incorporarlos al terreno.

herbicidas, mientras los agricultores, para cumplir con las exigencias de la PAC, se plantean la siembra de leguminosas, especialmente de guisante proteaginoso, encontrándose con la imposibilidad de conseguir semilla, debido a una demanda desmesurada, que sobrepasa cualquier previsión de las empresas dedicadas a su producción.

PATATAS	Euros/Kg
Consumo Fresco Libre.....	30,00
Fresco Contrato.....	18,00
Industria Frito Conservación.....	25,00

Las existencias de patata con destino a industria de frito van terminándose, mientras las patatas para consumo en fresco siguen comercializándose a ritmo lento, en un mercado en el que no varía su coyuntura.

REMOLACHA	Euros/Kg
Remolacha tipo (16% sacarosa).....	42,0

La campaña de procesamiento y extracción de azúcar de remolacha comenzó el 28 de octubre y finalizó el 23 de diciembre, con tan solo 56 días de trabajo. De las 630 hectáreas cultivadas en La Rioja en 2022, se han obtenido 64.365 toneladas de remolacha, con una polarización media del 17,20% y un descuento medio de 7,59%. Según estos datos, el rendimiento medio de la campaña ha sido de 102,17 toneladas/hectárea, que equivalen a 111,6 toneladas/hectárea de remolacha estandarizada a 16% (remolacha tipo).

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

El sector del champiñón y setas ha encontrado esta semana un equilibrio estable entre la oferta y demanda, lo que lleva a la repetición en todas las cotizaciones.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla.....	0,80
Verde.....	0,40
Borrajá.....	0,50
Lechuga Rizada .....	4,50
Escarola.....	8,40
Cardo.....	0,25
Repollo	
Hoja Rizada .....	0,37
Coliflor .....	18,25
Brócoli .....	0,805
Romanescu.....	16,00

Alcachofa

Fresco .....	2,50
Zanahoria Industria.....	9,00

Comienza el mes de febrero y se mantiene la misma coyuntura de mercado en el sector hortícola; la falta de genero provoca una nueva subida en los precios de todos los cultivos, mientras que la demanda, que sigue siendo muy ajustada, se paraliza aún más tras el alza en el precio final que han experimentado los productos en los puntos de venta. En el campo, continúa la recolección de zanahoria con destino para industria.

FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO PERA	
Ercolini 50+.....	0,55
Limonera 60+.....	0,55
Blanquilla DOP.....	0,60
Blanquilla 58+.....	0,58
Conferencia	
DOP Palot 75+ .....	0,75
Conferencia 75+.....	0,70
Industria .....	0,08

GRUPO MANZANA	Euros/Kg
Golden 70+.....	0,55
Fuji 70+.....	0,65

(\* Los precios percibidos por el agricultor en palot son precios de cosecha.

El cambio de mes no altera la situación de la fruta de pepita. Los precios se mantienen fijos una semana más gracias al equilibrio existente entre la oferta y la demanda. El mercado de la manzana se muestra mucho más animado que en campañas anteriores, lo que permite mantener el precio sin variaciones.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRA	
Común .....	0,67
Largueta .....	1,15
Marcona .....	1,49
Floración Tardía.....	1,28
Ecológica .....	1,31

# Bayer distribuirá soluciones biológicas basadas en feromonas

La compañía distribuirá en exclusiva algunos productos del grupo M2i para la protección de cultivos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Bayer y M2i Group han establecido una nueva alianza estratégica para suministrar a los productores de frutas y hortalizas de todo el mundo productos biológicos basados en feromonas para la protección de sus cultivos. Mediante este acuerdo alcanzado, la compañía alemana se convierte en distribuidor exclusivo de algunos productos para hacer frente a plagas de lepidópteros, que afectan especialmente a cultivos de frutas de hueso y pepita, tomates y uvas.

M2i Group es líder europeo en la producción de productos con base de feromonas y tiene experiencia en el desarrollo, formulación y fabricación de moléculas complejas. Bayer integrará los productos de feromonas de M2i, con su innovadora tecnología de aplicación a presión, en un sistema de soluciones digitales que incluyen herramientas de monitoreo de plagas para asesorar a los agricultores sobre la presión de las plagas y los plazos de aplicación, así como otros productos sintéticos y biológicos adaptados a las necesidades de cada agricultor.

“Las soluciones personalizadas que satisfacen las demandas de los agricultores de productos seguros y efectivos con bajo o ningún residuo son una parte importante de la cartera biológica de Bayer. Reunir los productos de feromonas de M2i con las aplicaciones de monitoreo digital y la cartera biológica de



Las feromonas biológicas ofrecen soluciones para proteger los cultivos. / BAYER

Bayer permitirá a los productores aplicar el producto correcto, en el momento adecuado, dentro de un enfoque holístico que be-

neficie su trabajo”, señaló Jens Hartmann, director regional para Europa, Medio Oriente y África (EMEA).

**Las feromonas biológicas ofrecen una oportunidad innovadora y no tóxica para la protección biológica de los cultivos, al tiempo que protegen la biodiversidad y a los polinizadores beneficiosos**

**La tecnología patentada por el grupo M2i permite un control duradero de las feromonas sin residuos ni desechos plásticos**

La experiencia del grupo M2i en la protección de cultivos con feromonas ha permitido a la empresa utilizar la biomimética para desarrollar métodos innovadores que permiten combatir las plagas de diferentes maneras, ya sea a través de atraerlas y atraparlas o interrumpiendo

sus comportamientos de apareamiento. Estos productos de gestión integrada de plagas garantizan que las poblaciones de estas se mantengan en niveles controlados.

Por su parte, Philippe Guerret, CEO de M2i, ha destacado que “M2i Group está encantado de trabajar con Bayer y que nuestros productos sostenibles de protección de cultivos lleguen a agricultores de todo el mundo. Las feromonas son un método eficaz y económico de protección de cultivos, ya que son selectivas, no tóxicas y evitan de manera natural el desarrollo de resistencias. La tecnología patentada por M2i aprovecha dispositivos de aplicación innovadores y una liberación constante y segura, para llevar el potencial de las feromonas a los campos de todo el mundo”.

En el año 2021, la compañía Bayer lanzó Vynyty Citrus®, su último producto de protección de cultivos biológico y basado en feromonas para controlar las plagas en las explotaciones de cítricos. Los productos de M2i seguirán ampliando la cartera de productos biológicos de Bayer que se basan en feromonas. Vynyty Citrus® es el primer producto de este tipo en el mercado formulado con feromonas y piretrina natural para el control de plagas en cítricos.

## El sector hortofrutícola de Mercabarna registra un récord de comercialización

El volumen de ventas de frutas y hortalizas se ha incrementado un 11% en 2022

► VF. REDACCIÓN.

El conjunto de empresas del sector hortofrutícola de Mercabarna ha comercializado un total de 2.245.045 toneladas de frutas y hortalizas en 2022.

Esto supone un incremento del volumen de ventas del 11% respecto al ejercicio 2021 y un 3% más que en 2019, antes de la pandemia.

A pesar de la alta inflación y el receso del consumo interior, los mayoristas del sector hortofrutícola del polígono alimentario han alcanzado la mayor cifra de ventas de su historia.

Según Mercabarna, los principales factores que explican este incremento son sobre todo el crecimiento de las exportaciones — que ya representan el 35% del total comercializado— y, también, la recuperación del turismo. En 2022, las empresas hortofrutícolas situadas en Mercabarna han exportado 785.765 toneladas de frutas y hortalizas.



Imagen de algunas paradas de frutas y hortalizas ubicadas en el polígono alimentario. / MERCABARNA

**A pesar de la inflación y el receso del consumo, los mayoristas del sector hortofrutícola han alcanzado la mayor cifra de ventas de su historia**

■ MISIÓN COMERCIAL

Doce empresas exportadoras del sector hortofrutícola de la unidad alimentaria han participado en Fruit Logística, que se ha celebrado del 8 al 10 de febrero en Berlín. Mercabarna y la Asociación de Empresarios Mayoristas (AGEM) del sector de frutas y hortalizas del polígono alimentario han estado presentes en el espacio de Catalunya-Prodeca.

Desde allí y a través del Clúster Mercabarna Export han organizado una misión comercial, dinamizada por la Cámara de Comercio de Barcelona, con encuentros B2B entre las empresas exportadoras del polígono alimentario de Mercabarna y compañías importadoras del centro, norte y este de Europa, así como del norte de África.

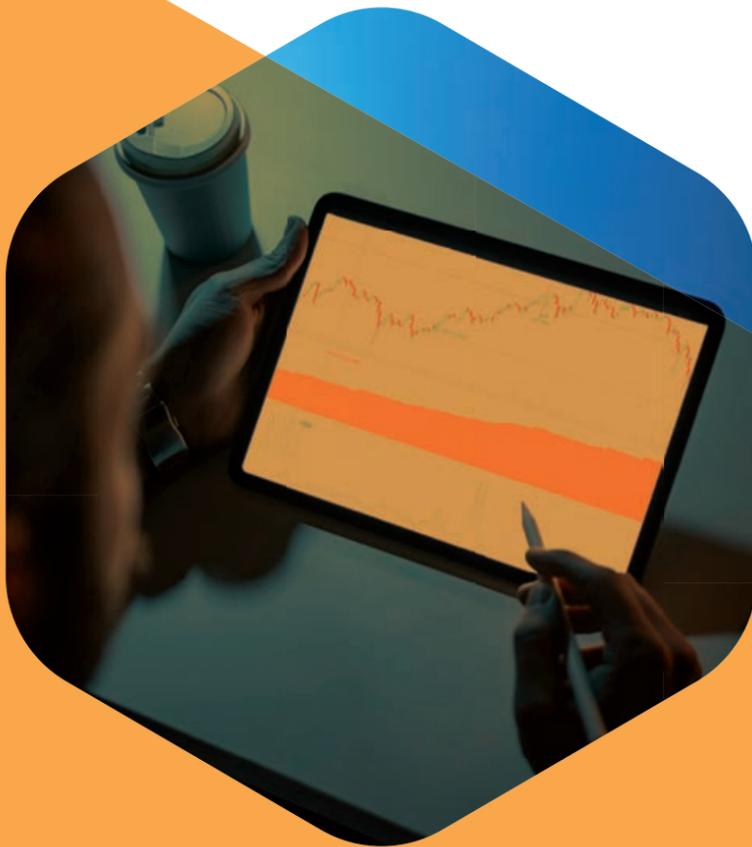
Las empresas de Mercabarna participantes en la reciente edición de Fruit Logística han sido Central Dica, Compagnie Fruitière, Fruits Flores, Fruits Ràfols, Frutas Diego Martínez, Frutinter, Gavà Grup, Gemüse-ring, Naranjas Torres, Nufri, Prats Fruits y Ronda Fruits.



