

**3 Sandía y melón**  
Las altas temperaturas estimulan la demanda de sandía y melón almerienses

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

**8 Albaricoque**  
Ligero descenso en el volumen global de cosecha europea de albaricoque

# valencia fruits

2 de mayo de 2023 • Número 3.023 • Año LXI • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Las cosechas de manzana y pera se resentirán en Cataluña ante las restricciones de riego derivadas de la fuerte sequía. / ARCHIVO

## La sequía ensombrece la campaña frutera catalana

El sector prevé pérdidas del 58% en la cosecha de manzana y del 52% en pera

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La sequía que padece el país se agrava especialmente en Cataluña y Andalucía, donde la falta de agua que ha dejado los pantanos bajo mínimos castiga sobre todo a la producción agrícola y ganadera de ambas regiones. En estos momentos, las cuencas del Guadalquivir, del Guadiana y las interiores de Cataluña son las más afectadas y las que generan una mayor preocupación. Los embalses que abastecen de agua a Cataluña están actualmente al 25% de su capacidad total, según los datos que ofrece la Agencia Catalana del Agua; mientras en Andalucía el agua embalsada se encuentra en torno al 28%, de acuerdo con la información que

actualiza cada martes el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. En Cataluña, la Confederación Hidrológica del Ebro (CHE) cerró la semana pasada el grifo del canal de Urgell, que abastece de agua a una extensa zona agrícola en el Pla de Lleida. Esta drástica medida supone acabar de forma anticipada la campaña de riego en abril, cuando apenas hace un mes que comenzó, y afecta a 50.000 de las 70.000 hectáreas que abastecen los canales de Urgell. Por lo tanto, el sector frutero, principalmente de manzana y pera, no tiene la cosecha asegurada, ya que el agua que se dará puntualmente sólo garantizará su supervivencia ante el calor

del verano. Ante esta coyuntura, Afrucat, Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña, ha presentado las primeras previsiones de la entidad a raíz del cierre del canal de Urgell. Unas estimaciones que reflejan unas pérdidas de hasta el 58% en la cosecha de manzana catalana (173.000 toneladas), el 52% en la de pera (74.000 t) y la desaparición del 30% de la fruta total que cosecharía Cataluña esta campaña (284.000 t). Al cierre del canal de Urgell se le sumó el pasado sábado el del Canal Segarra-Garrigues, que afecta a unos 2.000 agricultores, quienes ante una situación nunca vista de falta de agua ya dan por prácticamente perdida la actual campaña de fruta y cereales.

La Comunidad General de Regantes del Canal Segarra-Garrigues ha decidido cerrar el suministro de agua hasta el 2 de mayo, dado que la sequía ha dejado bajo mínimos el pantano de Rialb, del que se nutre. A partir de este martes se comunicará a cada agricultor de cuánta agua dispone hasta el mes de septiembre. La medida afecta a aproximadamente unas 7.300 hectáreas de las comarcas de Garrigues, Noguera, Urgell, Segarra y Segrià, que cultivan unos 2.000 agricultores. Los cultivos que se verán más afectados por la medida serán los de olivar, almendros, pistacho, viña y manzanas en altura.

Más información en página 10



### Esta semana

- 3** Los productores de espárrago de Granada prevén pérdidas de 55 millones de euros debido a la reducción de cosecha
- 4** El sector del ajo exige un mayor control para evitar la entrada fraudulenta de ajo procedente de China
- 5** Comité de Gestión de Cítricos, 50 años al servicio de la exportación española de cítricos
- 6** "Agua, política de Estado", artículo de opinión de Cirilo Arandis
- 7** Anecoop recupera volumen y prevé comercializar esta campaña 150.000 toneladas de sandía
- 9** La Organización Mundial de Cítricos presenta el pronóstico anual del Hemisferio Sur
- 10** Asaja estima que la sequía ocasionará unas pérdidas de 1.500 millones de euros en la agricultura de la comunidad de Aragón



**ÍNDICE**

Agrocomercio: .....	<b>3</b>
Agroindustrias: .....	<b>8</b>
Agrocooperativas: .....	<b>14</b>
Noticias de empresas: .....	<b>19</b>



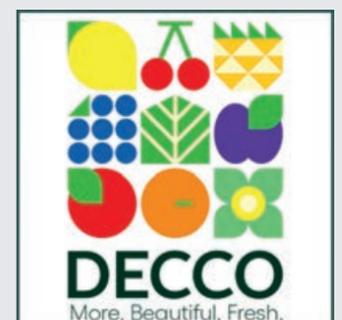
## AgroFresh

We Grow Confidence™

Soluciones innovadoras que te ayudan a extender la frescura y reducir el desperdicio de alimentos



+34 961 323 415
AgroFresh.com



valencia  
**fruits**

#### Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA  
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

#### Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

#### Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

#### Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

#### Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

#### Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

#### Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

#### Preimpresión

RAFAEL CABO CORTELL

■ preimpresion@valenciafruits.com

#### Administración

#### y Suscripciones

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ suscripciones@valenciafruits.com

#### Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

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



**SUCRO**

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: IMPRICA V

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

#### Empresa Asociada:



## Tribuna Abierta

# Alerta por la sequía en Europa

Por GONZALO GAYO

**E**spaña insta a la Unión Europea a tomar medidas urgentes para paliar la situación de sequía extrema. En su misiva, el ministro de Agricultura, Luis Planas, solicita a la Comisión la activación del fondo de reserva de crisis de la Política Agraria Común (PAC) y la autorización para que las comunidades autónomas puedan utilizar fondos europeos de desarrollo rural no ejecutados para habilitar ayudas directas a agricultores y ganaderos.

Según el último mapa del Indicador Combinado de Sequía el 23% del territorio de la UE-27 se encuentra en estado de alerta. Las alarmas se han disparado en Europa y especialmente en la región mediterránea ante otro verano extremo este año. La Comisión Europea constata que podría ser aún más seco que en años anteriores, y que las precipitaciones de las próximas semanas serán cruciales para determinar lo que suceda.

El canal de noticias Euronews informa de la sequía extrema que sufren España, Francia e Italia con cultivos arrasados y ríos en peligro de desaparecer debido a una histórica sequía que podría agravarse en los próximos meses. El reportaje de la cadena de televisión europea destaca los arrozales del municipio de Isla Mayor, en Sevilla, y la sequedad de la tierra tras tres años de sequía, cuando deberían brillar con un verde exuberante. Señala que la falta de lluvias ha provocado pérdidas irreversibles en más de tres millones y medio de hectáreas de cultivos y ha arrasado algunas cosechas de cereales en Andalucía, Castilla-La Mancha, Extremadura y Murcia. "Estamos viviendo una situación alarmante, no sólo por esta campaña agrícola, que es muy complicada. No vamos a poder sembrar arroz. Llevamos cinco campañas, y esta sería la sexta, con muchas dificultades", cuenta un agricultor español a la cadena de televisión Euronews.

El Gobierno de España insta a la Comisión Europea a desbloquear las ayudas del fondo de crisis a los agricultores tras agravarse la situación ya que Europa lleva sufriendo sequías desde el año 2018, según un estudio reciente de la Universidad Tecnológica de Graz, en Austria. Los investigadores mantienen que la situación del agua es ahora "muy precaria". Europa y la región mediterránea podrían sufrir otro verano extremo este año.

España está realizando un seguimiento exhaustivo de las dificultades que puedan estar sufriendo los agricultores para encontrar las soluciones más adecuadas. En este ámbito ha expresado la conveniencia de una mayor subsidiaridad y flexibilidad en la aplicación de la PAC. También ha pedido que los



Canal de riego en la huerta de Valencia. / GONZALO GAYO

procedimientos para la modificación de los planes sean más ágiles, rápidos y flexibles para hacer frente a las actuales dificultades.

También se acelera la investigación y las nuevas técnicas genómicas suponen una oportunidad para obtener variedades vegetales más adaptadas al cambio climático y, al mismo tiempo, para lograr una menor utilización de productos fitosanitarios y fertilizantes. España considera necesario que se alcance una retribución suficiente para los agricultores y sistemas de certificación fuertes y asequibles.

Entre las recientes medidas publicadas figura en el BOE la orden del Ministerio de Hacienda y Función Pública por la que se reducen los módulos para agricultores y ganaderos por la incidencia de la sequía y otras circunstancias excepcionales que afectaron a la rentabilidad de muchas explotaciones agrícolas y ganaderas durante 2022, como la guerra en Ucrania, que causó un encarecimiento de los costes de producción.

La orden establece una reducción general del rendimiento neto del 25% que podrán aplicarse los aproximadamente 800.000 agricultores y ganaderos que tributan por el sistema de módulos. Determinados sectores en situación más vulnerable se benefician además de reducciones específicas, que son del 50% en el caso del olivar, el almendro y la apicultura, y del 30% para cereales, oleaginosas y leguminosas, castaño,

melocotón, nectarina, albaricoque y los demás sectores ganaderos.

Se estima que el conjunto de las reducciones contempladas en la orden publicada supone una rebaja de la base imponible del orden de 1.807 millones de euros, y es la de mayor alcance de la última década.

La orden permite también que los declarantes en estimación objetiva agraria del IRPF puedan minorar el rendimiento neto previo un 35% por adquisición de gasóleo agrícola, y un 15% por compra de fertilizantes, según lo establecido en la Orden.

También el "Plan de acción de la agricultura familiar en España" anunciado esta semana debe contribuir a impulsar este importante sistema de producción agroalimentario ya que la agricultura familiar y profesional es un elemento fundamental para garantizar la sostenibilidad alimentaria y la cohesión social y territorial de las zonas rurales. El ministro Luis Planas señala que este modelo de agricultura es estratégico en la lucha contra el despoblamiento, por su asentamiento en el territorio, su capacidad para ofrecer alternativas de empleo a jóvenes y mujeres, y su importante papel en la protección del medioambiente con la articulación de medidas de apoyo urgentes y extraordinarias, que suponen unas ayudas de más de 2.000 millones de euros, "un volumen de recursos nunca vistos hasta ahora".

## LA PLANTA BAJA

LUISFU



# Agrocomercio

## Las altas temperaturas estimulan la demanda de las sandías y melones almerienses

Las primeras partidas de sandía están llegando a los mercados con excelente calidad

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las primeras sandías y melones almerienses ya se comercializan en el mercado nacional y las elevadas temperaturas están estimulando la demanda de estas dos frutas. Según el informe del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, la previsión de producción de sandía para la campaña 2022/23 es superior a la temporada precedente, obteniéndose una óptima calidad en las recolecciones tempranas gracias a las favorables condiciones meteorológicas vividas durante la primavera. La sandía es el segundo producto más representativo en superficie de la horticultra protegida de Almería y el quinto en el valor de la producción comercializada.

La sandía entró en la semana 16 (del 17 al 23 de abril) en su segunda semana de recolección con volúmenes reducidos y una cotización media de 0,90 euros/kg para la variedad rayada y de 1,10 euros/kg para la negra.

En melón, las elevadas cotizaciones y la reducida oferta están marcando el inicio de la campaña en la provincia de Almería. En concreto, el melón Amarillo cotizó en la semana 16 a 1,10 euros/kg. La superficie de melón, según las estimaciones provisionales de campaña, se habría reducido un 5% respecto a la temporada precedente. No obstante, el informe de la Junta de Andalucía indica que se ha producido un incremento en la



La sandía es el segundo producto más representativo en superficie de la horticultra protegida de la provincia de Almería. / ARCHIVO

superficie de las plantaciones tardías.

El melón ocupa el séptimo lugar en el ranking de productos con mayor superficie invernada de la provincia de Almería, misma posición que representa en la

escala de valor generado por la producción comercializada.

### ■ CAMPAÑAS HORTÍCOLAS

Según señala informe del Observatorio de Precios y Mercados, la campaña de pimiento California

está finalizando en la provincia de Almería. La entrada en producción de la Región de Murcia y de Países Bajos ha dirigido a los compradores internacionales mayoritariamente hacia estos mercados, tomando el relevo de la producción almeriense durante la etapa final de la primavera y en el verano.

La comercialización del pimiento Lamuyo se encuentra en el 95% del volumen previsto para la campaña, mientras que los tipos italiano y dulce cónico se aproximan al 85-90% del total estimado para la campaña 2022/23.