**CitroFy**

Una tecnología de  
**CITROSOL**

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



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

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



@Citrosol\_com



CITROSOL

**CITROSOL**  
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com  
info@citrosol.com



valencia fruits  
dossier

# Agricultura Ecológica

# Buenas perspectivas para el mercado mundial de alimentos y bebidas ecológicos

En 2030 se espera que este segmento alcance una cifra de negocio de más de 518.000 millones de euros con una tasa de crecimiento anual del 13%

■ NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

El tamaño del mercado mundial de alimentos y bebidas ecológicos se valoró en 173.216 millones de euros en 2021, con una previsión de crecimiento anual del 13% para el periodo 2022-2030, según el estudio "Organic Food And Beverages Market Size, Share & Trends Analysis Report", elaborado por la consultora americana Grand View Research.

Uno de los principales factores que impulsan la expansión del mercado bio es la creciente concienciación sobre los beneficios para la salud asociados al consumo de productos ecológicos. Se prevé que las ventas de alimentos y bebidas ecológicos aumenten como resultado del cambio en el comportamiento de compra del consumidor. Además, la creciente popularidad de los productos no modificados genéticamente (no-GMO) entre los consumidores está impulsando el crecimiento de este mercado.

A pesar de tener precios más altos que los productos convencionales y de que el descenso del PIB mundial ha sido el mayor en décadas, las ventas de alimentos ecológicos experimentaron un repunte en 2020. La tasa de crecimiento de los alimentos y bebidas ecológicos envasados fue la más alta de todas las categorías de salud y bienestar. A partir de 2020, los consumidores cambiaron sus hábitos de compra y consumo de alimentos durante el periodo de la COVID-19 cuando se cerraron los restaurantes, y la cocina casera se convirtió en la práctica. Según el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), las compras de productos ecológicos de los consumidores alemanes se incrementaron un 22% ese mismo año.

**Las ventas de alimentos ecológicos han experimentado un repunte desde 2020**

La demanda de ingredientes ecológicos ha crecido en los últimos años, debido al deseo de mejorar la salud general de los consumidores y a la concienciación sobre los efectos nocivos de los ingredientes sintéticos. Asimismo, la participación de los gobiernos para ayudar a los consumidores a comprender la diferencia entre los productos etiquetados falsamente y los legítimos también ha contribuido al desarrollo general del mercado. Además, Gobiernos de todo el mundo han publicado ciertas directrices que prohíben el uso de productos químicos, pesticidas, hormonas de crecimiento y otros productos químicos sintéticos, lo que ha beneficiado al sector ecológico.



La demanda de ingredientes ecológicos ha crecido debido al deseo de mejorar la salud de los consumidores. / ARCHIVO

**Las frutas y verduras emergen como el sector líder del mercado y representaron en 2021 una cuota del 40% de los ingresos totales de alimentos orgánicos**

**La tendencia de las ventas online y las cajas de suscripción para productos orgánicos ha crecido significativamente en los últimos años**

## ■ LOS PRODUCTOS ESTRELLA

Las frutas y verduras emergen como el sector líder del mercado. En 2021 representaron una cuota del 40% de los ingresos de alimentos orgánicos. La tendencia de las verduras ecológicas se inició en las regiones desarrolladas, incluidas América del Norte y Europa, y se ha extendido a economías emergentes como India y China. Por su parte, Norteamérica y Europa son los mayores consumidores de alimentos ecológicos.

No obstante, se estima que el consumo de productos ecológicos de carne, pescado y aves de corral registre la mayor tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) del 14,9%, de aquí a 2030. Se prevé que la creciente preocupación por los conservantes y aditivos artificiales aumente el crecimiento de la demanda de los productos eco en los próximos años.

En cuanto al mercado de bebidas ecológicas se segmenta en bebidas no lácteas, café y té,

cerveza y vino, y otros, como zumos y refrescos. Es probable que las ventas de café y té registren la mayor TCAC, concretamente un 16,2%, durante el periodo de analizado debido al elevado consumo de té y café aromatizados por parte de los consumidores.

El mercado de las bebidas ecológicas está llamado a crecer exponencialmente, ya que los consumidores optan por las bebidas naturales frente a las carbonatadas debido a su amplia gama de beneficios para la salud.

## ■ CANALES DE DISTRIBUCIÓN

De acuerdo a los datos analizados por la consultora americana, el canal de distribución offline (establecimiento físico) es el que más ha contribuido al mercado global abarcando casi el 65% de las ventas. Estas tiendas tienen una amplia cartera de productos de marca y nacionales. Son tiendas físicas que incluyen hipermercados-supermercados, tiendas especializadas, tiendas de franquicias y tiendas gour-

**Entre 2022 y 2030 Asia-Pacífico será la región con el crecimiento más rápido, con una tasa del 17,5%**

met, entre otros. La comodidad y la capacidad de ofertar marcas populares han contribuido al crecimiento de este segmento. El aumento del número de cadenas de supermercados e hipermercados y la alteración del panorama minorista, sobre todo en las economías en desarrollo, están impulsando las ventas de alimentos y bebidas ecológicos a través de este canal.

Por otra parte, se prevé que el canal de distribución online registre una tasa de crecimiento anual del 13,6% de 2022 a 2030. Es probable que el aumento de la penetración de Internet y el marketing dirigido realizado por las empresas para llegar a todos los puntos de contacto con el cliente impulsen el crecimiento de este apartado. La tendencia de las ventas online y las cajas de suscripción para productos orgánicos ha crecido significativamente en los últimos años, lo que se espera que tenga un efecto positivo en el crecimiento del mercado. La rápida penetración de las tiendas de alimentación online y las plataformas de entrega de alimentos, junto con el aumento de la compra de teléfonos inteligentes, impulsarán aún más el crecimiento del mercado, según se desprende del estudio de la consultora americana.

## ■ PERSPECTIVAS POR PAÍSES

En cuanto a las perspectivas que este modelo productivo presenta a nivel mundial, Grand View Research expone que la disponibilidad de tierras de cultivo ecológico en EEUU, Australia y Argentina ha obligado a los organismos reguladores a elaborar políticas de apoyo para aumentar la producción de este tipo de alimentos. A su vez, prevé que este factor tenga un impacto positivo en la demanda durante el periodo de previsión.

Así las cosas, se pronostica que el mercado norteamericano de alimentos y bebidas ecológicos registre un aumento destacado debido a las ventajas únicas asociadas a los productos, como que son ecológicos, no contienen sustancias químicas ni residuos y son más saludables que los alimentos convencionales. Se prevé que la creciente concienciación de los consumidores sobre los beneficios de la ingesta de productos no modificados genéticamente impulsará el mercado norteamericano en un futuro próximo.

La consultora también vaticina que Asia-Pacífico será la región con el crecimiento más rápido, con una TCAC del 17,5% entre 2022 y 2030, debido a la tendencia al alza de alimentos listos para el consumo entre la clase trabajadora, así como un mayor número de 'millennials' en países como la India. China, India y Japón son los principales mercados, en términos de gasto de los consumidores en alimentos.

Por último, otro dato a tener en cuenta es el aumento sustancial de la demanda de alimentos congelados, debido al menor tiempo de preparación y cocción, que está abriendo nuevas vías en el mercado regional de alimentos congelados ecológicos.

## El mercado ecológico en cifras

En 2021, el tamaño del mercado mundial de alimentos y bebidas ecológicos alcanzó la cifra de negocio en 173.216 millones de euros y, de acuerdo a las previsiones de Grand View Research, se espera que supere los 191.000 millones de euros en 2022.

La previsión de su tasa de crecimiento anual es del 13,0% durante el periodo 2022-2030 para alcanzar los 518.884 millones de euros en 2030.

El segmento que mayor cuota de mercado ha obtenido en 2021 es el hortofrutícola superando el 35%. Esto se debe a la creciente demanda de verduras ecológicas en regiones desarrolladas y en desarrollo como Europa, América del Norte y Asia-Pacífico.

El deseo de mejorar la salud general de los consumidores y la creciente concienciación sobre los efectos nocivos de los ingredientes sintéticos serán los factores que, según la consultora americana, impulsarán el mercado mundial de alimentos y bebidas ecológicas en los próximos años.



► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Según el informe publicado por la Comisión Europea *“Organic Farming in the EU. A decade of organic growth”*, la proporción de tierras agrícolas de la Unión Europea dedicadas a la agricultura ecológica ha aumentado más del 50% en el periodo 2012-2020, con un incremento anual del 5,7%. Y no solo eso, fue en 2020 cuando este sector alcanzó su punto álgido registrando un aumento del 15% y una cuota de mercado de 52.000 millones de euros de acuerdo con los últimos datos recogidos por el Instituto de Investigación de Agricultura Ecológica FiBL e IFOAM – Organics International y publicados en la 23ª edición del anuario estadístico *“The World of Organic Agriculture”*.

En cuanto a la superficie, en 2020, 17,1 millones de hectáreas de tierras de cultivo en Europa eran ecológicas —siendo 14,9 millones de hectáreas pertenecientes a la Unión Europea—. Con casi 2,5 millones de hectáreas, Francia se convirtió en el nuevo país número uno en cuanto a tierras de cultivo bajo gestión orgánica relegando a España a la segunda posición, con 2.437.891 hectáreas. En tercer puesto se situó Italia con 2.095.380 hectáreas en superficie ecológica seguida de Alemania, con 1,7 millones.

En esta línea, durante ese mismo año, el estudio de FiBL e IFOAM contabilizaba 420.000 productores ecológicos en Europa y casi 350.000 en la Unión Europea y, en cuanto a procesadores orgánicos, 84.799 en Europa y más de 78.000 en la Unión Europea. Italia fue el país europeo que lideró el ranking de estas dos categorías, con 71.590 productores orgánicos y casi 23.000 procesadores. Por lo que respecta a los importadores, se registraron más de 6.800 en Europa y casi 5.800 en la Unión Europea situándose Alemania a la cabeza con casi 2.000 importadores.

En lo referente al mercado de alimentos frescos, la venta de productos orgánicos ha aumentado en todas las categorías en los últimos años, tanto en términos de volumen como en cuota de mercado. Las frutas y verduras frescas orgánicas representan un caso de éxito ya que, en Francia, Alemania, Italia y España el volumen comercializado aumentó más de un 50% entre 2012 y 2021, con una cuota de mercado del 9%. Además, el mercado ecológico europeo alcanzó su mayor tasa de crecimiento en 2020 con un 14,9% y destaca, entre los mercados clave, Alemania como país que experimentó un mayor crecimiento (22,3%).

Estos datos evidencian que la apuesta por lo ecológico ha pasado de ser una moda a consolidarse como una tendencia permanente, no solo porque los consumidores son cada vez más conscientes de la importancia de la alimentación saludable y del impacto de la agricultura sobre el medioambiente, sino también por las diferentes estrategias de la Unión Europea, como el “Pacto Verde” o “De la Granja a la Mesa”, que impulsan un cambio urgente de paradigma para poder consolidar un modelo de producción que respete el entorno y garantice la seguridad alimentaria con el objetivo, para 2030, que el 25% de las tierras agrícolas de la UE sean ecológicas.

# La inflación ralentiza el crecimiento del sector ecológico en Europa

Tras una década de aumento continuo, la subida de precios y la caída del consumo pasan factura a los productos orgánicos



El mercado de productos orgánicos alemán es el que ha experimentado un mayor crecimiento en los últimos años. / VF

No obstante, esta tendencia no ha logrado resistir las consecuencias de una situación económica global, cuanto menos, compleja. Las repercusiones de la invasión rusa de Ucrania, las interrupciones comerciales, el aumento general de los costes y la inflación han derivado en multitud de complicaciones para los productores orgánicos y en una caída de la demanda de los productos bio, provocando con ello un retroceso en el sector.

## ■ ESTANCAMIENTO

Si bien aún no se han contabilizado y registrado los datos que demuestran este estancamiento en el mercado ecológico europeo, son varias las fuentes del sector que ya lo advierten. Las altas tasas de inflación en toda Europa impulsadas por el

**En 2020, con casi 2,5 millones de hectáreas, Francia se convirtió en el nuevo país número uno en cuanto a tierras de cultivo bajo gestión orgánica relegando a España a la segunda posición, con 2.437.891 hectáreas**

**Las frutas y verduras frescas orgánicas representan un caso de éxito ya que en Francia, Alemania, Italia y España el volumen comercializado aumentó más de un 50% entre los años 2012 y 2021**

**Las altas tasas de inflación y el aumento de costes han derivado en multitud de complicaciones para los productores orgánicos y en una caída de la demanda de los productos bio**



Este estancamiento del mercado ecológico europeo no subestima la década de crecimiento que le precede. / ARCHIVO

aumento de los precios de las materias primas y la energía pronostican no solo una reducción de la superficie agrícola dedicada a la producción ecológica, sino también una caída de las ventas de los productos orgánicos por disminución del poder adquisitivo de los consumidores y la contracción del consumo.

A nivel de campo, según el gerente de la Asociación Agraria Jóvenes Agricultores (Asaja) de Ciudad Real, Agustín Miranda, uno de los motivos que explica el descenso que ha experimentado la superficie de agricultura certificada es la vorágine de incremento de costes que viene sufriendo el sector desde hace una larga temporada. “Como en todos los negocios se miran los ingresos y los gastos y a veces los gastos por producir cultivos ecológicos es más alto que el precio que pagan en el mercado por ellos”, explica Miranda, incidiendo también en la situación que atraviesa el mercado de estos productos.

En este sentido y en referencia a las preferencias de consumo actuales, el barómetro “Retail Trends 2023”, que ha realizado Aecoc Knowledge expone que seis de cada diez consumidores afirma que lo más importante es poder comprar lo más barato posible. Para la responsable de desarrollo comercial de Aecoc Retail Knowledge, Natalia Marcó, “el precio condiciona actualmente las decisiones de compra y los consumidores responden ante productos y servicios posicionados en ahorro”. Sin embargo, también se observa otro espectro del público en el que la calidad, la salud y la sostenibilidad se mantienen como motivaciones para gastar un poco más, en un contexto en el que suben levemente las ventas premium.

Por su parte, el gerente de la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de la provincia de Almería, Coexphal, Luis Miguel Fernández, destaca un descenso contundente de la demanda de productos frescos ecológicos y lo atribuye a la inflación. “Los consumidores solían tener en cuenta variables como el origen o la variedad a la hora de escoger los productos frescos, pero ahora todo se reduce al precio. Si antes no les importaba pagar unos céntimos de más por un producto ecológico, ahora apuestan por lo convencional porque es más económico”. En este sentido ha destacado también la caída de las ventas en Alemania —primer destino de los productos de Coexphal— que, según la asociación alemana de agricultores (DBV), se trata de la primera vez que el mercado de este tipo de bienes de consumo se contrae en toda su historia en el país.

No obstante, este estancamiento del mercado ecológico europeo no frena las buenas perspectivas ni subestima la década de crecimiento que le precede. Agentes del sector están convencidos de que se trata de un momento puntual y que, cuando finalice la guerra y los cauces económicos vuelvan a ser estables, la demanda de los productos ecológicos volverá a crecer ya que, según afirma Fernández, “el camino de lo ecológico es el único camino a seguir”.

# La compra de alimentos ecológicos retrocede en Francia

El gasto de los consumidores galos en productos bio desciende por debajo de los niveles de 2019

► NR / OO. REDACCIÓN.

El consumidor francés sigue adquiriendo productos ecológicos y esta línea mantiene su atractivo. Sin embargo, detrás de esta aparente buena noticia, se esconde un descenso del consumo. Los alimentos bio pierden terreno entre los hábitos de compra de los franceses y el gasto se sitúa actualmente por debajo de los niveles de 2019.

Un artículo de Gaëlle Le Floch, directora de Marketing de Kantar Worldpanel, publicado el 15 de diciembre de 2022 bajo el título 'Bio: ¿hacia un nuevo punto de equilibrio?', analiza la evolución que ha seguido en los últimos años el consumo en Francia y propone acciones para relanzar el interés por este tipo de productos.

Entre los datos que aporta el artículo, Gaëlle Le Floch señala que los compradores han reducido su gasto una media de 15 euros al año por hogar. Gastan menos porque espacian sus visitas (un acto menos en los últimos doce meses en comparación con los doce anteriores) y compran menos por acto.

La situación es aún más alarmante en el caso de los productos frescos tradicionales. En este segmento, 600.000 hogares compraron PFT ecológicos el año pasado y no volvieron a adquirir ninguno en los siguientes 12 meses.

Como consecuencia, el peso del ecológico en el gasto de los franceses retrocede por debajo de los niveles de 2019. Tras la época dorada vivida hasta 2018, luego llegó la crisis sanitaria y sus 'compras de pánico', y ahora toca navegar por las turbulencias de una crisis inflacionista y sobre todo defender los productos ecológicos para mantener los surtidos.



Los consumidores franceses miran más allá del precio nominal para fijarse en la relación calidad-precio. / ARCHIVO

## ■ RAZONES PARA EL OPTIMISMO

A pesar de ello, asegura en su artículo Gaëlle Le Floch, sigue habiendo razones para no rendirse. En primer lugar, si se sitúan los alimentos ecológicos en una perspectiva a largo plazo, su democratización no tiene precedentes. Mientras que a principios de la década de 2000 los alimentos ecológicos solo estaban al alcance de uno de cada dos hogares franceses, 22 años después casi todos compran alimentos bio.

En segundo lugar, la razón de ser de los alimentos ecológicos sigue formando parte de las preocupaciones de los hogares franceses. Es cierto que las preocupaciones presupuestarias son cada vez más importantes, pero la ecología también se encuentra en primera línea. En cuanto a la salud, es la cuarta preocupación de los hogares franceses.

La directora de Marketing de Kantar Worldpanel indica que conviene analizar la parte 'mecánica' de esta recesión. Y en este sentido se apunta que la crisis sanitaria ha eclipsado el tema de los pesticidas y ha golpeado a la agricultura ecológica en el corazón de su fragilidad. Una fragilidad que radica en su carácter singular, es decir, una oferta masiva y de nicho al mismo tiempo. Como la otra cara de la misma moneda.

Todo el mundo adquiere este tipo de productos, pero relativamente poco en comparación al volumen total del resto de sus compras. Esta singularidad la hace aún más frágil a cualquier contracción de la frecuencia de compra. Y esto es lo que ocurrió durante la crisis sanitaria. Los consumidores repostaron más, incluso en grandes cantidades,

## Futuro incierto

Tras meses con un crecimiento exponencial, el mercado de los productos ecológicos en Francia está experimentando un importante retroceso con la caída del consumo de los hogares en supermercados y tiendas especializadas. Ante este escenario, La Maison de la Bio ha lanzado un estudio en colaboración con Credoc para proyectar el futuro del sector orgánico del mercado francés en 2027, en el que se han identificado cuatro escenarios, tal y como recoge la revista francesa especializada LSA.

Según se desprende del estudio, en los dos escenarios más ambiciosos habría la posibilidad de alcanzar un crecimiento entre el 10 y el 15% anual gracias a una fuerte acción política y pública. Para ello, "deberían destinarse recursos a I+D y educación para tener una política agrícola común estimulante", explica Pierrick De Ronne, presidente de La Maison de la Bio. Además, una mejor distribución del valor y eficiencia operativa permitiría reducir la brecha de precios entre orgánico y convencional, factor que los consumidores señalan como importante. Los programas de financiación llevarían a las empresas a invertir para cumplir las expectativas de los franceses de combinar comercio local, orgánico y justo. Se espera que la consecución de estos escenarios tendría importantes beneficios para el país: creación de empleo, creación de valor, aumento de las exportaciones y aumento de la superficie agrícola orgánica.

Sin embargo, por otro lado, el estudio considera otras dos posibles situaciones. Un escenario tendencial (+5% año), que sería una prolongación de la situación económica de los últimos años, moderada por la fuerte ralentización reciente, y que llevaría a un crecimiento del mercado en torno a un 5% anual. Por último, una tendencia desfavorable que se enmarcaría en un contexto de disminución del poder adquisitivo, desconfianza del consumidor, regulaciones desfavorables, resultando en un mercado orgánico estancado o incluso con una caída del 5% anual. ■

► DECCO.

Con la aprobación del Pacto Verde Europeo y todas las regulaciones que vienen asociadas, se hace todavía más patente si cabe la necesidad de orientar las políticas de investigación a desarrollar soluciones más sostenibles, que aporten mucho más valor mientras que su impacto medioambiental sea mínimo.

La postcosecha es el nexo entre la producción y la distribución de frutas y verduras frescas, por lo que tiene un rol capital en la reducción del desperdicio alimentario y en la mejora de la sostenibilidad de la cadena agroalimentaria.

En Decco trabajamos para proteger la frescura, preservar la calidad y vigilar la seguridad alimentaria. Esta difícil misión se consigue trabajando codo con codo con la industria agroalimentaria, mejorando soluciones año a año e inno-

## Alíate con la naturaleza para mejorarla

vando sobre las soluciones establecidas.

### ■ RECUBRIMIENTOS VEGANOS Y ECOLÓGICOS

Los recubrimientos desarrollados por el equipo de I+D+i de Decco, se basan en la regulación existente en la Unión Europea nº 1333/2008. Las regulaciones aprobadas por la Comisión Europea nos garantizan que los bienes consumidos son seguros para el aplicador, el distribuidor y el consumidor.

Esta campaña 2022-23, en Decco Ibérica hemos lanzado dos nuevas soluciones de recu-



brimientos que están aportando grandes resultados en esta primera mitad de campaña en cítricos, se trata de Citrashine Vegan y Decco Natur Vegan.

**Citrashine Vegan:** Nueva formulación certificada para su uso en productos destinados al mercado Vegano. Los recubrimientos de Decco en este caso ayudan a preservar la calidad de los frutos, retrasando la senescencia de los mismos.

**Decco Natur Vegan:** Cobertura vegetal que retrasa la pérdida de peso del fruto, evitando su degradación y la consecuen- te pérdida de calidad. Este recubrimiento tiene certificado vegano y ecológico.