En tomate, el precio medio disminuyó en la semana analizada un 16% respecto a la anterior, y los volúmenes comercializados se redujeron entre un 15-20% debido principalmente a la finalización de gran parte de las plantaciones de otoño.

La oferta en Almería y Granada es limitada, la producción de Países Bajos y Bélgica aún no alcanza los volúmenes registrados en pasadas campañas y la oferta de Polonia continúa siendo reducida hasta la fecha, no siendo competencia en los mercados del Este de Europa, en los que tradicionalmente se encuentra centrado el tomate polaco en estas fechas.

En pepino, el precio medio se redujo un 30% respecto a la semana precedente. En la costa oriental de Granada, las plantaciones de pepino de primavera aún no disponen de cantidades representativas, y la oferta de

Las elevadas cotizaciones y la reducida oferta marcan el inicio de la campaña de melón

Países Bajos y Bélgica es mayoritaria en la gran distribución europea, donde Alemania empieza a ofertar producción local.

El pepino tipo francés experimentó una significativa reducción de su cotización alcanzando un valor de 0,31 euros/kg, afectado por el aumento de la oferta almeriense y de la producción francesa, principal destino de exportación de esta referencia.

La oferta de calabacín almeriense se redujo ligeramente y su precio medio mejoró levemente cotizando a 0,25 euros/kg. Las condiciones meteorológicas en este periodo aceleran el desarrollo del calabacín y la oferta almeriense es notable. En la primera quincena de mayo entrarán en producción las plantaciones realizadas bajo malla en el interior de la provincia de Almería y paulatinamente en otras regiones del territorio nacional.

En los mercados internacionales la oferta marroquí tiene una reducida representatividad y la oferta andaluza es desplazada por producciones locales europeas.

Por último, la berenjena ha registrado bajas cotizaciones durante todo el mes de abril. La finalización de los programas de exportación de este producto y la existencia de producción local en Países Bajos, Bélgica y Francia, junto con factores como la etapa final de las producciones andaluzas de otoño-invierno con una calidad comprometida y la limitada disponibilidad de los frutos de las plantaciones de primavera-verano, han conducido a esta situación. No obstante, el informe del Observatorio de Precios y Mercados señala que se observa un repunte la semana 16.

■ GRANADA

## Los productores de espárrago prevén pérdidas de 55 millones

La Unión de Pequeños Agricultores cuantifica la reducción de cosecha en un 40% debido a los efectos de la sequía

► VF. REDACCIÓN.

UPA Granada ha cuantificado en 55 millones de euros las pérdidas que sufrirán los agricultores por la reducción de un 40% en la cosecha del espárrago, una caída vinculada a una sequía que dibuja un panorama "muy negro" para la continuidad de las explotaciones.

El secretario general de UPA Granada, Nicolás Chica, ha calculado que los productores de espárrago en esta provincia, principal productora de espárrago

verde, soportarán pérdidas de 55 millones por una mala cosecha vinculada a la sequía que hará que la recolección caiga hasta un 40%.

Chica ha advertido de que la falta de lluvia dibuja un panorama "muy negro" y ha apuntado que, si no llueve en las próximas semanas, muchas explotaciones se exponen a un serio riesgo de cierre.

"Ya podemos dar por perdido el 40% de la producción de espárrago, entre otras cosas porque

el secano está muy perjudicado por la falta de lluvia y porque estas altas temperaturas, también, están adelantando el final de la cosecha", ha apuntado el secretario general de UPA, que ha temido que esta sea la peor campaña de los últimos diez años.

Chica ha explicado que el espárrago es un cultivo delicado que hay que rotar cada año porque no se puede plantar siempre en el mismo sitio, lo que limite la superficie.



Granada es la principal provincia productora de espárrago verde. / ARCHIVO

La campaña de 2022 en Granada dejó una cosecha de 37 millones de kilos de espárragos y supuso un 15% menos de la media, una cifra negativa que empeorará este año, cuando se

estima que se recogerán unas 25.000 toneladas de espárragos. A estos datos, Chica ha sumado el encarecimiento de los suministros y el bajo precio que reciben los agricultores por su producto.

■ A 2 DE MAYO

## Exportados 399.182.950 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2022/2023, a 22 de abril, se han enviado a países terceros, en exportación (398.786.285) y reexportación (396.665), un total de 399.182.950 kilos según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2021/2022, a 30 de abril de 2022, lo exportado eran 460.586.873 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 22/23		Campaña 21/22	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	1.075.801		518.095	989
Angola	49.155		73.455	
Arabia Saudita	9.467.327		16.498.235	
Argentina	1.698.098		1.356.987	
Argelia		3.518		
Armenia	11.526		15.971	
Australia			166.460	
Bahrain	244.284		211.637	
Bielorrusia	37.350		926.273	4.950
Bosnia-Herzegovina	843.658		644.302	
Brasil	13.003.056		11.846.347	
Bulgaria			14.990	
Burkina Faso			5.753	
Cabo Verde	308.895	13.948	286.835	27.667
Canadá	30.058.022		44.415.546	
China	3.330.079		3.022.115	
Colombia	1.211.353		890.191	
Congo (República)	2.995			
Corea del Sur	825.690		683.434	
Costa de Marfil	104.866	6.370	106.576	24.870
Costa Rica	1.560.223		1.356.211	
Curaçao	397.353		436.555	
Ecuador	416.819		44.880	
El Salvador	443.395		297.552	
Emiratos Árabes Unid	8.397.866		11.177.943	
Estados Unidos	1.832.624		607.441	
Gabón	11.136		81.450	
Ghana	32.515		163.450	
Gibraltar	293.614	16.165	283.608	13.938
Gran Bretaña	223.184.633	72.005	251.898.263	86.814
Guatemala	409.467		377.073	
Guinea			6.555	4.003
Guinea Ecuatorial	225.120	47.715	228.763	55.595
Guinea-Bissau	13.220	3.150	12.302	
Honduras	578.838		336.549	
Hong-Kong	978.450		687.826	
Irlanda	31.051		148.403	
Islandia	806.093		825.164	
Jordania	23.562			
Kazajistán	22.161		21.213	
Kuwait	675.503		489.812	
Liberia	36.195	1.346	30.079	
Malasia	411.414		2.666.868	
Maldivas			22.230	
Mali	23.410	7.520	28.574	6.795
Marruecos	982		780	
Mauritania	6.815	1.126	9.187	12.674
Moldavia	514.161	15.063	746.724	46.295
Nigeria	197.720		240.705	
Noruega	37.766.210	8.806	38.873.361	640
Omán	736.558		1.701.466	
Panamá	1.410.254		1.521.560	
Qatar	1.557.051	1.120	3.481.839	
Rep. Centroafricana	78.932	53.325	48.199	118.455
Senegal	51.465		19.567	60
Serbia	1.697.368		2.859.416	
Seychelles			51	10
Sierra Leona	12.773		12.497	
Singapur	198.874		302.220	
Sri Lanka			47.884	
Sudáfrica	987.335		1.637.012	
Sudán			14.080	
Suiza	47.976.992	145.489	51.085.654	104.472
Ucrania	2.214.898		3.463.792	6.529
Uruguay	281.079		94.161	
<b>Por variedades (Kg):</b>				
Clausellina	262.698	960	354.013	800
Satsuma	10.850.582		13.811.229	198
Clementina	77.155.578	24.340	86.930.478	11.027
Clementina con hoja	9.383.311	2.320	9.977.179	769
Clemenvilla	5.391.034		5.519.105	
Hernandina	668.587		1.094.367	
Kara			40	
Fortuna			133.692	
Mineola	8.005		35.746	
Ortanique	7.305.469		8.056.723	
Ellendale	7.590		70	
Otras mandarinas	42.020.382	20.114	46.277.941	10.756
Uso industrial	43.200		289.952	
Nadocott	22.848.784	6.600	24.753.105	32.097
■ TOTAL MANDARINAS	176.905.219	54.334	197.233.639	55.646
Navelina	55.908.041	2.457	63.577.580	31.596
Navel	11.077.578	6.735	15.734.237	2.897
Navel Late	1.273.510	1.731	2.463.958	4.090
Lane Late	56.264.520	15.063	65.029.875	4.807
Salustiana	6.258.330		13.982.879	9.368
Cadenera	11.276		35.309	
Sanguina	490.608		421.350	
Sanguinelli	846.805		1.007.528	
Valencia Late	1.652.131	61.231	1.500.883	169.230
Verna	133.589	1.420	1.265.507	7.144
Otras	11.396.210	68.398	9.066.330	60.823
Uso industrial	139.580		192.859	
Navel Powel	6.037.285		7.788.915	
Barberina	300.904		332.470	
■ TOTAL NARANJAS	151.790.365	157.035	182.399.680	289.954
■ TOTAL LIMONES	64.955.510	174.347	75.978.487	157.603
■ TOTAL POMELOS	5.062.510	10.949	4.414.474	11.943



El Grupo de Contacto de Ajo está formado por productores y comercializadores de España, Francia e Italia. / MNA

## El sector del ajo exige un mayor control para evitar la entrada fraudulenta de ajo chino

La superficie sembrada de ajo en las zonas productoras españolas para esta temporada ha caído más de un 17%

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Grupo de Contacto de Ajo, conformado por productores y comercializadores de España, Francia e Italia, exigen a la Comisión Europea un mayor control en las aduanas para evitar la entrada fraudulenta de ajo congelado chino.

Los miembros del Grupo de Contacto de Ajo celebraron la semana pasada una reunión en la localidad vallisoletana de Peñafiel, donde se expusieron los resultados del informe elaborado por la Mesa Nacional del Ajo sobre las presuntas irregularidades en las importaciones de ajo congelado procedente de China, cuando en realidad entra como producto refrigerado.

Por ello, desde el Grupo de Contacto de Ajo se exigirá a la Comisión Europea que aumente los controles en la frontera, especialmente en Bélgica —por donde entra una parte importante del ajo chino congelado, bajo la denominación resto de hortalizas congeladas—, así como que se estudie la posibilidad de crear un código TARIC específico para el ajo congelado.

■ SIEMBRA EN ESPAÑA

La reunión del grupo de contacto también sirvió para repasar la situación de la superficie de siembra en España, la cual, teniendo en cuenta los datos de Agrosiguro de 2021 y 2023, refleja que el número de hectáreas se verá reducida en más de un 17% en el territorio nacional. Una merma que viene dada por la situación de sequía que sufre todo el país, así como por los problemas que están causando los hongos al cultivo del ajo. Cabe destacar que la comunidad autónoma que mayor descenso de superficie de siembra ha experimentado ha sido Andalucía, con una caída del 42% con respecto a la anterior campaña.

La reducción en la superficie de siembra, la sequía y los problemas fitosanitarios que experimenta el cultivo del ajo, harán que la cosecha de la presente temporada sea bastante inferior a la pasada, que ya fue baja.

Por último, el Grupo de Contacto de Ajo también puso de manifiesto la falta de herramientas



La reducción de la superficie, la sequía y los problemas fitosanitarios hacen prever una cosecha con menos volumen de producción. / ARCHIVO

que existe en el cultivo del ajo para hacer frente al control de plagas, enfermedades y malas hierbas al ser una producción minoritaria en la Unión Europea.

Por ello, durante el encuentro del sector se ha planteado elaborar una ficha para cada problema fitosanitario, indicando las soluciones disponibles en cada país productor, para poder conocer de esta forma la situación a nivel europeo y las necesidades de sus productores para cultivar el ajo de forma adecuada.

■ DATOS DEL SECTOR

El cultivo del ajo se encuentra extendido por amplias zonas del territorio español, sumando más de 29.300 hectáreas con una producción de 270.587 toneladas, según los datos del Ministerio de Agricultura de 2022. La producción de este cultivo mayoritariamente se exporta a otros países, tanto de la Unión Europea como fuera de ésta.

El ajo es un cultivo con unas ratios de generación de mano de obra y eficiencia del uso del agua muy elevados. Genera unos 16.034 empleos directos en España (unos 4.000.000 de jornales). Cada año, solo el corte y recolección del ajo en el campo proporciona casi 1.000.000 jornales.

El cultivo de las diferentes variedades de ajo genera entre 0,16 y 0,22 puestos de trabajo por cada 1.000 metros cúbicos de agua. Y se producen, por cada metro cúbico de agua consumida, entre 2,8 y 4,2 kilos de ajo, que dan como resultado una facturación de entre 5,4 y 6,8 euros.