Soluciones que Decco aporta para la agricultura vegana y ecológica y que redundarán en ayudarnos a conseguir nuestro objetivo de Más y Mejor fruta para el mundo, en una alianza con la naturaleza para mejorarla.

aún después de las ‘compras de pánico’, mientras sentían que los precios subían, y esto mucho antes de la inflación. En última instancia esto penalizó la oferta ecológica.

Por último, “observamos en nuestras últimas encuestas que los franceses vuelven a poner el acento en la calidad de sus platos, además de fijarse en el precio. Estas son buenas razones para tener esperanza y no desinvertir, pero no serán suficientes para asegurar la agricultura ecológica. Debemos actuar rápidamente sobre las razones estructurales de este declive”, afirma en su artículo Gaëlle Le Floch.

“Es necesario actuar —continúa— porque son menos los hogares que afirman querer comprar alimentos ecológicos más a menudo en el futuro. Y una mayor proporción sigue indecisa”. Con datos de junio de 2022, el 24% no sabía si aumentaría, mantendría o disminuiría sus compras de productos de alimentación ecológica, frente al 7% de hace 5 años. Solo el 15% tenía intención de aumentar sus compras en los próximos seis meses, 18 puntos menos que en 2018.

**Hay que limitar las subidas de precios para evitar marginar a los productos ecológicos en estos tiempos de crisis inflacionista**

#### ■ RELANZAR EL CONSUMO

Por ello, desde Kantar Worldpanel recomiendan realizar cuatro acciones contundentes, tanto en la comunicación en torno a la etiqueta, como en la disponibilidad del producto, para relanzar el consumo bio.

En primer lugar, comunicar de forma más masiva las promesas fundamentales del sello: un imperativo que conlleva un doble desafío. Por un lado, las etiquetas y reivindicaciones inspiran cada vez menos confianza y han perdido su poder de persuasión. Por otra parte, las razones para comprar productos ecológicos están disminuyendo. La combinación de “beneficios para la salud” y “beneficios para el medioambiente” va de la mano de la motivación de los consumidores. Cuanto más busquen garantías en estos dos ámbitos simultáneamente, mayores serán sus niveles de convicción y lealtad hacia lo ecológico.

Sin embargo, los consumidores declaran que cada vez compran menos productos ecológicos por estas razones clave en su proceso de toma de decisiones. Un descenso continuo desde 2020. Por ello, hay que reafirmar la ejemplaridad de la línea ecológica.

En segundo lugar, Kantar recomienda pasar a la ofensiva y distanciarse de otras marcas y menciones: el entorno competitivo ya no es el mismo. Por ejemplo, el sistema *nutri-score* ha experimentado un aumento irresistible, aportando tranquilidad a los compradores. El 96% de los hogares la conoce, frente a solo el 21% en 2018. El 40% cree que les permite elegir productos más sanos y un tercio de los hogares lo consideran muy importante a la hora



Es necesario reafirmar la ejemplaridad de la línea ecológica. / ARCHIVO

de comprar determinados productos.

Otra medida propuesta por Kantar es limitar las subidas de precios para evitar marginar a los productos ecológicos en estos tiempos de crisis inflacionista. Siempre es importante trabajar en la justificación del precio, que continúa siendo el principal obstáculo para comprar productos ecológicos, pero sorprendentemente está disminuyendo (69% de los encuestados frente al 74% en 2018). De hecho, los consumidores miran más allá del precio nominal para fijarse en la relación calidad-precio. Es decir, hay que cuestionarse

el lugar adecuado del producto orgánico en la cesta compra. El problema actual no debe limitarse a la presión sobre el poder adquisitivo. El descenso no se concentra en los hogares con mayores dificultades económicas, y el mercado tampoco ha cambiado de rostro en cuanto a clases socioeconómicas.

Por último, en alimentación, se sanciona la calidad y el sabor percibidos en comparación con los productos no ecológicos. Son requisitos previos. Criterios que pueden parecer secundarios pero que en realidad sancionan la imagen de los alimentos ecológicos si no se cumplen.

**FRUTAS Y HORTALIZAS**

**BOUQUET**  
*bio*

**RACIONES DE BIO PARA EL CAMPO**

BIO es VIDA  
Para el Campo y nuestros agricultores

Para las personas  
Para el planeta

Anecoop #RacionesDeVidaParaElCampo bouquet.es

VICENTE FARO CARRIÓ / Presidente del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad Valenciana (CAECV)

# “La agricultura ecológica es una respuesta de futuro”

*El compromiso con el planeta y la calidad de los productos fruto de la agricultura ecológica son argumentos más que suficientes para pensar que esta forma de producir tiene un buen futuro por delante. Vicente Faro, presidente del CAECV, habla de resultados, evolución y presente en una entrevista en la que deja claros conceptos que pueden ir aparejados como ecológico y proximidad, pero no siempre porque, por ejemplo, más del 60% de la producción ecológica valenciana cruza fronteras. Ahora el reto está en convertirse en la elección de más consumidores.*

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Empezamos por lo más básico, ¿qué es la agricultura ecológica y cuáles son las características que la hacen diferente a otras formas de producción?

**Vicente Faro Carrió.** Lo podría definir como que es una normativa europea, única para todos los operadores europeos, pero me gusta más la definición que da el Ministerio: la producción ecológica combina las mejores prácticas en materia de medioambiente y clima junto con un elevado nivel de biodiversidad y la conservación de los recursos naturales, así como la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal y sobre producción que responden a la demanda, expresada por un creciente número de consumidores, por los productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales.

Es por ello que los sistemas de producción ecológicos ejercen un papel social doble: por una parte, aportan alimentos ecológicos a un mercado específico que responde a la demanda de los consumidores y, por otra, bienes públicos que contribuyen a la protección del medioambiente, al bienestar animal y al desarrollo rural. En definitiva, estamos acorde con la ODS nº2 ya que producimos alimentos saludables y sostenibles.

**VF.** ¿Creen que es una respuesta de futuro única o combinada con otras formas de agricultura?

**VFC.** Lo que tenemos claro es que es una respuesta de futuro. De hecho, tras la última reforma legislativa del pasado año se han implementado normativas para asegurar las garantías y la homogenización de las exigencias de estos alimentos, aumentar la cantidad de ellos, pero, sobre todo, facilitar la incorporación de pequeñas y medianas explotaciones a este sistema de gestión.

No creemos que sea la única, porque no somos quién para decir que no cabe otra forma de producir alimentos, pero lo que sí que parece lógico defender es que debemos producir con métodos que respeten el medioambiente y protejan la salud de las personas y, en ese sentido, la agricultura ecológica cumple a la perfección con estas premisas.

**VF.** ¿Cómo ven desde el CAECV la llegada de otras formas de agricultura sostenible que no exige certificación?

**VFC.** Consideramos que no se debe excluir a nadie, pero lo que sí que debe quedar claro



Vicente Faro apunta que hay saber diferenciar entre producto ecológico y producto de proximidad. / CAECV

es que otras formas de producción sostenible que no tengan una certificación ecológica no pueden denominarse alimentos ecológicos.

Debemos esforzarnos en saber distinguir y diferenciar entre un producto ecológico y un producto de proximidad, por ejemplo. Un producto ecológico no tiene por qué ser de proximidad y un producto de proximidad no tiene por qué ser ecológico, aunque ambos provengan de principios de producción sostenible.

Si un producto no está certificado como ecológico por un organismo de certificación, ya sea público o privado, nunca puede denominarse ecológico. También podría denominarse: Regenerativa, Biodinámica, Permacultura... pero también comparten en común la certificación de Ecológico, que no es incompatible.

**VF.** ¿Qué ventajas ofrece la agricultura ecológica al productor sobre la convencional?

**VFC.** Es evidente que, en los últimos años, la agricultura ecológica ha crecido de una forma importante. Esto significa que hay mercado para ello y que la agricultora o el agricultor ecológico consideran que este método de producción es rentable y tiene futuro. Sin duda, es un elemento diferenciador que implica calidad y compromiso y son valores cada vez más demandados por el consumidor, sin duda puede que sea una de las herramientas más eficien-

tes para separarse o huir de la globalización.

**VF.** ¿Cuál es la situación actual, en una breve pincelada, de la agricultura ecológica en la Comunidad? ¿Cuál es la evolución en superficie certificada y en productores?

**VFC.** La Comunitat Valenciana cerró el año 2021 (últimos datos oficiales disponibles) con 153.503 hectáreas certificadas en agricultura ecológica y 4.263 operadores (agricultores, empresas e importadores)

Sobre la evolución podemos decir que se ha ido incrementando en los últimos años. Si hablamos de la superficie, entre 2020 y 2021 el incremento ha sido del 4,5%, mientras que en operadores ha superado el 20%. Esto es un claro indicador del tipo de productores que están incorporándose explotaciones pequeñas y medianas de regadío con frutales y hortícolas.

El sector ecológico de la Comunitat Valenciana ha generado en 2021 un volumen de facturación de 736,2 millones de euros, un 17,6% más que en 2020, cuando alcanzó la cifra de 626 millones de euros.

**VF.** ¿En qué dirección se ha avanzado en los últimos años?

**VFC.** La agricultura ecológica ha evolucionado en los últimos años de tal manera que en estos momentos está presente en el 86% de los municipios de la Comunitat Valenciana. De los 542 municipios que conforman nuestro territorio, 468 tienen algún tipo de cultivo ecológico. En 2020 estábamos presentes en 450 municipios (el 83%).

En los últimos años, la media de edad de las personas que se incorporan a la actividad ecológica certificada es de 48 años. El 30% de las productoras ecológicas certificadas por el CAECV son mujeres. En dos años se ha producido un incremento de la incorporación de la mujer al sector ecológico del 26%.

Estos dos datos (el de la edad media de las personas que se incorporan a la actividad ecológica y el de la representatividad de la mujer dentro del sector), demuestran que el sector ecológico de la Comunitat Valenciana está resolviendo dos problemas históricos que tiene el sector agrario: la falta de relevo generacional y la incorporación de la mujer.

**VF.** ¿Qué productos predominan en la agricultura ecológica valenciana? ¿Se está observando algún cambio de tendencia desde el CAECV?

**VFC.** El viñedo para vino, los frutos secos, el olivar para aceite, los cítricos y los cereales son los cultivos predominantes en nuestro sector, principalmente radicados en las comarcas de Utiel-Requena, el Rincón de Ademús, Els Ports, El Comtat y L'Alt Palancia.

Las tendencias se siguen manteniendo a lo largo de los años en cuanto a los principales cultivos y las zonas productivas,

“Debemos producir con métodos que respeten el medioambiente y protejan la salud de las personas”

“La agricultura ecológica es un elemento diferenciador que implica calidad y compromiso y son valores cada vez más demandados por el consumidor”



La agricultura ecológica es un elemento diferenciador según Vicente Faro. / VF

aunque si bien es cierto que las políticas de comercio ecológico y de cercanía por ejemplo en comedores escolares está motivando a pequeños agricultores a sumarse, ya que antes siempre se asociaba la agricultura ecológica a exportación, y estos canales de venta directa aumenta la renta de los agricultores.

**VF.** *¿Cuáles son las perspectivas teniendo en cuenta la coyuntura geopolítica tan compleja que afecta a los costes y al consumo?*

**VFC.** Todo parece indicar que el sector ecológico va a seguir creciendo a todos los niveles y en todos los lugares, porque desde la Unión Europea se están incentivando políticas que apuntan hacia esa dirección.

La coyuntura geopolítica es compleja, pero entre todos debemos de buscar soluciones para que esta situación sea lo más coyuntural posible y que productores y consumidores no se vean afectados por situaciones de este tipo.

No podemos olvidar que a su vez la UE está limitando cada vez la utilización de principios activos de síntesis para el campo y nuestra experiencia está sirviendo muy positivamente para mostrar otros sistemas de producción más próximos a la producción ecológica.

**VF.** *¿Qué tendencias de consumo están observando en España? ¿Y en Europa?*

**VFC.** En los últimos años el consumo interno se está incrementando, pero a niveles muy inferiores de los esperados. En Europa la tendencia es diferente



Vicente Faro: "El consumo interno se está incrementando, pero a niveles muy inferiores de los esperados". / CAECV

porque el consumo está mucho más estandarizado y se ha hecho un trabajo muy importante durante muchos años.

**VF.** *¿Cómo afecta a los productos ecológicos valencianos?*

**VFC.** De todo lo que producen los operadores ecológicos de la Comunitat Valenciana, solo consumimos aquí el 16%, mientras que el 23% se consume en el resto de España. El otro 61% los exportamos al resto del mundo.

De ahí la necesidad de que en comedores escolares, residencias, hospitales y demás lugares públicos se ofrezcan alimentos ecológicos y que los decretos que regulan los concursos públicos incrementen la obligatoriedad de un porcentaje mínimo de este tipo de alimen-

**"El sector ecológico de la Comunitat Valenciana está resolviendo dos problemas históricos que tiene el sector agrario: la falta de relevo generacional y la incorporación de la mujer"**

**"De todo lo que producen los operadores ecológicos de la Comunitat Valenciana, solo consumimos aquí el 16%, mientras que el 23% se consume en el resto de España. El otro 61% los exportamos"**

tos. Se trata de una iniciativa que introdujo legislativamente hablando el Ayuntamiento de València y que está a punto de publicarse para toda la Comunitat. Es una medida rápida y

sencilla para incrementar el consumo interno.

**VF.** *¿Cómo va el actual Plan Valenciano de Producción Ecológica? ¿Está cumpliendo los objetivos que se marcaba?*

**VFC.** La Comunitat Valenciana ha sido pionera en la puesta en marcha del I Plan de Producción Ecológica. En estos momentos ya estamos por el segundo plan y con la experiencia del primero, los compromisos siguen a una velocidad de crucero y nos encargaremos de valorar en 2025, fecha en la que termina este segundo plan.

**VF.** *Estamos en un momento muy especial para la promoción de la agricultura ecológica que encuentra un nuevo altavoz en Terra Eco, ¿puede comentarnos en qué consiste esta cita y los detalles básicos para poder asistir?*

**VFC.** Desde la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica se ha creído oportuno, dado que el sector ecológico en la Comunitat Valenciana ha sido un referente nacional en los últimos años, poner en marcha una feria profesional del sector en nuestro territorio.

Terra Eco nace con el objetivo de impulsar y apoyar al sector agroalimentario ecológico de proximidad, así como dar visibilidad a las últimas innovaciones tecnológicas en la producción ecológica, en el que participaran empresas certificadas en producción ecológica, operadores, comercializadores, mayoristas y firmas de biotecnología agraria.

Además, los operadores certificados por el CAECV, gracias al acuerdo firmado entre Feria Valencia y la Conselleria de Agricultura, pueden beneficiarse de un precio especial.

# DECCONatur Vegan

## Recubrimiento

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



deccoiberica.es

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

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



# Necesitamos Terra Eco



Por DAVID TORRES GARCÍA (\*)

Después de muchos años, la Comunitat Valenciana volverá a tener una gran feria agraria, dando respuesta a una de las grandes aspiraciones del sector en los últimos años y, como no podía ser de otra manera, esta estará dedicada al sector ecológico.

Terra Eco arrancará el próximo 22 de marzo en Feria Valencia que durante dos días se convertirá en el centro de la agricultura y producción ecológica del Mediterráneo, ya que, a pesar de tener denominación de origen valenciana, estará orientada también al sector nacional e internacional. La misión de esta propuesta innovadora es la de ser escaparate y catalizadora de la gran cantidad de proyectos, agentes, operadores y empresas que están desarrollando su actividad en el sector ecológico en estos momentos, por lo que es una apuesta por dar visibilidad a la importancia y el valor de la producción e innovación del sector; así como a los beneficios sociales, ambientales y económicos del mismo.

Terra Eco pretende poner en valor no solo la producción ecológica, sino también acercar todos los avances en I+D+i que se están desarrollando, por lo que, en la parte expositiva, más comercial y profesional, podremos encontrar una parte congresual que va a contar, entre otras acciones, con el congreso Biocítricos entorno a la investigación y divulgación de la citricultura ecológica.

También tendrán espacio en esta primera edición los bioestimulantes y los agronutrientes, con diferentes charlas, mesas y también exposición de empresas donde se podrán conocer las propuestas más innovadoras y sus usos enfocados a luchar contra la emergencia climática, para mejorar nuestra salud y para la calidad de los alimentos.

Habrará espacio también para mesas redondas donde conocer



Terra Eco se celebrará los días 22 y 23 de marzo en Feria Valencia en la capital del Turia. / TERRA ECO

estrategias innovadoras en la comercialización de productos ecológicos, los últimos avances en material vegetal, catas guiadas de productos ecológicos y visitas externas para conocer experiencias prácticas en la Comunitat Valenciana.

Por tanto, nos encontramos en un espacio diferente, transversal e innovador, donde cualquier agente del sector encuentra su lugar para compartir o comercializar sus productos y su conocimiento. Un espacio que no es casual que se haya impulsado en la Comunitat Valenciana, ya que contamos con las características y la generación de un clima empresarial muy propicio para el desarrollo productivo, pero también para el desarrollo de soluciones tecnológicas en equipos, agronutrientes, bioestimulantes, control biológico de plagas y, en definitiva, de soluciones adaptadas a la producción ecológica. Aunque no solo para esta, todas

**“Nos encontramos en un espacio diferente, transversal e innovador, donde cualquier agente del sector ecológico encuentra su lugar para compartir o comercializar sus productos y su conocimiento”**

estas soluciones innovadoras ya se están implantando cada vez más en la agricultura convencional para mejorar la sostenibilidad global de la agricultura.

Además, desde la puesta en marcha del I Plan Valenciano de Producción Ecológica y el actual II Plan Valenciano de Transición Agroecológica, en la Comunitat Valenciana contamos con importantes datos de crecimiento en la producción ecológica, aumentando en todos los indicadores por encima de la media europea y española, lo que hace de esta comunidad una contribuyente neta a que tanto España y Europa puedan cumplir los objetivos

fijados en el Pacto Verde Europeo de reducción de productos de síntesis e incremento de superficie ecológica.

Tal es así que en estos momentos contamos ya con una superficie ecológica de 153.503 hectáreas, un 4,5% más que en 2020 y un 134,5% más que en 2011, situándonos ya en un 20,5% de superficie ecológica útil, y muy cerca del 25% fijado por el Pacto Verde Europeo para el 2030, frente al 10% del total de España y el 8,5% de Europa actualmente.

Destacan también los 4.263 operadores ecológicos que proporcionan cantidad, calidad y diversidad en sus productos para

poder abastecer el consumo interno y externo y que con una media de edad de 48 años y el 30% mujeres dan respuesta a problemas como el relevo generacional, el envejecimiento y la incorporación de la mujer al sector agrario. Por lo que podemos destacar que vamos dando respuesta a los principales problemas del campo y del medio rural, garantizando el futuro de la alimentación saludable y sostenible en España y en Europa.

No podemos olvidarnos de nuestra vocación exportadora que también da sentido a esta feria con vocación internacional, ya que un 16% de nuestro producto se consume en la CV y un 23% en el resto de España, pero un 51% en Europa y un 10% en el resto del mundo. Aunque cierto es que en los últimos años el consumo interno ha ido aumentando, gracias a las campañas de promoción y sensibilización y se prevé que siga aumentando debido al esfuerzo realizado para articular la compra verde en la restauración colectiva, donde tendrá un papel fundamental el nuevo decreto de alimentación saludable que ya contempla el consumo de un 15% en toda la restauración pública hasta llegar al 25% en los próximos 3 años.

Si a estos datos sumamos el reconocimiento que nos ha otorgado la Comisión Europea en 2022 nombrándonos finalistas en los premios a mejor región ecológica europea, reconociendo el trabajo realizado desde la Administración en la promoción de la producción ecológica, sin duda queda claro que la Comunitat Valenciana necesitaba de Terra Eco.

(\*) Director general de Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana

## El Ministerio de Agricultura pone en marcha un curso de asesoramiento en agricultura ecológica

El curso se ofrece en línea a través del campus virtual

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha puesto en marcha el curso de Asesoramiento en Agricultura Ecológica para dar a conocer los fundamentos básicos de la producción agraria en ecológico y ofrecer una panorámica de la legislación que lo regula. Con esta iniciativa se quiere mejorar la capacidad de los operadores de este sector; al tiempo que se contribuye a mejorar la visibilidad y puesta en

valor del sector agroalimentario para el medio rural y la economía española.

El curso, que se ofrece en línea a través del campus virtual, está dirigido principalmente a asesores de explotaciones en activo y profesionales con interés en desarrollar su actividad en la producción ecológica. Está impartido por profesionales del sector, que han colaborado en la elaboración de los materiales didácticos, que servirán de apoyo

**El temario aborda aspectos como la normativa y control de la Unión Europea, la PAC, el asesoramiento práctico, el emprendimiento o la comercialización**



El curso mostrará los fundamentos básicos de la producción ecológica / MAPA

para que los alumnos, de manera autónoma, puedan realizar el itinerario formativo y la evaluación. El formato práctico del curso facilita que sea ameno de seguir y que los alumnos puedan realizarlo a su ritmo.

El temario abordará aspectos como la normativa y control de la Unión Europea, la Política Agraria Común en el periodo 2023-2027, el asesoramiento práctico en agricultura ecológica, la gestión integrada de plagas, el emprendimiento o la comercializa-

ción de la producción ecológica. Con esta iniciativa, el ministerio muestra su compromiso con la innovación formativa, no solo a través del fomento de la enseñanza virtual, sino con la oferta de esta nueva modalidad de curso en línea masivo, para que pueda acceder un mayor número de alumnos. Dentro de esta apuesta innovadora, está previsto que se inicie en el próximo mes de marzo otro curso sobre asesoramiento en explotaciones agrícolas y ganaderas.