La principal zona de producción de ajo en España es Castilla-La Mancha, que, según datos del Ministerio de Agricultura de 2022, cuenta con unas 20.558 hectáreas cultivadas, seguida de Andalucía con 4.649 ha, Castilla y León con 2.036 ha, Madrid con 1.143 ha y Extremadura con aproximadamente 530 ha.

# Comité de Gestión de Cítricos, 50 años al servicio de la exportación española de cítricos

El CGC conmemora una trayectoria de medio siglo representando al sector cítrico

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Comité de Gestión de Cítricos (CGC) —la asociación que aglutina a empresas privadas, grupos empresariales y organizaciones de productores— ha conmemorado una trayectoria de medio siglo al “servicio de la exportación y de los exportadores españoles de cítricos”. Así se ha expresado —arropada por decenas de empresarios miembros de la entidad— su presidenta, Inmaculada Sanfeliu, en el transcurso de la ceremonia organizada con motivo del aniversario en su sede en Valencia, recientemente reformada. El acto ha contado con la presencia del presidente de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig; del ministro de Agricultura, Luis Planas; de la consellera de agricultura valenciana, Isaura Navarro; y de la delegada del Gobierno en Valencia, Pilar Bernabé.

Actualmente este colectivo de empresarios es responsable del 75% de los agrios recolectados, envasados, confeccionados y comercializados en nuestro país, lo que supone un volumen de negocio por temporada superior a los 2.700 millones de euros. Operadores que aglutinan, bajo el modelo cosechero-exportador, más de 50.000 hectáreas. “El buen hacer de los socios del CGC, su camaleónica capacidad para adaptarse y evolucionar, para mejorar el servicio al cliente es en gran parte responsable del liderazgo que mantenemos en la comercialización, de que uno de cada cuatro cítricos en fresco vendidos en el mundo tengan por origen España”, ha manifestado Sanfeliu.

Por su parte, el jefe del Consell, Ximo Puig, ha puesto en valor la importancia del sector cítrico para la Comunitat y para el conjunto del país así como la “unidad de acción entre el Consell y los representantes del sector productor y comercializador en avances tan relevantes como la consecución del tratamiento de frío a las naranjas de Sudáfrica o, más recientemente, los consensos alcanzados a nivel valenciano para implementar el nuevo Plan Integral Cítrico”.

En parecido sentido, el ministro de Agricultura, Luis Planas, ha querido destacar “el carácter pionero del Comité, como importante instrumento al servicio del sector cítrico, que en su momento sirvió para preparar la integración en la UE y que con el tiempo ha permitido ampliar y consolidar nuevos mercados a las exportaciones”.

## UNA VOCACIÓN EUROPEÍSTA

El CGC surgió en virtud del decreto 2059/1972, de 21 de julio. Fueron el varias veces ministro con Felipe González, vicepresidente y responsable de Economía



La consellera de Agricultura, la presidenta del CGC, el presidente de la Generalitat y el ministro de Agricultura. / GVA

con José Luis Rodríguez Zapatero, Pedro Solbes —que falleció el pasado 18 de marzo— así como el empresario cítrico y presidente del Valencia CF, Julio de Miguel, quienes aglutinaron las voluntades necesarias para impulsar su creación.

Aquella organización primera integraba a todo el sector; a los representantes de los exportadores del comercio privado y del cooperativo, de los productores así como de la industria transformadora de zumos. Pero también formaban parte de ella los ministerios de Comercio y de Agricultura. “En Europa se miraba a España con recelo por los efectos distorsionadores que pudieran tener nuestros menores costes de producción y laborales. Se trabajaba en un mercado, el europeo, marcado por precios de referencia y por las llamadas tasas compensatorias, lo que exigía coordinar y ajustar en lo cuantitativo y lo cualitativo la exportación”, ha recordado la presidenta del CGC.



El CGC ha mostrado sus nuevas instalaciones a las autoridades que han acudido a la celebración de su 50 aniversario. / CGC

**El CGC nació por decreto en 1972, integrando al conjunto del sector y a la Administración con la intención de prepararlo para el ingreso en Europa. Desde el acceso de España a la entonces CEE se han duplicado la producción y la exportación nacional**

**Actualmente los miembros del CGC —empresas privadas, grupos empresariales y organizaciones de productores con intereses repartidos por buena parte del país y 50.000 hectáreas de producción— recolectan, manipulan, envasan y comercializan en torno al 75% de los cítricos en fresco de España**

El ingreso en la CEE en 1986 implicó la salida de la Administración. La firma en diciembre de 1991 del Tratado de la Unión Europea (TUE) supuso la eclosión definitiva del sector. Efectivamente, a finales de los 60 nuestro país a duras penas

llegaba a las 750.000 toneladas de cítricos exportadas pero ya era esta una de las principales fuentes de divisa extranjera; a la conclusión de la década de los 70 —a los ocho años de nacer el CGC, por tanto— esa cifra se había más que duplicado has-

ta superar los 1,5 millones de toneladas. “Fuimos/somos un sector con vocación europea, muy por delante incluso de la del propio país”, matizó Sanfeliu.

La entrada en la entonces CEE y la consolidación del proyecto comunitario con el mercado, la moneda única y la ampliación hacia Europa del este, supuso el despegue más importante. Cuando España accedió a este ‘club’ tenía una producción de 3,5 millones de toneladas, hoy se sitúa entre las 7 y hasta 8 millones de toneladas, con suelos circunstanciales de 6 millones como el de esta temporada. En aquella campaña en la que nuestro país se hizo miembro comunitario se exportaba una cantidad que no llegaba a 2 millones de toneladas. En las últimas 12 campañas esta cifra nunca ha bajado de 3,6 millones y en la 2014/15 se llegó a registrar incluso un récord de 4,1 millones de toneladas.

“El CGC es el gran interlocutor, somos patronal transversal y vertical, una de las más representativas en todo el mundo en comercialización de cítricos en fresco y en producción, negociamos los convenios de recolección y de manipulado en la Comunidad Valenciana, pero también somos productores — los mayores de España— con más de 50.000 hectáreas vinculadas a este colectivo empresarial. Ejercemos como lobby pero nuestra meta no es hacer grande a esta entidad, es que la actividad de nuestros socios pueda seguir siendo líder y desarrollándose con normalidad”, ha afirmado la presidenta del CGC.

Sanfeliu no ha dudado en señalar cuál es el principal obstáculo para lograrlo: la falta de reciprocidad. “Necesitamos competir en Europa en las mismas condiciones que los productos importados de terceros países, a los que se les debe exigir las mismas condiciones laborales, medioambientales, sociales y de seguridad alimentaria que nosotros aplicamos”, ha aclarado. En su intervención posterior, el ministro Planas se ha mostrado “totalmente de acuerdo en la necesidad de que se compita en condiciones de equidad” en la UE.

En última instancia, la presidenta del CGC ha aprovechado la oportunidad para poner el acento en dos cuestiones coyunturales claves para el sector. Empezó agradeciendo al ministro y al propio presidente de la Generalitat el “intenso trabajo técnico y político” desarrollado para lograr que la UE aplicase el tratamiento de frío a las importaciones de naranja procedentes de países con ‘Falsa polilla’. Lograrlo — ha recordado— “fue un gran hito, un cambio de paradigma en la sanidad vegetal. Ahora necesitamos que la decisión se implemente de forma eficaz y ajustada a norma y que se controle su cumplimiento”.

En segundo lugar, ha advertido sobre las dificultades que se avecinan por causa de la sequía: “No podemos dejar morir al arbolado por unos años malos de serio déficit hídrico. Necesitamos el compromiso, la implicación de la Administración para seguir siendo motor de la economía española”, ha concluido Inmaculada Sanfeliu.

## OPINIÓN



Por CIRILO ARANDIS (\*)

# Agua, política de Estado

**E**l agua viene siendo un elemento de disputa desde tiempo inmemorial. Ya sea por garantizar el suministro o como muestra de poder, o ambas cosas a la vez, este compuesto químico presente en la naturaleza es vital e imprescindible para la vida humana y para la el normal desarrollo de la naturaleza en la tierra. En estos tiempos que corren, su presencia en cantidad y calidad suficiente es sinónimo de desarrollo económico y de riqueza, siendo quizás el motivo por el que estamos observando cómo la clase política la emplea como elemento de disputa, de enfrentamiento y de reproche al adversario. Empeño que no resuelve el tema de la escasez de agua, pese a que pueda reportar algún tipo de beneficio en el plano de la imagen a corto plazo, e incluso más en momentos de campaña electoral como es el caso actual.

Es una realidad que llevamos un tiempo más largo del deseado sin lluvias, pero lo cierto es que la ausencia de éstas no afectan por igual a todo el territorio nacional. De entrada, hay que decir que es muy bueno que llueva, ya que la planta necesita el agua de lluvia para alimentarse y para lavarse. De no llover, los estomas de las hojas, lugar por donde respiran las plantas, se obturan de polvo, por lo que el rendimiento energético del proceso de la fotosíntesis se resiente. De otra parte, la ausencia de agua de lluvia exige la aportación de más agua de riego, lo que incrementa el consumo energético en lo referente al impulso del agua almacenada y se traduce, evidentemente, en un incremento de los costes de producción. Y eso donde haya disponibilidad de agua para riego, pues hay zonas donde no existe más posibilidad de aporte hídrico que el de la lluvia, otras donde no queda reserva de agua para regar, y otras en las que, aun habiendo, no es de la calidad adecuada para los cultivos que hay que regar.

Así pues, de entrada, hay que diferenciar dos conceptos: la sequía meteorológica, consecuencia de la ausencia de lluvias; y la sequía hídrica, disponibilidad o no de agua para regar en el caso de la agricultura, para consumo humano, para la industria o para los servicios, caso del turismo. Hacer que llueva no está en manos de nadie, más allá de las rogativas que la fe popular puede hacer al santo de la localidad, pero saber cómo llueve sí que es motivo del estudio de la historia y del pasado más o menos reciente. Tanto si se le llama cambio climático como si se es negacionista ante esta cuestión, es un hecho que el régimen de lluvias es distinto al que había hace algunos años. Ya no existe una pauta de lluvias esperadas en función del mes del año, y cuando llueve, estas se concentran más, cayendo mayor cantidad de agua en un menor espacio de tiempo. De igual manera, se alternan ciclos de



El agua es un elemento imprescindible para desarrollar la actividad agraria. / ÓSCAR ORZANCO

copiosas lluvias, con otros que venimos en calificar como de pertinaz sequía. Todo ello nos obliga a tener que pensar en una nueva estrategia a la hora de almacenar y conservar toda esta agua de lluvia para cuando haga falta.

La política del agua no se puede improvisar, y no tiene ningún sentido abordar el problema tan solo en el momento en el que nos damos cuenta que hay escasez, y todavía menos a la sombra de una campaña política con elecciones en ciernes. El agua debe ser una política de Estado. Uno de esos pactos a los que poco o nada estamos acostumbrados en la política española. Un pacto en el que se involucren todos de modo positivo, no como un escenario de disputa política, y que vaya más allá de quien gobierne en cada momento, de modo que quien obtenga circunstancialmente el respaldo popular para gobernar sepa lo que hay que hacer, tanto en el presente como en el futuro. No en vano, se dice que los ministros de Obras Públicas siempre inauguran obras que planificaron las personas que les antecedieron. Sé que este deseo, que por otra parte es de sentido común, es difícil que entre en el pensamiento de buena parte de nuestros políticos, pues los resultados de estas iniciativas nunca se ven de inmediato, siendo otros los que obtendrán rédito de las decisiones que se tomen y de las actuaciones que se emprendan en el presente.

El momento presente marca una demanda clara de actuaciones políticas para minimizar los efectos de la ausencia de agua. Y es que hay ocasiones, y esta es muy clara, que de donde no hay no se puede sacar, siendo la situación actual el reflejo de los aciertos y errores de las decisiones tomadas con anterioridad. Así, leemos en distintos medios de comunicación que España es el país europeo que lidera la destrucción de presas y embalses, al parecer, según fuentes oficia-

**La política del agua no se puede improvisar, y no tiene ningún sentido abordar el problema tan solo en el momento en el que nos damos cuenta que hay escasez, y todavía menos a la sombra de una campaña política con elecciones en ciernes. El agua debe ser una política de Estado. Uno de esos pactos a los que poco o nada estamos acostumbrados en la política española**

**El momento presente marca una demanda clara de actuaciones políticas para minimizar los efectos de la ausencia de agua. Y es que hay ocasiones, y esta es muy clara, que de donde no hay no se puede sacar, siendo la situación actual el reflejo de los aciertos y errores de las decisiones tomadas con anterioridad**

**Hay una parte del campo español que se muere debido a la falta de agua, y otra parte, incluido nuestro sector hortofrutícola, que ve incrementados sus costes de producción, además de sufrir efectos en la época de la floración y en la cantidad de producto no apto para destinar a la comercialización**

**Este es el momento de articular medidas económicas para garantizar un mínimo de renta con la que pasar el año, y que son las que de primeras ya están solicitando las organizaciones profesionales agrarias. En definitiva, medidas fiscales y ayudas directas son las actuaciones que nos permitirán aguantar este año, pero que de nada servirán cuando nos encontremos en la misma situación en el futuro, si se vuelven a dar las circunstancias actuales**

les, con el objetivo de recuperar el curso natural de los ríos. Mas allá de las declaraciones de los colectivos medioambientalistas, nuevas versiones oficiales están virando el discurso, indicando que se está produciendo un

desmantelamiento de infraestructuras que se encontraban fuera de uso o sobre las que la Administración considera, una vez acabado su periodo concesional, que no es viable su continuidad, por motivos ambientales o económicos. En política, siempre hay un roto para un

descosido. En este contexto de actuaciones, también sería bueno saber el criterio seguido a la hora de desembalsar agua para producir energía eléctrica con el objetivo de abaratar su coste.

Entretanto, hay una parte del campo español que se muere por falta de agua, y otra parte, incluido nuestro sector hortofrutícola, que ve incrementados sus costes de producción, además de sufrir efectos en la floración y en la cantidad de producto no apto para la comercialización. Hechos que tienen su repercusión en los costes fijos que se deben de repercutir en los almacenes de confección y manipulación de producto, ya que hay que proyectarlos sobre menos kilos, lo cual, en el caso de los socios de las cooperativas, tiene un impacto directo en sus rentas. Este es el momento de articular medidas económicas para garantizar un mínimo de renta con la que pasar el año, y que son las que de primeras ya están solicitando las organizaciones profesionales agrarias. En definitiva, medidas fiscales y ayudas directas son las actuaciones que nos permitirán aguantar este año, pero que de nada servirán cuando nos encontremos en la misma situación en el futuro, si se vuelven a dar las circunstancias actuales.

Y qué decir de ese futuro. De entrada, hay que decir, y se sabe a ciencia cierta, que la situación de sequía pasará, que vendrá un nuevo periodo más bonancible en relación con la cantidad de lluvia, pero que nuevamente vendrá un nuevo periodo de sequía. Es ahí donde hay que incidir en una adecuada política en relación con el agua. Una nueva política que engloba múltiples ámbitos que van desde la educación, para no despilfarrar cuando hay agua y en la inversión, ya sea para guardar el agua sobrante cuando la haya, como para reutilizar la ya empleada en aquellos usos que así lo aconsejen. Y por supuesto, en las decisiones que se adopten en relación con nuevos regadíos y con aquellas tierras que riegan sin tener concesión de agua.

No actuar con visión de futuro es un error imperdonable y que se pagará sin duda. No será culpa de nadie en concreto, y será de todos en general, pero lo cierto es que una adecuada planificación puede proporcionarnos mucha tranquilidad y estabilidad, no ya en la producción de alimentos en el mundo rural, y en su impacto en la inflación, sino también en el consumo en nuestras casas, en la industria y en los servicios. Aprendamos de los errores del pasado y empeceemos a pensar en el agua como un bien escaso en momentos, y que hay que administrar lejos de las disputas políticas. Esperemos que la única manera de concienciarnos del agua no sea pasando sed.

(\*) *Presidente Frutas y Hortalizas Cooperativas Agroalimentarias*

# Anecoop recupera volumen y prevé comercializar 150.000 toneladas de sandía

La cooperativa anuncia un importante proyecto de recuperación de zonas de cultivo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Anecoop arranca su campaña de sandía anunciando un importante proyecto de recuperación de zonas de cultivo en Valencia, un incremento de la superficie en La Mancha, una prueba comercial en Sevilla y un plan en el interior de Murcia para ampliar el calendario hasta mediados del mes de septiembre. Tras el recorte productivo sufrido el año pasado por la mala climatología, la cooperativa prevé recuperar el volumen de campañas previas, alcanzando las 150.000 toneladas comercializadas.

Con las primeras sandías de producción almeriense, Anecoop da el pistoletazo de salida a la temporada comercial y promocional de uno de sus productos estrella, la sandía sin pepitas. Una campaña que quiere conquistar al consumidor invitándole a recuperar la alegría, esa emoción que despierta la llegada del buen tiempo, el color, la diversión y el desenfado de los días de verano.

Como ha señalado el director comercial de Anecoop, Miguel Abril, "el objetivo es volver a la cuota de exportación media de hace dos años, del 15%, y superar el volumen que hicimos en 2021. La confianza viene del aumento de rendimiento de la superficie previsto para este año, sumado a la estrategia de recuperación de cultivo llevada a cabo en la provincia de Valencia, que nos ha permitido duplicar la superficie con respecto al año anterior, una prueba comercial que estamos realizando en la zona de Sevilla y un plan específico acometido en Murcia para alargar la campaña hasta mediados de septiembre. Ello, sumado a la buena disposición de los clientes a la hora de programar la campaña gracias a la previsión de un verano caluroso, nos permite ser optimistas y recuperar la ilusión de que sea una buena campaña".

Alejandro Monzón, presidente de Anecoop, ha apuntado que quieren "seguir siendo un referente en producción y comercialización de sandía sin pepitas, apelando al consumidor responsable que elige marcas con compromiso social, que además de aportar calidad garantizan la responsabilidad medioambiental, toman partido por el agricultor y apuestan por un producto de temporada 100% nacional".

Por su parte, el director general de Anecoop, Joan Mir, ha añadido que "el reto para nosotros, que fuimos pioneros en el reposicionamiento de una fruta convencional, es seguir manteniendo nuestro liderazgo. Para ello, y una vez realizada la planificación comercial de la campaña, hemos de centrar nuestros esfuerzos en llegar al



Con las primeras sandías de producción almeriense, Anecoop da el pistoletazo de salida a la temporada comercial y promocional de uno de sus productos estrella, la sandía sin pepitas. / ANECOOP

consumidor de la manera más atractiva posible, poniendo en valor los atributos de sabor, diversión y salud del producto además de su temporalidad".

La sandía Bouquet fue la primera sandía sin pepitas que llegó al mercado europeo. Desde su lanzamiento en 1992, Anecoop renueva cada año su liderazgo como el primer operador español de sandías en Europa, consolidando su posicionamiento como empresa pionera en la categoría. La campaña

Este año, la campaña viene marcada por un innovador proyecto de recuperación de zonas de cultivo en Valencia, un incremento de la superficie en La Mancha, una prueba comercial en Sevilla y un plan en el interior de Murcia para ampliar el calendario hasta mediados de septiembre

#sandiasBouquet toma partido por los agricultores y apela a los valores de la cooperativa que se proyectan en su marca

Bouquet, siendo su principal eje estratégico la defensa del medio rural y de las personas que viven y trabajan en él al



La cooperativa mantiene su apuesta por un producto tan emblemático para el grupo como la sandía. / ANECOOP

La sandía Bouquet fue la primera sandía sin pepitas que llegó al mercado europeo. Anecoop renueva cada año su liderazgo como el primer operador español de sandías en Europa

apostar por un programa de producción 100% nacional con presencia en Andalucía, Región de Murcia, Comunidad Valenciana y Castilla La Mancha.

## ■ CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

La responsable de Marketing de la entidad, Piedad Coscollá, ha presentado la campaña de comunicación que este año pone el acento en la capacidad de esta fruta refrescante de temporada para "dar vida y despertar la ilusión en el consumidor". "Hemos querido destacar sus atributos y la fuerza y vitalidad que desprende su consumo, alineándolo con los días de alegría propios de la primavera y el verano.

La sandía siempre viene acompañada de la llegada del buen tiempo, la luz y el ascenso de las temperaturas, que reclaman frutas refrescantes de temporada y proximidad como la sandía".

Con el atributo del posicionamiento geográfico, la propuesta para la campaña promocional en España quiere situar a la sandía Bouquet en algunos de los rincones más "intragrameables" del territorio, incidiendo en las principales zonas de producción con el empleo del hashtag de moda, #picoftheday (foto del día). Con el objetivo de dar visibilidad al producto y captar la atención del consumidor de manera atractiva, la campaña tendrá una fuerte inversión online, así como en prensa especializada, radio local y tv autonómica, nacional y por cable.

La publicidad aérea en las costas mediterráneas vuelve a ser una de las acciones de marketing *off-line* estrella del verano, ya que se prevé aforo lleno en las playas. Esta acción tan unida a la climatología se apoyará con la presencia en la APP el tiempo.es, que permite segmentar por temperaturas, asociando sus sandías Bouquet a los días y lugares más calurosos.

Además, y para reforzar el vínculo con las zonas de producción, Anecoop ha diseñado una estrategia que se fundamenta en la elección de conocidos influencers locales como prescriptores del producto.

Por último, y como viene siendo habitual, la cooperativa de segundo grado continúa su apuesta por el deporte inclusivo con el patrocinio de la Asociación AVAPACE de Valencia, que este domingo 30 de abril ha celebrado su tradicional Volta a Peu Tavernes Blanques, y de la Fundación URA Clan de Almería, con un apoyo anual que se intensifica durante la campaña de sandía. Completan el calendario promocional las acciones que se desarrollarán en Francia, República Checa y Polonia, que son coordinadas junto a sus filiales en destino.

# Agrocultivos



La caída en la producción de la cosecha europea de albaricoque se debe a las heladas, la sequía y, en general, a los cambios bruscos en la temperatura. / N RODRIGUEZ

## Ligera caída de la cosecha europea de albaricoque

Con una previsión de 500.000 toneladas, la producción comunitaria pierde un 7 por ciento respecto al año pasado debido a un tiempo 'caprichoso'

■ NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

El año 2021 fue excepcional para la producción de albaricoque en Europa. Las heladas que afectaron a todas las cuencas de producción provocaron pérdidas muy importantes y la producción europea cayó por debajo de la barrera de las 400.000 toneladas. En los últimos 30 años, un nivel de producción tan bajo sólo se había observado en tres ocasiones, en 2003, 1998 y 1995.

En 2022, las heladas volvieron a estar presentes desde marzo en Grecia e Italia y a principios de abril en Francia y sobre todo en España, que fue el país más afectado.

Este año se han registrado algunas heladas en Grecia y el norte de Italia, y se ha producido cierta caída de yemas debido a la falta de frío invernal, sobre todo en la Región de Murcia. El tiempo ha sido caprichoso en las últimas semanas, con bruscos saltos de temperatura.

Con estos precedentes, la previsión de cosecha de albaricoque este año en Europa se ha cifrado en torno a las 500.000 toneladas. Volumen que representa un descenso del 7% respecto a 2022 y también del 7% respecto a la media de 2017/2021.

Tras dos años muy deficitarios de 2020 y 2021 de unas 400.000 toneladas; 2022 y 2023 son años medios de unas 500/550.000 toneladas, pero muy por debajo de 2017 o 2019 cuando la producción rondó las 650.000 toneladas.