XAVI PARRA / Doctor en Química y director de I+D+i en Citrosol

# “Química verde para una agricultura ecológica eficaz”

Xavi Parra está al frente del laboratorio de Citrosol, un centro de vanguardia dedicado a la investigación y desarrollo de nuevas técnicas postcosecha, y en esta entrevista ofrece una perspectiva de cómo la postcosecha puede adaptarse a las necesidades de la agricultura ecológica. Una “química verde” que posibilite “conseguir eficacias equivalentes a las de los productos químicos tradicionales sintéticos” dentro del modelo ecológico.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Era más seguro consumir frutas y hortalizas frescas hace 40 años que ahora?

**Xavi Parra.** Esta cuestión es muy recurrente. Efectivamente existe la creencia de que antiguamente la gente se alimentaba de forma más natural, más segura y saludable, con “menos química”. El primer punto importante para contestar a esta cuestión es concretar cuál es el horizonte temporal para dicha comparativa. Si nos remontamos a los 40 años que mencionas, la respuesta es que no. Desde 1980 hasta ahora las autoridades nacionales y europeas, y en todos los continentes han retirado del mercado muchos fitosanitarios por el riesgo para los humanos, o el medioambiente, que su uso conllevaba. El caso del DDT u otros insecticidas es paradigmático. Se han retirado por exigencia de las autoridades muchos productos que entrañaban algún riesgo.

Ahora se come más sano. Los riesgos mencionados son escrupulosamente evaluados por los organismos reguladores, en Europa la EFSA por ejemplo, restringiendo la salida al mercado solamente a aquellos productos que sean 100% seguros, fijando su dosis de uso y su límite máximo de residuos en fruto (LMR), y estableciendo programas de monitorización y control para asegurar su cumplimiento. En definitiva, tomando todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad del consumidor y el medioambiente. En este sentido, todos estos requisitos y medidas de evaluación y control se han ido intensificando y endureciendo con el paso de los años, y ahora es sin duda mucho más seguro consumir frutas y hortalizas frescas tratadas que hace 40 años, y desde luego que cuando empezaron a usarse los primeros productos fitosanitarios, cuando la normativa aún estaba por desarrollarse en su plenitud.

**VF.** ¿Cómo ve el futuro de la postcosecha?

**XP.** Existen dos tendencias fundamentales a las que la tecnología postcosecha tendrá que dar sin duda respuesta firme en los próximos años, encaminando sus desarrollos e innovaciones en esa dirección: la sostenibilidad o respeto por el medioambiente y la creciente demanda de productos hortofrutícolas más naturales, sin residuos de productos químicos sintéticos, con las denominaciones de orgánico, ECO o BIO.

**VF.** ¿Cuál es la propuesta de Citrosol para esa agricultura sostenible?

**XP.** La demanda de tecnologías sostenibles, basadas en la economía circular, el uso res-

ponsable de recursos y el respeto por el medioambiente es ya una tendencia imparable, tanto por la presión legislativa (la normativa en materia de medioambiente, así como los controles, se han ido endureciendo con los años) como por la presión del consumidor; a causa del aumento de “consumidores conscientes”, que realizan sus compras no solo basándose en las características intrínsecas del producto, sino también en que el producto sea producido en condiciones de sostenibilidad, respeto por el medioambiente, por los animales, por los derechos humanos y laborales, etc. Nos encontramos, por tanto, con que ya no basta con ofrecer al mercado soluciones postcosecha eficaces y rentables para el cliente, no basta con controlar el podrido, la deshidratación o las alteraciones de la piel de los frutos, sino que además hemos de conseguir estos objetivos con sistemas que trabajen de manera sostenible.

En este sentido la voluntad de Citrosol es integrar siempre como pilar fundamental en cada una de sus innovaciones esta dimensión de la responsabilidad social corporativa, ejemplos como el sistema Vertido Cero®, los Sistemas Citrocide® o las ceras de secado rápido, contemplan esta dimensión de la sostenibilidad y el respeto al medioambiente al ahorrar agua, reducir la generación de residuos o reducir la huella de carbono, entre otros. Es importante destacar que estas funcionalidades adicionales no



Xavi Parra afirma que la demanda de productos hortofrutícolas más naturales es una tendencia en auge. / CITROSOL

“Ahora se come más sano y, sin duda, es mucho más seguro consumir frutas y hortalizas frescas tratadas que hace cuarenta años”

“Además de ofrecer soluciones postcosecha eficaces y rentables, hemos de conseguir estos objetivos con sistemas que trabajen de manera sostenible”

“Con frecuencia el consumidor emplea indistintamente los términos orgánico, ecológico o ECO y BIO, pero son diferentes”

solo responden a una responsabilidad social, tienen también un impacto sobre la rentabilidad de nuestros clientes, ya que ahorros en el agua, el combustible o la gestión de residuos tienen también un impacto directo en la cuenta de resultados.

**VF.** ¿Y cuál es la situación actual con respecto a la demanda de productos de agricultura ecológica?

**XP.** La demanda de productos hortofrutícolas más naturales, sin residuos de productos químicos sintéticos, fundamentalmente plaguicidas y fertilizantes, es también una tendencia en auge y que seguro seguirá aumentando en los próximos años. En este punto es importante explicar las diferencias entre los términos

“orgánico”, “ecológico o ECO” y “BIO”, que con frecuencia el consumidor emplea indistintamente, pero que son diferentes. Un alimento ecológico es aquel en el que no se han empleado plaguicidas, ni semillas modificadas genéticamente. Los alimentos BIO son aquellos que no se han alterado genéticamente, pero en los que se pueden haber empleado plaguicidas durante su producción. Y, por último, los alimentos “orgánicos” son aquellos en los que no se han usado plaguicidas para su producción, pero en los que puede haberse llevado a cabo manipulación genética.

Esta tendencia está, al igual que la de la sostenibilidad, fuertemente influida tanto por la presión legislativa (ya que cada

vez la limitación de materias activas de síntesis es mayor por parte de los organismos reguladores), como por la presión de esos “consumidores conscientes”, que en este caso buscan no solo un producto de excelentes características organolépticas, sino también exento de residuos de sustancias químicas y sin manipulación genética, lo que normalmente se asocia por parte del consumidor a lo que llamamos agricultura ecológica.

**VF.** ¿Cómo puede responder la industria postcosecha a esos requerimientos que hacen única la agricultura ecológica?

**XP.** La reducción o eliminación del uso de plaguicidas de síntesis, de contrastada eficacia, conlleva en la inmensa mayoría de casos unas mayores pérdidas para la cadena de producción y distribución y, finalmente, un mayor desperdicio alimentario, abriendo un debate no exento de polémica que ya se dio en tiempos de la Revolución Verde: utilizar química sintética para evitar las mermas o no utilizarla y ser más naturales, pero condenar a la humanidad a morir de hambre a largo plazo. En este sentido, el reto para los que nos dedicamos a las soluciones postcosecha está precisamente en encontrar soluciones de “química verde”, basadas en productos de origen natural, con bajo perfil toxicológico y ecotoxicológico, que permitan conseguir eficacias equivalentes a las de los productos químicos tradicionales sintéticos, pero que sean compatibles con un modelo de agricultura ecológica, y que puedan también obtener un registro legal de uso.

De la apuesta decidida por esta filosofía nace nuestra gama BioCare by Citrosol, dentro de la cual destacan actualmente nuestros coadyuvantes de la gama Citrocide®, para desinfección de aguas de proceso de frutas y hortalizas, o los recubrimientos PlantSeal®, recubrimientos vegetales con excelente control de la pérdida de peso y los daños por frío, que, manteniendo una elevada eficacia, incluso superior a la de soluciones convencionales, cuentan con certificación para uso en agricultura ecológica. En sintonía con lo que demanda el mercado y la sociedad, seguimos trabajando duramente para ampliar esta gama de productos en los próximos años. Muestra de ello es nuestro Greencide, un novedoso producto a base de extractos vegetales para tratamiento en drencher, actualmente en vías de registro y que esperamos poder poner pronto en el mercado, que ha demostrado una eficacia comparable a la de los fungicidas de síntesis en control del podrido en cítricos, con efecto duradero en el tiempo, incluso en largos periodos de conservación, y con un amplio tiempo de retraso permisible entre infección y tratamiento, comparable al del fungicida de referencia imazalil.

MARÍA JOSÉ MIQUEL / Responsable de la Línea Bio en Anecoop

# “Nuestro reto es volver a los crecimientos de los últimos años”

Desde el Grupo Anecoop, la responsable de la Línea Bio, María José Miquel, confirma que después de estos últimos años de incremento en las ventas, la actual situación económica ha llevado a una desaceleración del crecimiento, incluso descenso, en las ventas del producto ecológico. Francia es el país en el que más se está notando esta caída seguida de Alemania, Reino Unido, incluso España. A pesar de este futuro incierto y siendo conscientes de que no va a ser fácil volver a los crecimientos del pasado, desde Anecoop no abandonan su empeño de seguir creciendo esperanzados de que la situación actual sea algo circunstancial.

■ N RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** En un periodo marcado por la inflación y el consiguiente aumento del precio de los alimentos, ¿cómo ha condicionado este escenario al desarrollo comercial de la línea Bio de Anecoop?

**María José Miquel.** Después de estos últimos años de incremento en las ventas, especialmente en los años de la pandemia, la actual situación económica ha llevado a una desaceleración del crecimiento, incluso descenso, en las ventas del producto ecológico.

Dentro del surtido de frutas y hortalizas Bio, algunos productos han crecido, otros se han mantenido, y otros han bajado, bien sea por descenso en la demanda al reducirse la oferta Bio en los puntos de venta, bien por falta de disponibilidad de producto en campo debido a la climatología que tuvimos en la primavera de 2022, como sucedió con la sandía, la fruta de hueso o el kaki, o bien por la preferencia de los consumidores por un producto local, ya que el otoño ha sido cálido también en Europa, y ha permitido alargar la campaña de otoño en otras zonas de producción.

**VF.** Por países, ¿qué mercado se ha resentido más en sus compras?

**MJM.** En general, se están viendo más afectados los comercios especializados 100% Bio que los supermercados tradicionales o las tiendas de descuento. Por países, quizás Francia ya a mitad del año pasado empezó a retroceder en su volumen de negocio de Bio, pero después han ido llegando otros países, Alemania, UK, España, etc. Los Países Escandinavos se van manteniendo estables, y otros como Suiza o Austria han desacelerado el crecimiento en ventas de estos productos.

**VF.** Solagora y Bio Bouquet son las marcas bajo las que Anecoop comercializa sus frutas y hortalizas ecológicas en Europa. ¿Cómo definiría su posicionamiento en el mercado?