Las bajas temperaturas registradas desde enero han retrasado, en general, la floración y, por tanto, han pospuesto ligeramente el inicio de la cosecha en muchas zonas productoras. También habrá que seguir de cerca los efectos de la sequía, que ha hecho estragos en casi todas partes, sobre todo en España y en el sures-

EUROPA	
Previsión de cosecha albaricoque 2023	
	Produc. total (Tm)
Italia	203.160
Grecia	76.000
España	98.739
Francia	125.662
<b>TOTAL EUROPA 2022</b>	<b>503.561</b>
Cosecha 2022	538.601
Media 2017-2021	541.276
VARIACIÓN	-35.040
2023-2022	-7%
VARIACIÓN 2023 /	-37.715
MEDIA 2017-2021	-7%

ITALIA	
	Produc. total (Tm)
Emilia Romagna	47.567
Sur de Italia -Sicilia -Cerdeña	135.557
Resto de Italia	20.036
<b>TOTAL ITALIA 2023</b>	<b>203.160</b>
Cosecha 2022	275.614
Media 2017-2021	234.593
VARIACIÓN	-72.454
2023-2022	-26%
VARIACIÓN 2023 /	-31.433
MEDIA 2017-2021	-13%

te de Francia. Los efectos de esta sequía sobre la producción aún no son visibles en esta fase y, por tanto, no pueden tenerse en cuenta en estas primeras previsiones.

A ambos lados de los Pirineos, los productores esperan que la situación, actualmente muy preocupante, cambie favorablemente en las próximas semanas.

Este es el análisis general que ha realizado Eric Hostalnou, responsable del Servicio 'Frutas y

Hortalizas' de la Cámara de Agricultura de Pirineos Orientales, y el encargado de presentar estas previsiones en el marco de la feria Medfel, celebrada la pasada semana en Perpignan.

■ ITALIA

El 'Bel paese' se mantiene como primer productor de albaricoque en Europa, con una previsión de cosecha para 2023 de 203.000 toneladas.

Tras dos años deficitarios en 2020 y 2021, el año pasado las heladas perdonaron la vida a la producción italiana de albaricoque, que alcanzó las 275.000 toneladas. Este año, en cambio, se prevé que la producción descienda a 203.000 toneladas. Esto supone un déficit del 26% respecto a 2022 y del 13% respecto a la media de 2017/2021.

Esta caída de producción se debe a las heladas, sobre todo en las zonas llanas del valle del Po, a los picos de temperatura durante la floración, a una cierta alternancia en la producción vinculada a la fuerte carga de los árboles el año pasado, y a la sequía.

Desde CSO Italia, su directora, Elisa Macchi apunta, sobre las previsiones presentadas en Medfel, que son "una primera elaboración", y que la incertidumbre climática actual, que afecta a toda la península, y la gran variabilidad "conducen a una situación evolutiva que habrá que seguir de cerca".

En cuanto a la superficie, Italia continúa registrando un ligero descenso (-4% respecto a 2022), una realidad que se repite desde hace varios años y está ligada a un menor ritmo de plantación.

En lo que respecta a la evolución de los frutos, se observa un retraso en la maduración de algunos días en comparación al año pasado en las regiones del sur de Italia, mientras que las regiones del norte se encuentran en fechas similares a las del año pasado.

■ FRANCIA

Nuestro país vecino sigue ocupando el segundo puesto en el ranking de los mayores productores de albaricoque en Europa. Tras dos años muy malos en 2020 y 2021 debido sobre todo a las heladas, la producción francesa de albaricoque volvió a niveles más

satisfactorios en 2022 con 123.000 toneladas cosechadas.

De cara a la temporada 2023, no se han registrado heladas significativas en las principales cuencas productoras de albaricoque y se espera que la producción gala se sitúe en torno a las 125.000 toneladas, lo que supone un aumento del 2% respecto a 2022 y del 16% respecto a la media de 2017/2021.

El tiempo caprichoso de las últimas semanas y la disminución continua de la superficie explican por qué la 'huerta' francesa ya no alcanza las 150.000 toneladas y más que tenía en 2017, 2015, etc....

Sobre la evolución de las plantaciones, la vuelta del frío a partir de mediados de enero ha retrasado la floración y las cifras de previsión de cosecha podrían cambiar en función de la evolución de los frutos pequeños.

También hay que señalar la complicada situación de algunas cuencas de producción con respecto a la sequía, en particular la región del Roussillon donde ya se han impuesto restricciones al riego.

Desde la DOP Melocotones y Albaricoques de Francia, su presidente, Bruno Darnaud apunta al respecto que en esta fase de producción todavía "no es posible estimar las pérdidas potenciales vinculadas a este fenómeno climático".

Entre las particularidades de la cosecha francesa, Darnaud explica que son producciones que tienen como destino comercial su propio mercado interior: "Nuestros albaricoques se dirigen principalmente al mercado francés, pero con un calendario mucho menos concentrado, gracias a las nuevas variedades, para así ocupar un espacio más amplio". El presidente de la DOP confirma que los primeros albaricoques nacionales de la temporada estarán disponibles "a partir del 15 de mayo hasta finales de agosto", y según las primeras estimaciones habrá "un menor número de frutos que el año pasado, y esto se traducirá sin duda en un mayor calibre".

■ ESPAÑA

El albaricoque es una de las frutas que mayores retos ha planteado a los productores españoles de fruta de hueso. De hecho, es el país que ha demostrado una mayor dinámica en los últimos años en la búsqueda de nuevas variedades, intentando superar la hegemonía del Búlida, que si bien ha dado muchas alegrías en el pasado, a día de hoy está perdiendo fuerza ante nuevas variedades más acordes a los nuevos gustos de los consumidores europeos. Así las cosas, España lleva años apostando por las denominadas "variedades francesas", orientadas exclusivamente al mercado en fresco y la exportación. Esta estrategia ha permitido a la producción española hacerse un hueco en los mercados europeos en detrimento de la producción italiana y francesa, ocupando así el tercer puesto en el ranking.

A pesar de este dinamismo, lo cierto es que España lleva ya

## FRANCIA

	Produc. total (Tm)
Languedoc-Rosellón	39.006
Ródano-Alpes	69.240
P.A.C.A.	17.416
<b>TOTAL FRANCIA 2023 (*)</b>	<b>125.662</b>
(*) 3 Regiones	
Cosecha 2022	123.194
Media 2017-2021	108.076
VARIACIÓN	+2.468
2023-2022	+2%
VARIACIÓN 2023 /	+17.586
MEDIA 2017-2021	+16%

## ESPAÑA

	Produc. total (Tm)
Comunitat Valenciana	2.050
Región de Murcia	39.000
Aragón	25.743
Cataluña	11.006
Castilla-La Mancha	14.000
Cataluña	2.970
Resto de España	6.940
<b>TOTAL ESPAÑA 2023</b>	<b>98.739</b>
Cosecha 2022	64.793
Media 2017-2021	117.866
VARIACIÓN	+33.946
2023-2022	+52%
VARIACIÓN 2023 /	-19.127
MEDIA 2017-2021	-16%

## GRECIA

	Produc. total (Tm)
Peloponeso-Stereia-Creta	26.000
Macedonia-Otras regiones	50.000
<b>TOTAL GRECIA 2023</b>	<b>76.000</b>
Cosecha 2022	75.000
Media 2017-2021	80.700
VARIACIÓN	+1.000
2023-2022	+1%
VARIACIÓN 2023 /	-4.740
MEDIA 2017-2021	-6%

cuatro campañas en las que no ha podido expresar plenamente su potencial productivo debido a episodios de heladas, granizo, intensas lluvias... El último revés fue el año pasado con las fuertes heladas registradas en Cataluña y Aragón, y que echaron a perder la gran parte de la cosecha de fruta de hueso. En Albaricoque, la producción fue de 65.000 toneladas, una de las más bajas de los últimos años. En la presente temporada, hasta el momento, no se han registrado heladas importantes, pero el invierno ha sido raro. En general ha sido suave en temperaturas, incluso con déficit de frío en algunas regiones, pero que luego al final, la llegada repentina de frío y alternancia de temperaturas ha penalizado la carga de fruta en árbol.

Así pues, con casi 99.000 toneladas de producción previstas en 2023, la cosecha española se sitúa un 52% por encima del déficit del año pasado, pero un 16% por debajo de la media 2013/2017. Hay que remontarse a 2017 o 2018 para ver el potencial de producción español, que ronda entre 130.000 y 150.000 toneladas.

## ■ GRECIA

Ocupando el cuarto puesto del ranking de los principales productores de albaricoque en Europa tenemos a Grecia que con una previsión de cosecha de 76.000 toneladas, presenta una temporada muy similar al año pasado.

En 2022, la producción griega de albaricoques alcanzó las 75.000 toneladas, un 36% más que el año 2021 —muy deficitario— y cerca del nivel medio de la producción griega de 2016-2021. Los precios obtenidos por los productores fueron correctos, pero no pudieron compensar la pérdida de volumen en comparación con un año normal, que se sitúa en torno a las 105.000 toneladas.

Este año la situación es la misma que en 2022. Según avanza Georges Kantzios de Coop ASEPOP, “la producción debería alcanzar las 76.000 toneladas, el mismo volumen que en 2022, pero aún por debajo de nuestro potencial óptimo”.

El invierno de 2022/2023 ha sido suave e incluso cálido para los datos climáticos griegos, y este cambio ha afectado a las variedades tempranas, que son las que presentan un déficit productivo —tanto en el sur de Grecia (Peloponeso) como en el norte (Veria, Calcídica)—. Las variedades tardías, por el contrario, no parecen estar afectadas. Otro problema emergente pero que cada año se acentúa más, según Kantzios, es “la falta de mano de obra para recolectar la fruta y realizar los trabajos necesarios en el huerto”.

En resumen, Grecia espera una cosecha similar al 2022, 76.000 toneladas, un 30% por debajo de un año normal y un 6% por debajo de la media 2017/2021.

# La Organización Mundial de Cítricos presenta el pronóstico anual del Hemisferio Sur

## La OMC anunció las previsiones de producción y exportación para la próxima temporada de cítricos del Hemisferio Sur

## ■ VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El 19 de abril de 2023, los miembros de la Organización Mundial de Cítricos (OMA) se reunieron en la cuarta Asamblea General Anual (AGA) de la organización. Durante la AGA, la OMA presentó los datos consolidados de las previsiones de producción y exportación para la próxima temporada de cítricos del Hemisferio Sur 2023. Las previsiones preliminares se recogieron gracias a los miembros de la OMA en Argentina, Australia, Bolivia, Brasil, Chile, Perú, Sudáfrica y Uruguay. Además, la asociación también anunció el lanzamiento de nuevos proyectos para aumentar la visibilidad y los esfuerzos de promoción del sector cítrico.

Durante la AGA de la OMA, se presentó a los representantes del sector cítrico de Argentina, Australia, Bolivia, Brasil, Chile, Perú, Sudáfrica y Uruguay el pronóstico preliminar para la próxima temporada de cítricos del Hemisferio Sur; se espera que la producción de cítricos disminuya en un 2,02% en comparación con el año anterior, con una producción estimada de 22.351.937 toneladas. Las exportaciones, sin embargo, se espera que sigan aumentando, con un crecimiento previsto del 2,32% en comparación con 2022 para llegar a 3.685.392 toneladas,

mientras que se espera que un total de 13.210.832 toneladas de cítricos se destinen a la transformación (un aumento del 8,32% en comparación con 2021).

## ■ PRODUCCIÓN

Se prevé que la producción de naranjas disminuya un 2,57% respecto a 2022, con 16.176.434 toneladas en total. Por otro lado, respecto a las mandarinas, se prevé un ligero aumento de la producción (+1,64%, 3.078.779 t en total). La de limones (2.645.604 t en total), será superior a la de los pomelos que debería disminuir un 10,01% (451.120 t en total). Finalmente, las limas se espera que alcancen 1.975.000 t, un 3,28% por encima de las cifras de 2022.

La última temporada del Hemisferio Sur sufrió el impacto negativo de los problemas logísticos y de transporte, así como de las difíciles condiciones climáticas, ya que la sequía en el Hemisferio Sur afectó negativamente a la producción. Sin embargo, las expectativas del sector han mejorado desde marzo en lo que respecta a la logística, y es probable que la mezcla de calor estival seguido de lluvia dé lugar a una buena temporada 2023.

## ■ LANZAMIENTOS

La asociación anunció el lanza-

miento oficial de la nueva Área de Miembros en su sitio web, que cuenta con previsiones de producción e información organizativa de fácil acceso, incluidos materiales de medios sociales, así como un calendario de eventos y diversas funcionalidades para mejorar la comunicación.