**MJM.** Hay algunos clientes que nos piden que trabajemos con su marca propia, y otros que nos piden trabajar con la nuestra, Bio Bouquet o Solagora. Por el momento, la situación actual no ha provocado cambios a este respecto, cada cliente tiene sus preferencias o su estrategia, unos valoran y nos piden nuestras marcas, y otros prefieren



Stand de Anecoop en la última edición de la feria Organic Food Iberia celebrada en Ifema Madrid en junio de 2022. / GA

**“Somos conscientes de que no es fácil volver a los crecimientos de los últimos años, pero no podemos dejar de intentarlo”**

que trabajemos con su marca propia.

**VF.** ¿Hay un cambio de tendencia en la demanda Bio por parte de los consumidores europeos?

**MJM.** Hay una parte de los consumidores que están convencidos de las bondades del producto Bio, y cómo repercute su consumo en su salud o en el medio ambiente. Este tipo de consumidor seguirá eligiendo los productos orgánicos para su alimentación, ajustará su presupuesto en otros conceptos, pero dará prioridad a su alimentación ecológica.

Por otro lado, hay otro tipo de consumidor que compra el Bio ocasionalmente, y para el que el precio es una barrera. Aunque el precio del producto ecológico no se ha incrementado tanto como el del producto convencional, incluso en algunas ocasiones el precio del convencional



Los cítricos Bio Bouquet van ganando cuota de mercado en Europa. / ANECOOP

**“A medio-largo plazo esperamos mantener nuestras ventas de Bio, incluso incrementar ese porcentaje, ya que la superficie certificada de cultivo ecológico sigue creciendo en España”**

ha sido superior al del Bio, el consumidor relaciona estos productos con artículos de un mayor precio, y en un momento en que los consumidores están reduciendo el presupuesto de los alimentos, reducen la presencia

de productos Bio en su cesta de la compra. También hay que tener en cuenta que, en ciertos destinos, los consumidores están dando prioridad al producto local, sea ecológico o no, frente al producto Bio de importación.



María José Miquel repasa la situación del sector ecológico en la coyuntura actual. / GRUPO ANECOOP

**“En ciertos destinos, los consumidores están dando prioridad al producto local, sea ecológico o no, frente al producto Bio de importación”**

**VF.** A pesar de las complicaciones que ha presentado este último ejercicio, ¿qué nuevos pasos ha dado Anecoop en su línea Bio?

**MJM.** Trabajamos con varios clientes, llegamos a diferentes países e intentamos consolidar nuestras líneas de trabajo con cada uno de ellos.

No es un buen momento para introducir nuevas referencias, o abrir nuevas líneas de trabajo, pero estamos poniendo todo nuestro esfuerzo en conseguirlo.

Intentamos seguir ampliando nuestro catálogo de productos, así como nuestro calendario de disponibilidad, siempre con el objetivo de ordenar nuestra producción en función de las necesidades de los clientes.

**VF.** Para este ejercicio 2023, ¿cuáles son las directrices marcadas tanto en la parte de la producción como en la comercialización?

**MJM.** Nuestro objetivo es proporcionar a nuestros clientes un producto fresco y de calidad, con unos precios competitivos que garanticen unos ingresos justos para nuestros socios.

Tenemos que cumplir con la calidad y servicio que requieren nuestros clientes, detectar sus necesidades actuales para poderlas satisfacer y conseguir ser un proveedor en el que confían.

**VF.** En términos globales, la línea Bio representa el 5% de la comercialización total del Grupo Anecoop. ¿Se mantiene esta cifra? ¿Cuál es el objetivo a alcanzar a medio-largo plazo?

**MJM.** También se está viendo un descenso en el consumo del fresco convencional. Las consecuencias del cambio climático sobre la producción agrícola, han afectado a ambos tipos de producción. Así que, porcentualmente, la relación entre el Bio y el convencional no ha cambiado mucho dentro de la organización.

A medio/largo plazo, esperamos mantener nuestras ventas de Bio, incluso incrementar ese porcentaje, ya que la superficie certificada de cultivo ecológico sigue creciendo en España y también entre nuestros socios, por lo que nuestro objetivo es seguir creciendo.

Está claro que el futuro es incierto, que no es fácil volver a los crecimientos de los últimos años, pero no podemos dejar de intentarlo. Esperemos que la situación actual sea algo circunstancial.

## OPINIÓN

# Nuevas sustancias para fertilizantes en producción ecológica



Por CAMINO GARCÍA MARTÍNEZ DE MORENTIN (\*)

La agricultura ecológica (u orgánica de la traducción del inglés) es un método de producción agroalimentaria basado en la producción de alimentos mediante el uso de sustancias y procesos naturales. Hace décadas, los “productos eco” en gran parte podían responder a las demandas sociales de consumidores que los preferían por considerarlos más sanos, pero hoy en día la agricultura ecológica es un sistema productivo perfectamente regulado y en el que se han volcado completamente las políticas europeas, que lo impulsan como una de las opciones fundamentales del panorama agroalimentario de los próximos años.

Dentro de la Estrategia “de la Granja a la Mesa” incluida en el Pacto Verde Europeo se establece el objetivo de potenciar la producción ecológica para que alcance el 25% de la superficie agraria útil de la UE en 2030. En España, aunque las cifras son buenas y la trayectoria es optimista, en 2021 la superficie agraria útil alcanzó un 10,79%, incrementándose un 8% respecto al año anterior, por lo que queda aún mucho trabajo que hacer para cumplir con los requisitos marcados por Europa.

Para alcanzar el porcentaje que nos exige la UE, y que el sistema productivo sea realmente sostenible y no únicamente medioambientalmente sostenible, es necesario que la producción ecológica sea una alternativa real a la producción convencional, y que los rendimientos obtenidos de las superficies destinadas a ecológico sean suficientes para abastecer a la población de una manera rentable. Para ello, se debe aportar a los agricultores insumos adecua-



Hoy en día la agricultura ecológica está perfectamente regulada / ARCHIVO

dos que cumplan con los exigentes requisitos marcados por las normativas de ecológico y que a la vez mejoren el rendimiento y la calidad de sus cultivos.

Sin embargo, las sustancias permitidas para la elaboración de fertilizantes para producción ecológica están muy limitadas, ya que para ciertos nutrientes la mayoría de materias primas que los aportan son materiales inorgánicos de escasa solubilidad que solo permiten aplicarlos en forma sólida. Esto supone un hándicap muy importante para los agricultores, ya que complica y mucho la posibilidad de alcanzar rendimientos y calidades competitivos, que puedan hacer que los productos marcados como “eco” sean una alternativa real a otras producciones en las que se hayan utilizado fertilizantes de origen químico.

El pasado 18 de enero se publicó en el BOE el Reglamento de Ejecución (UE) 2023/121, que modifica del Reglamento (UE) 2021/1165 por el que se autori-

zan determinados productos y sustancias para su uso en la producción ecológica y se establecen sus listas. El proceso de inclusión de nuevas sustancias es complicado y largo, ya que cualquier cambio en la legislación europea de producción ecológica de carácter técnico viene respaldado por el apoyo y opinión del grupo de expertos en producción ecológica (EGTOP). Los Estados miembros elevan a la CE sus propuestas y es el EGTOP quien las valora y emite sus opiniones al respecto, que se tienen muy en cuenta a la hora de redactar la legislación. Con ello se pretende asegurar que la UE se mantenga al día con los avances técnicos y tecnológicos del sector ecológico.

Entre las novedades que trae este reglamento, en el Anexo II se autoriza el uso de los siguientes fertilizantes en producción ecológica:

- La estruvita recuperada y sales de fosfato precipitadas, siempre que cumplan los requisitos establecidos en el Reglamento

(UE) 2019/1009 (normativa de fertilizantes) y que el estiércol animal como material de base no proceda de ganaderías intensivas: La estruvita, es un fertilizante de liberación lenta de P con una mayor solubilidad en la zona radicular que el fosfato de roca. Proveniente de materias primas secundarias valorizadas, se encuentra en los estiércoles, en los lodos de depuradoras, en la fracción orgánica de residuos domésticos y los efluentes de industrias alimentarias. Su utilización puede suponer una alternativa adecuada para sustituir al menos parcialmente la importación de fosfatos extracomunitarios, a la vez que es una sustancia que cumple con todos los requisitos de la Economía Circular.

- El cloruro de potasio de origen natural (MOP). Se puede decir que desde AEFA hemos tenido que ver en la inclusión de esta sustancia, ya que a partir de una iniciativa de nuestra comisión técnica y gracias al trabajo de uno de nuestros asociados se presentó el dossier gracias al cual se ha incluido la sustancia en el Reglamento. Está demostrado que el cloruro de potasio, además de cubrir las necesidades de potasio en los cultivos, tiene otras funciones bioestimulantes como son el aumento del calibre de muchas frutas y verduras. Es también un mejorador del color, el dulzor y el contenido de aceites vegetales en las frutas. Junto con el potasio, el cloruro desempeña un papel importante en el control de la presión osmótica en el interior de las células vegetales y participa directamente en la regulación de la apertura o cierre de los estomas de las hojas.

- El nitrato sódico utilizado para la producción de algas en

tierra en sistemas cerrados: La utilización de nitrato sódico es importante para todos los productores y distribuidores de algas (algas marinas, microalgas y cianobacterias), ya que las fuentes de nutrientes solubles son esenciales para el crecimiento y producción de estos organismos a escala industrial.

Por tanto, a partir de la semana del 6 de febrero, se podrán utilizar estas tres sustancias como componentes de fertilizantes utilizables en producción ecológica y las entidades certificadoras los considerarán aptos en sus certificaciones.

Es una excelente noticia para el sector, que demanda más herramientas que les permitan ser una opción real, sostenible y económicamente rentable para agricultores y consumidores. Las empresas de AEFA están plenamente comprometidas con los objetivos de sostenibilidad que se imponen desde Europa, y por ello trabajan desarrollando productos que cumplen con todos los requisitos de la reglamentación de ecológico y ayudan a los agricultores en su labor de producir alimentos seguros y saludables, pero para seguir avanzando y plantearnos cumplir con el objetivo del 25 de SAU en 2030 ese es completamente necesario que el listado de sustancias permitidas aumente considerablemente, ya que a día de hoy las opciones son tan limitadas que la labor del agricultor de ecológico es muy complicada sin las herramientas adecuadas (y más cuando se dan situaciones climáticas adversas como en los últimos tiempos), y a la vez aumentan los fraudes en el sector con productos que no cumplen con la legislación.

(\*) Directora general de AEFA

## AGROFRESH.

El compromiso de AgroFresh por conservar los recursos del planeta ha motivado el desarrollo de una serie de productos orgánicos que acorde con los valores de la compañía contribuyen a prolongar la frescura de las frutas y verduras, ayudando a reducir el desperdicio de alimentos.

VitaFresh™ Botanicals Life Select, es el recubrimiento comestible vegetal de AgroFresh que ayuda a aumentar la vida útil de las frutas.