La OMA también detalló sus actividades durante el último año, en particular sus iniciativas en curso para promover el consumo de cítricos mediante el desarrollo de un concepto global de marketing y destacando los beneficios nutricionales del consumo de cítricos.

Anunciaron el próximo lanzamiento de un grupo dedicado a diseñar una campaña mediante la identificación de mercados objetivo con fines de promoción.

También se anunció una nueva campaña de comunicación en las redes sociales para impulsar los beneficios nutricionales de los distintos cítricos, que se lanzará en las próximas semanas.

La OMA, además, celebró el crecimiento constante de la asociación, que ahora cuenta con más de 40 miembros en 16 países, y añadió 6 empresas más como miembros desde octubre de 2022.

## PREVISIONES DE CÍTRICOS DEL HEMISFERIO SUR 2023

Mandarinas	%F2023/2022	F2023	2022	2021
TOTAL PRODUCCIÓN.....	1,64%	3.078.779	3.029.048	3.037.385
Destinado a exportación.....	3,74%	997.148	961.200	1.023.905
Destinado a procesamiento.....	-8,84%	183.739	201.564	167.354
Destinado al mercado nacional..	1,69%	1.897.892	1.866.284	1.846.126
Naranja	%F2023/2022	F2023	2022	2021
TOTAL PRODUCCIÓN.....	-2,57%	16.176.434	16.603.426	14.378.511
Destinado a exportación.....	1,85%	1.570.460	1.541.929	1.632.766
Destinado a procesamiento.....	-1,54%	10.648.989	10.815.566	8.714.573
Destinado al mercado nacional -	6,81%	3.956.985	4.245.931	4.031.172
Limón	%F2023/2022	F2023	2022	2021
TOTAL PRODUCCIÓN.....	-1,22%	2.645.604	2.678.395	2.558.570
Destinado a exportación.....	6,19%	898.246	845.914	864.496
Destinado a procesamiento.....	-10,96%	1.327.101	1.490.392	1.249.234
Destinado al mercado nacional..	-23,10%	420.257	342.089	444.840
Pomelos	%F2023/2022	F2023	2022	2021
TOTAL PRODUCCIÓN.....	-10,01%	451.120	501.298	437.871
Destinado a exportación.....	-13,18%	219.538	252.878	261.145
Destinado a procesamiento.....	-5,84%	206.253	219.056	140.052
Destinado al mercado nacional..	-13,74%	25.329	29.364	36.647
Todos los cítricos	%F2023/2022	F2023	2022	2021
TOTAL PRODUCCIÓN.....	-2,02%	22.351.937	22.812.167	20.412.336
Destinado a exportación.....	2,32%	3.685.392	3.601.921	3.782.312
Destinado a procesamiento.....	-2,83%	12.366.081	12.726.578	10.271.213
Destinado al mercado nacional..	-2,83%	6.300.463	6.483.668	1.846.126
Limas (no incluidas en el total)	%F2023/2022	F2023	2022	2021
TOTAL PRODUCCIÓN.....	3,28%	1.975.000	1.912.266	1.844.567
Destinado a exportación.....	3,07%	190.000	184.339	123.256
Destinado a procesamiento.....	-4,48%	500.000	523.474	500.000
Destinado al mercado nacional..	6,69%	1.285.000	1.204.453	1.221.311

Fuente: Organización Mundial de Cítricos

\*Basado en datos de mandarinas, naranjas, limones y pomelos de Argentina, Australia, Bolivia, Brasil, Chile, Perú, Sudáfrica y Uruguay. Las cifras de limas se presentan por separado y no se incluyen en el total "Todos los cítricos"

# El cierre del canal de Urgell complica la temporada catalana de manzana y pera

Afrucat prevé pérdidas del 58% en la cosecha de manzana y del 52% en pera

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La sequía sigue trayendo malas noticias para el sector agrario. La semana pasada, la Confederación Hidrológica del Ebro (CHE) cerró el grifo del canal de Urgell, que abastece de agua a una extensa zona agrícola en el Pla de Lleida. Una situación sin precedentes en los 161 años de historia del canal. Esta drástica medida supone acabar de forma anticipada la campaña de riego en abril, cuando apenas hace un mes que comenzó, y afecta a 50.000 de las 70.000 hectáreas que abastecen los canales de Urgell.

Los regantes confirman que, aunque llueva, no saben si la temporada se podrá retomar antes de septiembre debido a que el agua que queda es para abastecer a la población, a la industria y a la ganadería. Aunque lloviese en las próximas semanas, es complicado asegurar que se pueda retomar la campaña de riego debido a que tendría que llover con mucha abundancia en las cabeceras para poder recuperar las reservas en los embalses y ganar volumen para la campaña de riego del año que viene.

El sector frutero, principalmente de manzana y pera, no tiene la cosecha asegurada, ya que el agua que se dará puntualmente sólo garantizará su supervivencia ante el calor del verano. Ante esta coyuntura, Afrucat, Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña, ha presentado las primeras previsiones de la entidad a raíz del cierre del canal de Urgell. Unas estimaciones que reflejan unas pérdidas de hasta el 58% en la cosecha de manzana catalana (173.000 toneladas), el 52% en la de pera (74.000 t) y la desaparición del 30% de la fruta total que cosecharía Cataluña esta campaña (284.000 t).

Con más de 8.600 hectáreas afectadas por la falta de riego, el canal dejaría sin agua a 39



El sector prevé una pérdida de facturación de 350 millones de euros. / ARCHIVO

municipios de entre los que destacan Torregrossa que perdería casi 26 millones de kilos de fruta, 14 de ellos de manzana; Bellpuig con una pérdida de más de 20 millones de kilos, 18 de manzana; Miralcamp con 18 millones, 12 de manzana; Tornabous con 16 millones, 12 de manzana y Golmés con 16 millones, 13 de manzana.

Según Manel Simon, director general de Afrucat, "las consecuencias directas de estas cifras se traducen en una pérdida de facturación de aproximadamente 350 millones de euros y unas pérdidas directas para nuestro sector de cerca de los 164 millones de euros, la mayor parte, más de 114 millones, ya están invertidos en los campos o harán falta para retirar la fruta árboles para asegurar la supervivencia de éstos. El resto irán a mantener las estructuras de unas centrales que, por segundo año consecutivo, tendrán que permanecer inactivas".

"También hay que tener en cuenta el impacto económico sectorial que tendría el cierre para todo el territorio y para todos

los eslabones de la cadena que podría alcanzar los 600 millones de euros", ha señalado Simon.

Afrucat considera que estas afectaciones climáticas no aseguran lastrarian mucho al sector productor catalán. De ahí que pedirá a las administraciones competentes que se solicite autorización a la UE para habilitar "ayudas de Estado" suficientes para cubrir las pérdidas económicas.

Para Manel Simon todavía habría dos cuestiones también fundamentales a solucionar; la solicitud de excepcionalidad para el cálculo de las coberturas de Agroseguro y la flexibilidad en el cálculo de la VPC (Valor Producción Comercializada) de los programas operativos que no deberían tener en cuenta la baja producción de este año. Este valor limitaría, y mucho, la capacidad de inversión y las ayudas de la OCM para los próximos años.

■ MANZANA DE GIRONA

Aunque un 70% de la manzana de Girona se riega a partir de pozos y en estos momentos no peligran su cosecha, el otro 30% se riega a

través de canales donde la manzana y los cultivos extensivos compiten por el agua que escasea por la sequía que sufre hace meses el cauce del río Ter. Esto hace que la cosecha del 30% de la manzana de Girona en estos momentos también esté en entredicho y que unida a las afectaciones provocadas por el cierre del Canal de Urgell provocarían una bajada en la cosecha total de manzana de Cataluña de cerca del 67%.

■ AGUA CERO

Otra de las posibilidades que se están valorando estos días es que el riego no sea suficiente para mantener los árboles y en este caso el escenario sería diferente. "Estaríamos hablando de la muerte de las plantaciones y un importe de 600 millones de euros que incluiría el coste de replantarlas más las pérdidas debidas a la improductividad de 3 a 4 años hasta la entrada en producción de los árboles", asegura el director general de Afrucat.

Según Joan Serentill, presidente del Comité de Manzana y Pera de Afrucat "el paro productivo durante tres años de un territorio que vive básicamente de la manzana y la pera provocaría unas pérdidas sociales y económicas que no se pueden cuantificar además de un cambio profundo en la zona".

## Canal Segarra-Garrigues

El cierre total para el riego este pasado sábado del Canal Segarra-Garrigues, en Lleida, afecta a unos 2.000 agricultores, quienes ante "una situación nunca vista" de falta de agua ya dan por prácticamente perdida la actual campaña de fruta y cereales, ha afirmado el presidente de la Comunidad de Regantes de la infraestructura hidráulica, Josep Maria Jové.

La Comunidad General de Regantes del Canal Segarra-Garrigues ha decidido cerrar el suministro de agua hasta el día 2 de mayo, dado que la sequía ha dejado bajo mínimos el pantano de Rialb, del que se nutre. A partir de este martes se comunicará a cada agricultor de cuánta agua dispone hasta el mes de septiembre.

Josep Maria Jové ha explicado que la medida afecta a aproximadamente unas 7.300 hectáreas ubicadas en las comarcas de Garrigues, Noguera, Urgell, Segarra y Segrià, que cultivan unos 2.000 agricultores. Los cultivos que se verán más afectados por la medida serán los de olivar, almendros, pistacho, viña y manzanas en altura.

La gravedad de la actual sequía ha obligado a tomar estas drásticas medidas y los productores están muy preocupados, no ya sólo por la campaña de este ejercicio, sino por las temporadas venideras en el caso de que no se logre la supervivencia de los árboles frutales. "De esos árboles dependen la comida, las campañas de los próximos años, y no podemos dejarlos morir", ha señalado Josep Maria Jové. ■

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Asaja estima unas pérdidas, una reducción de movimiento económico, de 1.500 millones de euros en la producción agraria de Aragón debido a la fuerte sequía. La organización agraria ha asumido que las consecuencias de la sequía serán irreversibles, algo que se va a notar en la producción que se va a reducir en un 50% con respecto al 2022.

El movimiento económico total se va a reducir en 1.500 millones en todo Aragón. De esta cifra, 500 millones corresponden al cereal, otros 500 al maíz, y las restricciones en el riego para los frutales podrían suponer 350 millones, así como 120 en alfalfa y 20 en girasol y arroz.

Ante este panorama, Asaja Aragón pide un plan de choque que incluya excepcionalidad de la PAC, liquidez y la construcción

## Asaja estima que la sequía ocasionará unas pérdidas de 1.500 millones en Aragón

de embalses que les permitan ser competitivos a nivel global.

Las pérdidas estimadas por la organización en lo referente al sector de los cereales de invierno son de 490 millones de euros, motivadas por un descenso en los rendimientos de los mismos de un 50% respecto a la campaña anterior, esperándose una producción de 1.360.000 toneladas.

En cuanto al cultivo del maíz se calculan unas pérdidas en movimiento económico de 500 millo-

nes de euros, debido a la falta de siembras por la escasez de agua para el riego.

Respecto a la alfalfa se espera que dejará de generarse un movimiento económico de 120 millones de euros, dado que si no hay agua para destinarla para el riego del cultivo, no se obtendrán los cortes de un año normal. En el caso del girasol serán 20 millones los que no se generarán al reducirse las siembras por no disponer de agua para el riego.

Los cultivos permanentes, como los frutales, olivos, frutos secos, no aportarán 350 millones de movimiento económico, teniendo además en este caso, el riesgo de muerte de árboles que condicionen no sólo el rendimiento de esta campaña, si no que obliguen a fuertes inversiones de replantación o cambios en la orientación productiva de las explotaciones.

Respecto a las ganaderías, fundamentalmente las extensi-

vas, se encuentran con la grave incertidumbre de la ausencia de alimento en pastos para el ganado, que va a obligar a suplementar en pesebre, con unos grandes costes para el ganadero.

Según Asaja Aragón, la gravedad de la situación es tal, que no solo va a afectar al rendimiento económico de las explotaciones en esta campaña, si no que va a condicionar las siembras de la siguiente campaña o la reposición de animales en las explotaciones ganaderas. Por ello, dicha organización ha recordado que, con la situación actual, se encuentra en juego el sector agroalimentario aragonés. Y ha señalado que la campaña pasada ya se vio afectada por las adversidades climáticas, en la que el sistema de Agroseguro asumió el mayor número de indemnizaciones de su historia.

# Agrocotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 17 al 23 de abril de 2023, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante. (Últimos precios recibidos).

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	2,70
Aguate Hass	3,17
Cereza Otras Variedades	8,00
Ciruela REd Beauty	2,60
Coco en Seco	0,90
Dátil Medjoul	9,00
Frambuesa Otras Variedades	11,00
Otoño	10,99
Fresón Ventana	2,30
Higo Seco	2,50
Kiwi Pulpa Verde	2,70
Kiwigold	5,50
Lima Persian	2,90
Limón Verna	0,45
Fino o Primafiori	0,40
Mandarina Clemenule	0,60
Ortanique	0,70
Clemenlate	2,73
Clemenvilla o Nova	0,50
Hernandina	0,85
Otras Variedades	0,80
Mango Tommy Atkins	2,00
Manzana Fuji	1,44
Golden	1,48
Royal Gala	1,55
Otras Variedades	1,40
Starking o Similares	1,75
Melón Piel de Sapo	2,70
Naranja Lane Late	0,65
Navel Late	0,60
Otras Variedades	1,20
Valencia Late	0,40
Níspero Algerie o Argelino	1,23
Otras Variedades	3,50
Nuez	4,50
Papaya o Papayón	1,80
Grupo Solo y Sunrise	1,60
Pera Conferencia	1,75
Piña Golden Sweet	1,90
Plátano Americano o Banana	0,95
De Canarias 1º	1,10
Extra	1,20
Macho	1,60
Pomelo Rojo	0,85
Resto de frutas	0,80
Sandía Con Semillas	1,05
Uva Blanca Otras Variedades	3,00
Red Globe	2,70
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas	0,60
Hojas Rizadas Lyon	0,60
Ajo Blanco	2,70
Morado	2,70
Tierno o Ajete	3,00
Alcachofa Blanca de Tudela	1,00
Apio Verde	0,60
Apionabo	0,70
Berenjena Morada	0,83
Boniato o Batata	1,00
Brócoli o Brócoli o Brecol	1,50
Calabacín Verde	0,90
Calabaza De Verano	0,80
De Invierno	0,80
Cardo	1,00
Cebolla Tierna	2,40
Blanca Dulce	1,50
Morada	1,21
Grano de Oro	0,75
Francesa o Echolate	0,83
Chirivía	1,00
Col de Hojas Lisas	0,50
Lombarda o Repollo Rojo	0,80
Repollo de Hojas Rizadas	0,50
Otras Variedades	1,00
Coliflor	1,30
Endivia	2,50
Espárrago Verde o Triguero	3,75
Espinaca	0,80
Haba Verde o Habichuela	0,75
Hinojo	0,50
Jengibre	3,00

Judía Verde Fina	5,10
Verde Perona	5,18
Lechuga Cogollo	2,25
Hoja de Roble	1,00
Iceberg	1,20
Romana	0,50
Lollo Rosso	1,10
Otras Variedades	0,96
Maíz o Mollo	0,60
Nabo	0,90
Perejil	0,60
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Pimiento Rojo Lamuyo	2,05
Verde Italiano	2,20
Puerro	1,00
Rábano y Rabanilla	1,20
Remolacha Común o Roja	0,80
Resto de Hortalizas	0,60
Seta Champiñón	2,11
Gircola o Chopo	4,52
Tomate Daniela / Long Life / Royesta	1,25
Asurcado Verde Raf	3,65
Liso Rojo Pera	2,64
Cherry	3,46
Otras Variedades	2,36
Liso Rojo Canario	0,95
Muchamiel	1,54
Zanahoria Nantesa	0,70
En Rama	0,80
PATATAS	Euros/kg
Blanca Spunta (Granel)	0,70
Roja Otras Variedades (Confecc.)	2,30
Blanca Agría (Confecc.)	0,93
Blanca Monalisa (Granel)	0,60

### Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 25 al 28 de abril de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Fresones	2,35-2,75
Limonas	1,30
Manzana Golden	1,00
Naranja Navel	0,80-0,90
Nísperos	2,10-2,00
Pera Blanquilla	1,30
Passacrasana	1,20
Plátanos	1,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,40
Lechuga	0,33-0,28
Cebolla	1,20-1,25
Espárragos	1,50-1,25
Judías Verdes Perona	4,00-4,25
Patatas Calidad	0,56
Primor	0,85
Tomate Maduro	1,80
Tomate Verde	2,40

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 27 de abril de 2023, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	5,00
Aguate	3,50
Almendra	7,00
Pomelo	1,40
Avellana	6,50
Kaki	2,00
Carambolas	4,00
Castañas	3,50
Cerezas	20,00
Cocos	1,20
Membrillo	1,00
Dátiles	3,40
Feijoa	8,00
Higo	1,70
Higos Chumbos	2,20
Frambuesa	1,00
Grosellas	10,00
Kiwis	2,50
Lichis	4,00
Lima	3,00
Limón	0,80
Fresa	2,80
Fresón	1,70

Granada	2,50
Mandarina Clementina	1,80
Satsuma	1,30
Otras	2,00
Mangos	3,00
Maracuyá	8,00
Melón Galia	0,75
Amarillo	0,80
Piel de Sapo	1,70
Otros	1,10
Moras	16,50
Nashi	2,10
Nectarina Blanca	3,00
Amarilla	3,00
Níspero	2,50
Nueces	3,80
Olivas	1,80
Papayas	2,50
Pera Blanquilla	1,20
Verano	2,50
Invierno	1,70
Temprana	1,10
Piña	1,50
Pitahaya	7,00
Plátanos Canario	1,10
Importación	1,00
Manzana Bicolor	1,00
Amarilla	1,10
Verde	1,60
Roja	1,50
Otras	1,40
Melocotón Amarillo	2,50
Rojo Pulpa Blanca	6,00
Rojo Pulpa Amarilla	3,00
Ciruela	2,75
Uva Blanca	3,50
Negra	2,60
Rambután	12,50
Sandía con semilla	1,60
Sin semilla	1,80
Naranja	0,90
Chirimoya	3,00
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	0,70
Redonda	1,10
Ajo Seco	2,80
Tierno	0,60
Apio	0,90
Acelgas	0,90
Batata	0,40
Borraja	1,50
Brócoli	1,80
Brécol	1,50
Calçots	0,11
Calabaza	1,10
Calabacín	0,70
Cardo	1,10
Alcachofa	1,00
Cebolla Seca	1,25
Figueras	1,55
Tierna	0,35
Pepino	0,60
Col Repollo	1,40
Bruselas	1,60
Lombarda	0,50
China	0,70
Coliflor	2,10
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,35
Larga	0,90
Otras	0,70
Endivia	1,10
Escarola	0,75
Espárragos Blancos	12,00
Verdes	3,50
Espinaca	0,50
Haba	0,75
Hinojo	1,00
Perejil	0,40
Judía Bobi	3,50
Perona	3,00
Fina	1,80
Otras	3,50
Nabo	1,00
Zanahoria	1,00
Patata Blanca	0,75
Temprana	1,00
Roja	0,70
Pimiento Lamuyo	1,90

Verde	1,70
Rojo	2,00
Guisante	1,40
Puerro	1,15
Rábano	0,40
Remolacha	0,65
Tomate Maduro	1,40
Verde	2,20
Chirivía	1,00
Otras Hortalizas	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	6,50
Rovellón-Níscalo	8,00
Champiñón	2,00
Otras Setas	10,00
Maíz	1,00
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 17 al 23 de abril de 2023. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguaques	4,24
Almendra	8,70
Ciruela	3,12
Chirimoya	2,97
Dátil	6,89
Fresa / Fresón	2,24
Granada	4,00
Kiwi / Zespri	3,52
Lima	2,95
Limón	1,13
Mandarina Clementina / Fortuna /	
Nadorcott	1,86
Hortanique	1,13
Mango	2,75
Manzanas O.V.	2,24
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,71
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,36
Royal Gala / Cardinale	1,56
Starking / Red Chief / Glostes /	
Galaxia	1,72
Granny Smith	1,79
Melón / Galia / Coca	2,01
Naranja Navel	1,63
Salustiana	0,94
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,06
Late / Miaknight	0,85
Níspero / Nipola	2,44
Pera Conferencia / Decana	1,66
Ercolini / Etrusca	2,51
Blanquilla o Agua	1,68
Piña	1,51
Plátano	1,06
Banana	1,05
Sandía	1,62
Uva	3,47
Otros Frutos Secos	10,43
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,88
Ajo Seco	2,86
Alcachofa	1,10
Apio	1,22
Berenjena	0,76
Batata / Boniato	1,34
Brócoli / Brecol	1,80
Calabacín	0,89
Calabaza / Marrueco	1,58
Cebolla / Chalota	1,29
Cebolleta	1,39
Champiñón	2,36
Col Repollo	0,74
Coliflor / Romanescu	0,95
Endivia	2,43
Espárrago Verde	3,36
Espinaca	1,34
Guisante	3,50
Haba Verde	1,24
Judía Verde Fina (Brasileña)	4,37
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	2,64
Lechuga O.V.	0,66
Cogollo	2,30
Iceberg	0,85
Nabo	1,09
Pepino	0,91
Perejil	1,58

Pimiento Verde	1,30
Rojo (Asar)	1,72
Puerro	1,59
Rábano / Rabanilla	1,88
Remolacha	2,30
Seta	4,06
Tomate O.V.	2,07
Cherry	3,45
Daniela	1,68
Zanahoria	1,17
Hierbabuena	3,20
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,83
Añeja	0,57

### Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 24 al 28 de abril de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguate Hass	5,35
Fuerte	4,95
Almendra	1,50
Ciruela Otras Familia Black	3,25
Golden Japan y Songold	3,25
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nou	3,87
Fresa	6,64
Fresón Otras Variedades	9,95
Granada Otras Variedades	3,70
Higo Chumbo	1,56
Kiwi Kiwigold	7,95
Pulpa Verde	4,15
Limón Fino o Primafiori	0,99
Otras Variedades	0,99
Verna	0,99
Mandarina Clemenule	1,75
Clemenule	1,75
Clemenvilla o Nova	1,85
Manga Kent	8,45
Mango Tommy Atkins	1,75
Manzanas Fuji	2,00
Golden	1,77
Royal Gala	1,79
Granny Smith	1,45
Staking o Similares	1,65
Melocotón Merrill y Elegant Lady	5,50
Melón Piel de Sapo	2,05
Amarillo	2,07
Otras Variedades	1,35
Galia	3,15
Naranja Valencia Late	0,95
Otras Variedades	0,95
Lane Late	0,95
Navel	0,95
Navel Late	0,95
Nectarina Carne Blanca	3,65
Níspero Algerie o Argelino	2,87
Nuez	4,22
Papaya Grupo Solo y Sunrise	1,15
Papayón (2-3 kg/ud)	0,83
Pera Conferencia	1,73
Ercolini / Morettini	2,95
Otras Variedades	1,80
Piña Golden Sweet	6,44
Pistacho	9,25
Plátanos Canarias Primera	1,45
Canarias Segunda	1,30
Canarias Extra	1,60
Pomelo Rojo	0,96
Amarillo	1,05
Sandía Sin Semilla	1,90
Con Semilla	1,95
Uva Red Globe, Roja	3,05
Negra Otras Variedades	3,70
Blanca Otras Variedades	3,65
Resto de frutas	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	2,75
Ajo Blanco	2,66
Morado	2,55
Tierno o Ajete	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	0,58
Berros	1,95
Boniato o Batata	2,28
Brócoli, Brecol o Brócoli	1,96

## MERCADOS NACIONALES

## Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 16, del 17 al 23 de abril 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>		
NARANJAS BLANCAS		
Valencia Late	0,35-0,50	Alicante
Valencia Late	0,38-0,47	Castellón
Valencia Late	0,34-0,55	Valencia
Valencia Late	0,38-0,52	L. Valencia
Valencia Midnight	0,50-0,60	Valencia
Valencia Midnight	0,38-0,56	L. Valencia
LIMÓN FINO		
Limón Fino	0,25-0,35	Alicante
FRUTAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Níspero Algar	1,17	Alicante
HORTALIZAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,35-0,60	Alicante
Acelga	0,80	Castellón
Ajo Tierno	0,77-2,50	Alicante
Alcachofa Consumo Fresco	0,30-1,10	Alicante
Consumo Fresco	0,68-1,00	Castellón
Consumo Fresco	0,44-0,62	Valencia
Industria Corazones	0,40-0,90	Alicante
Industria Corazones	0,55-0,70	Castellón
Industria Perolas	0,11-0,20	Alicante
Industria Troceado	0,24-0,32	Alicante
Industria Troceado	0,33-0,45	Valencia
Apio Verde	0,42-0,60	Alicante