Recientes estudios en aguacate muestran que facilita la extensión de la vida útil del aguacate entre 2-4 días, manteniendo su frescura. Asimismo, estudios en naranjas confirman que el uso de este recubrimiento ayuda a reducir el desperdicio alimentario y reduce más de un 30% los daños por frío, ayuda a retrasar la maduración, a disminuir la deshidratación y la pérdida de peso y fomentan el mantenimiento de una apariencia externa de mejor calidad. Esta solución cuenta con el certificado eco-



## AgroFresh y su propuesta de soluciones orgánicas certificadas

lógico otorgado por el CAAE y está incluido en la lista de Productos OMRI.

Además, recientemente recibió el certificado vegano de la Unión Vegetariana Eu-

ropea. FreshStart™ Disinfect 25-5 y FreshStart™ Disinfect 25-15, constituyen una línea de desinfectantes de AgroFresh compuestos por peróxido de hidrógeno y ácido peracético,

que se degradan rápidamente sin dejar residuos y ayudan a la desinfección del agua de lavado en contacto con frutas. Suponen una valiosa herramienta de procesamiento para

la desinfección bacteriana del agua en contacto con la fruta. Estos desinfectantes están disponibles para los cultivos de los cítricos, fruta de pepita y fruta de hueso. Además, está permitido su uso en la agricultura ecológica de la Unión Europea, con el certificado del CAAE.

Control-Tec™ Eco, es un equipo de tratamiento postcosecha que reutiliza las aguas residuales de drenchers y balsas mediante un sistema de filtrado para depurar partículas, sólidos y materia orgánica de éstas. También, cuenta con la autorización por el servicio de certificación CAAE, ya que al reciclar el agua para su posterior reutilización en la central hortofrutícola se mejora la sostenibilidad, especialmente en cultivos como cítricos, y manzanas entre otros.

Estas soluciones orgánicas forman parte del valor diferencial de AgroFresh que, unido a su servicio personalizado y su amplia experiencia, los avala a la hora de ofrecer un alto nivel de confianza al cliente dentro de la industria.

## OPINIÓN

# La producción ecológica en nuestro futuro



Por CONCHA FABEIRO (\*)

La producción ecológica es un sistema general de gestión agrícola y producción de alimentos que combina las prácticas más adecuadas en materia de medio ambiente y clima, un elevado nivel de biodiversidad, la conservación de los recursos naturales y la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal y sobre producción a partir de sustancias y procesos naturales.

Partiendo de esta definición, y desde que en 1989 la orden del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España recogiera la denominación genérica de agricultura ecológica junto al Reglamento y su Consejo Regulador, este modelo de producción ha mostrado, hasta el día de hoy, una continua tendencia ascendente en todos sus parámetros: superficie cultivada, número de explotaciones ganaderas, número de operadores certificados, la producción total, el valor económico y su consumo.

Aunque bien es cierto que no todos estos parámetros presentan un nivel de crecimiento con la misma intensidad, hay hechos destacados como el establecimiento de la nueva normativa (1 enero 2022) o las directrices europeas como la Estrategia De la granja a la mesa o Biodiversidad —entre otras— que identifican a la producción ecológica como uno de los caminos necesarios para la consecución de un sistema alimentario sostenible: ambiental, económica y socialmente. Y es que como humanidad, nos enfrentamos a retos de gran calado que van desde la emergencia climática a graves conflictos geopolíticos que condicionan, de manera muy importante, desde la producción hasta el consumo de nuestros alimentos.

Para entender hacia dónde vamos, y por qué es tan importante la transición hacia sistemas agroalimentarios más respetuosos con el medio ambiente y con la salud de las personas —tanto las que cultivan como las que consumen—, hay que conocer el punto en el que estamos. Por eso, este artículo, hace un repaso por los asuntos clave que, en concreto en la UE y España, pueden ayudar a entender ese porqué: la producción ecológica es clave para nuestro futuro.

## ■ CIFRAS E IMPORTANCIA

En el reciente publicado “Informe de mercado sobre la agricultura ecológica en la UE”, por la Comisión Europea (CE), se señala que la proporción de tierras agrícolas europeas dedicadas a la agricultura ecológica ha aumentado más del 50% durante el período 2012-2020, aunque con variaciones sustanciales entre Estados miembros. Los cuatro países con mayor superficie son Francia, España, Italia y Alemania, con un 59% del total en 2020. Del mismo modo que ha crecido la producción, las ventas al por menor de productos ecológicos en la UE han llegado a duplicarse entre el 2015 y 2020. Son, sin duda, datos que muestran el imparable avance de este modelo de producción.



En España la superficie destinada a la producción ecológica aumentó en 2021 hasta el 8% respecto al año anterior: / SEAE

**“Para entender hacia dónde vamos, y por qué es tan importante la transición hacia sistemas agroalimentarios más respetuosos con el medio ambiente, hay que conocer el punto en el que estamos”**

En concreto, en España la superficie destinada a la producción ecológica aumentó en 2021 hasta el 8% respecto al año anterior, alcanzando los 2.635.442 hectáreas y situando la Superficie Agraria Útil (SAU) dedicada a producción ecológica en el 10,79%. También se ha dado un incremento en casi todas las actividades: en operadores hasta los 58.485, en productores primarios (19%), establecimientos industriales (12%) y comercializadores (7%), e incluso la producción animal ha subido a 1.484, en especial la industria cárnica y láctea.

¿Por qué es importante mostrar estas cifras? Porque ello implica que la producción ecológica puede desempeñar un papel esencial en el desarrollo de un sistema alimentario sostenible para la UE. La pérdida de biodiversidad y el cambio climático son graves amenazas para la seguridad alimentaria y exigen una actuación inmediata, como subraya la CE en su análisis “Impulsores de la seguridad alimentaria”. Es evidente y está científicamente demostrado que sus efectos ya

están obstaculizando nuestra capacidad de producir alimentos y acceder a ellos. Reforzar la sostenibilidad medioambiental y social aumentará la resiliencia y la seguridad de nuestro sistema alimentario frente a las perturbaciones externas. Además, la agricultura ecológica y sus prácticas mantienen la fertilidad de los suelos, protegiéndolos contra la erosión; y la ganadería ecológica presenta un máximo respeto al bienestar animal. Ambas, mejoran el estado cuantitativo y cualitativo de nuestros recursos, como pueden ser las aguas superficiales y subterráneas, la calidad del aire y del paisaje. Y por último, garantiza la seguridad alimentaria, la consecución de precios justos y por ende el desarrollo rural. Por eso hay que mostrar lo importante que es y que siga creciendo, por nuestra salud y la del planeta.

## ■ MÁS ALLÁ DEL 2030

Desde Europa tenemos un compromiso con nuestro planeta y con las personas, el Pacto Verde Europeo (PVE), en el que la UE se



La proporción de tierras agrícolas europeas dedicadas a la agricultura ecológica ha aumentado más del 50% durante el período 2012-2020. / SEAE

compromete a lograr la neutralidad climática de aquí al 2050. Y ahí las Estrategias “De la Granja a la mesa” (F2F por sus siglas en inglés) y “Biodiversidad” juegan un papel central pues el objetivo es que los sistemas alimentarios sean justos, sanos y respetuosos con el medio ambiente. Para ello se establecen objetivos como son, por ejemplo, reducir un 50% el uso de plaguicidas y antibióticos, un 20% el uso de fertilizantes, y alcanzar un 25% de tierras agrícolas dedicadas a la agricultura ecológica en 2030. Vemos de nuevo que la producción ecológica tiene un rol importante, que se vio identificado con el Plan de Acción para el desarrollo de la producción ecológica en la UE (2021), adoptado para apoyar tanto la producción como el consumo y mejorar aún más la sostenibilidad, en consonancia con el PVE y las Estrategias.

En este contexto, desde la CE se pidió a los Estados miembros que establecieran valores objetivo nacionales para alcanzar esos porcentajes, y que para ello, fueran ambiciosos en sus planes estratégicos de la Política Agraria Común (PAC) y en los planes de acción ecológicos nacionales. Pero desde SEAE consideramos que con el aprobado Plan Estratégico de la PAC, la política española ha perdido la oportunidad de dar ese impulso valiente y decidido que necesita el sector, para llegar al objetivo del 25% y para ser competitivos en el comercio exterior. Además, las diferentes sensibilidades de las CCAA está llevando a desigualdades entre operadores que residen en los diferentes territorios del mismo Estado.

La ambición es insuficiente como también lo son los presupuestos establecidos: insuficientes para incentivar a más agricultores/as a pasarse a la producción ecológica e insuficientes para recompensar a los/as ecológicos por los costos internalizados cuando están generando servicios ambientales,

ecosistémicos y sociales que no están siendo reconocidos ni recompensados. Así será muy difícil alcanzar ese 25% de manera justa. Por nuestra parte, seguiremos trabajando en alianzas como la ‘Coalición por otra PAC’, con más de 50 entidades que abogan por conseguir una nueva PAC promotora de una transición agroecológica.

Más allá de los objetivos del 2030, y pensando en las acciones más inmediatas, no hay que perder de vista la propuesta europea para un nuevo Marco Legislativo para Sistemas Alimentarios Sostenibles para finales de 2023, incluida en la Estrategia F2F. Esta será una nueva pieza crucial de la legislación alimentaria de la UE, que podría apoyar el avance hacia una transformación del sistema alimentario centrada en la sostenibilidad. Y que ahora se ve amenazada por partes interesadas y responsables políticos, que instrumentalizan el actual contexto geopolítico para debilitar estas iniciativas. Desde el área de Alianzas e Incidencia de SEAE seguiremos trabajando junto a más entidades para movilizar a la sociedad y no perder la oportunidad de establecer este nuevo marco jurídico que marcará un camino claro para la transición hacia un sistema alimentario sostenible en la UE.

## ■ AUNANDO FUERZAS

En SEAE (la Sociedad Española de Agricultura Ecológica y Agroecología), llevamos ya más de 30 años trabajando por y para que la Producción Ecológica y la Agroecología sea reconocida ante las administraciones y ante la sociedad. Son tres décadas como asociación científico-técnica fomentando y facilitando la investigación, enseñanza, asesoramiento, divulgación y difusión de todos los aspectos relacionados con la producción de alimentos de calidad de base agroecológica bajo el desarrollo rural sustentable. Y sabemos que ahora más que nunca, se hace tan necesario como urgente continuar con la defensa del modelo agroalimentario ecológico para que la producción ecológica sea reconocida en Europa como el valor más alto de sostenibilidad. Seguimos recopilando evidencias científicas y llevándolo a la práctica. Por ejemplo, con nuestra apuesta por los Ecoterritorios, trabajando para dinamizar procesos de creación de redes agroecológicas locales y multiactor.

Hay que seguir esforzándonos para que la producción ecológica sea reconocida por todos los eslabones de la sociedad, con mensajes veraces, rigurosos y contrastados, como hacemos desde SEAE, y sobre todo, seguir trabajando para que sea recompensada como merece por todas las contribuciones positivas directas sobre nuestro clima, medio ambiente, biodiversidad, bienestar de los animales y por el desarrollo rural.

(\*) Presidenta de SEAE