Berenjena		
Rayada	0,34-0,65	Alicante
Boniato		
Rojo	0,52-0,72	Alicante
Blanco	0,78-0,80	Castellón
Calabacín	1,30	Alicante
Blanco	1,00-1,80	Castellón
Calabaza		
Redonda	0,64-0,96	Alicante
Redonda	0,62-0,79	Valencia
Tipo Cacahuete	0,26-0,36	Alicante
Tipo Cacahuete	0,44-0,66	Valencia
Cebolla		
Tierna (Manojo 3 uds)	0,71-0,75	Alicante
Tierna	0,60-1,00	Castellón
Spring	0,48-0,75	Valencia
Col China	0,35-0,45	Castellón
Lombarda	0,30-0,35	Castellón
Brócoli	0,50-1,51	Alicante
Brócoli	0,33	Castellón
Brócoli Industria	0,25-0,30	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,25-0,41	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,30-0,67	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,39-0,53	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,55-0,66	Castellón
Coliflor Blanca	0,33-0,65	Alicante
Blanca	0,29-1,28	Castellón
Blanca	0,54-0,87	Valencia

Escarola		
Hoja Rizada	0,27-0,35	Alicante
Hoja Rizada	0,33-0,67	Castellón
Hoja Rizada	0,29-0,49	Valencia
Hoja Ancha Lisa	0,31	Castellón
Espinaca	0,78-1,00	Alicante
Guisantes Verdes	5,10-5,95	Castellón
Haba Muchamiel	0,60-1,00	Castellón
Valenciana	0,43-1,29	Alicante
Judía Blanca	3,40-4,50	Castellón
Roja	2,00-5,00	Castellón
Verde Perona	2,97-4,50	Castellón
Verde Boby	2,41-3,66	Alicante
Lechuga		
Maravilla	0,35-0,51	Castellón
Romana	0,23-0,33	Alicante
Romana	0,35-0,43	Castellón
Romana	0,22-0,31	Valencia
Little Gem	0,24-0,39	Alicante
Iceberg	0,32-0,42	Alicante
Trocadero	0,44-0,75	Alicante
Patata		
Blanca	0,58-0,77	Alicante
Blanca	1,00	Castellón
Pepino Blanco	0,69-0,95	Alicante
Pimiento		
California Rojo	1,54	Alicante
California Amarillo	1,94	Alicante

California Verde	1,43	Alicante
Dulce Italia	1,42-1,51	Alicante
Lamuyo Rojo	1,17-1,52	Alicante
Lamuyo Verde	0,56-1,59	Alicante
Tomate		
Acostillado	1,33-1,76	Alicante
Raff	1,70-2,13	Castellón
Valenciano	2,98	Castellón
FRUTOS SECOS		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	3,41-3,51	Alicante
Comuna	3,30-3,45	Castellón
Largueta	4,91-5,01	Alicante
Marcona	6,66-6,76	Alicante
Marcona	6,50-6,90	Castellón
Planeta	3,51-3,61	Alicante
INDUSTRIALES		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	4,25-4,95	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	5,20-5,25	Castellón
Oliva Virgen Extra	5,40	Castellón
Garrofa Entera	0,40-0,50	Castellón
MIEL		
De Azahar	3,50-3,70	Castellón
De Milflores	3,00	Castellón
De Romero	4,00-4,50	Castellón

Alfafa --Paquete Rama.....S/C	
Paquete Deshidratado.....S/C	
Paja 1ª (Cebada).....63,00	
Veza Forraje de 1ª.....S/C	
Forraje.....S/C	
PATATAS Euros/Kg	
Agria.....S/C	
Jaerla.....S/C	
Kennebec.....S/C	
Red Pontiac.....S/C	
Red Scarlett.....S/C	
Hermes.....S/C	
Yona.....S/C	
ALUBIAS Euros/Kg	
Canela.....S/C	
Negra.....S/C	
Palmeña	
Redonda.....S/C	
Planchada.....S/C	
Pinta.....S/C	
Riñón de León.....S/C	
Redonda.....S/C	

## Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 24 de abril de 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALMENDRA	
Guara.....3,45	
Comuna Ecológica.....5,70	
Pelona.....2,45	
Belona.....4,75	
Constantí.....4,65	
Vairo.....3,50	
Lauranne.....3,50	
Común.....3,40	
Largueta.....4,85	
Marcona.....6,60	
PIÑÓN	
Alameda.....44,00	
Castilla.....44,00	
AVELLANA Euros/Libra	
San Giovanni.....1,67	
Tonda.....1,79	
Corriente.....1,80	
Negreta.....2,05	

## Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 24 de abril de 2023. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando.....290,00	
Cebada P. E. (+64).....273,00	
Avena.....271,00	
Centeno.....261,00	
Tricale.....281,00	
Maíz, (14°).....286,00	
LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Guisantes.....S/C	
Garbanzo	
Pedrosillano.....S/C	
Lenteja Armuña.....S/C	
OLEAGINOSAS Euros/Tm	
Girasol (9-2-44).....S/C	
Girasol (Alto Oleico).....S/C	
Colza.....S/C	

FORRAJES	Euros/Tm
Forrajes (Avena).....S/C	
Alfafa Empacada.....S/C	
Veza (Henificada).....S/C	
Paja Paquete Pequeño.....S/C	
Paja Paquete Grande.....79,00	

## Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 27 de abril de 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa	
Empacada.....230,00	
Avena.....251,00	
Cebada	
Nacional de 62 Kg/Hl.....254,00	
Centeno.....243,00	
Punta.....S/C	
Girasol 9-2-44.....420,00	
Paja	
Empacada.....75,00	
Trigo Nacional,	
Pienso 72 Kg/Hl.....270,00	

## Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 25 de abril de 2023. Campaña 2022-2023.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....Sin existencias	
Navel.....Sin existencias	
Navel Lane Late.....Sin existencias	
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett.....0,30-0,51	
GRUPO SANGRE	
Sanguelini.....Sin existencias	
GRUPO BLANCAS	
Salustiana.....Sin existencias	
Barberina	
y Mid-night.....0,37-0,56	
Valencia Late.....0,37-0,51	
GRUPO MANDARINAS Euros/Kg	
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki.....Sin existencias	
Okitsu.....Sin existencias	
Owari.....Sin existencias	
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós	
y Basol.....Sin existencias	
Orunules.....Sin existencias	
Marisol.....Sin existencias	
Miuro.....Sin existencias	
Arrufatina.....Sin existencias	
Clemenules	
Orogrande.....Sin existencias	
Hernandina.....Sin existencias	
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla.....Sin existencias	
Tango.....Sin existencias	
Nardocott.....Sin existencias	
Ortanique.....Sin existencias	
Orri.....Sin existencias	
Nota: Las compras se centran sobre todo en Valencias.	
El próximo Boletín de Precios se publicará el martes 2 de mayo de 2023.	
Información de los precios agrarios de la	

sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 27 de abril de 2023.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible Valencia.....690,00	
J. Sendra,	
disp. Valencia.....690,00	
Monsianell,	
disp. Valencia.....690,00	
Fonsa,	
disp. Valencia.....690,00	
Guadamar,	
disp. Valencia.....720,00-760,00	
Furia,	
disp. Valencia.....590,00-600,00	
Gladío y Tahibonnet,	
disp. Valencia.....590,00-600,00	
Sirio, disp. Valencia.....590,00-600,00	
Puntal.....590,00-600,00	
Bomba,	
disp. Valencia.....1.700,00-1.700,00	
Precios según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado,	
disp. Valencia.....1.050,00-1.100,00	
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disp. Valencia.....1.200,00-1.260,00	
Guadamar Extra,	
disp. Valencia.....1.300,00-1.370,00	
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.....270,00	
Maíz Nacional,	
destino Valencia.....290,00	
Cebada	
Nacional, dest. Val.....S/O	
Avena Rubia,	
dest. Valencia.....262,00	
Blanca, dest. Valencia.....S/O	
Guisantes Nacional,	
dest. Valencia.....Sin operaciones	
Veza Importación.....Sin operaciones	
Semilla Algodón,	
destino Valencia.....S/O	
Trigo Pienso Nacional,	
Tipo 1.....S/C	
Tipo 2.....S/C	
Tipo 3.....S/C	
Tipo 4.....S/C	
Tipo 5.....284,00	
Trigo Importación.....277,00	
Precios por tonelada a granel.	
TURTOS Y HARINAS Euros/Tm	
Soja 47% baja proteína,	
disponible Valencia.....512,00	
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona.....283,00	
Cascarilla de Avena,	
disponible Valencia.....125,00	
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.....308,00-310,00	
disponible Andalucía.....S/C	
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona.....365,00-366,00	
Palmiste,	
disp. Valencia.....240,00-241,00	
Harina de Colza, dest. Valencia.....S/C	
Gluten Feed,	
disp. Valencia.....310,00	
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia.....360,00	
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona.....322,00-323,00	
Import. disp. Andalucía. 352,00-353,00	
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia.....S/C	
Hojas, destino Valencia.....36400	
Tercecerillas, destino Valencia.....S/C	
Precios por tonelada a granel.	
GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm	
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia.....Sin operaciones	
Zona Alicante.....Sin operaciones	
Zona Castellón.....Sin operaciones	
Zona Tarragona.....Sin operaciones	
Zona Murcia.....Sin operaciones	
Zona Ibiza.....Sin operaciones	
Zona Mallorca.....Sin operaciones	
Precios tonelada a granel s/rendimientos	
Troceada Integral,	
disp. orig.....Sin operaciones	
Troceada sin Harina	
disponible origen.....Sin operaciones	
Troceado Fino,	
disp. origen.....Sin operaciones	
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 Regulars.....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	

## 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 17 al 12 de abril de 2023. Precios origen. Semana 16/2023.

**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 Verna Todo Limón (Murcia): 0,46-0,56 €/Kg

Finalizada la campaña de limón Fino, arranca la campaña de limón Verna en un escenario de prudencia marcado por la incertidumbre, consecuencia de la situación económica en Europa, donde la inflación impacta en el consumo, pero también en los costes de producción de la cadena desde el productor hasta el exportador. El reto es de nuevo lograr una transición limpia entre hemisferio norte y sur para lo cual es necesario que el limón Verna mantenga unos precios competitivos y atractivos. Las cotizaciones de cada partida dependen lógicamente de la calidad de cada lote en función del porcentaje de limón comercial y el destrío por gordo.

## POMELO

Transición inminente a los pomelos de ultramar debido a que la temporada mediterránea está llegando a su fin, con los volúmenes de España e Israel en claro descenso. Por ejemplo, las exportaciones israelíes en lo que va de año han descendido un 30% respecto a 2022. Mientras tanto, los primeros contenedores de pomelos tempranos sudafricanos se están descargando en Rotterdam. No obstante, la tensión generada por la disminución de la oferta sigue siendo mínima, teniendo en cuenta la moderada demanda actual. Así pues, los ritmos de venta y los precios se mantienen estables.

Calabacín Blanco	1,18
Verde	0,65
Calabaza De Invierno	2,40
De Verano	2,33
Cebolla Grano Oro o Valenciana	1,42
Morada	1,48
Recas o Similares	0,85
Cebollitas o Cebolla Tierna	0,95
Col China o Pekinensis	1,75
Lombarda o Repollo Rojo	1,35
Repollo Hojas Rizadas	0,45
De Bruselas	3,95
Coliflor	1,96
Endivia	1,30
Escarola Rizada o Frisée	0,85
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Guisante	3,45
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby	2,71
Verde Otras Variedades	2,72
Elda	4,95
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,35
Maíz o Millo	0,69
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o Tipo Holandés	1,05
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,75
Rojito Lamuyo	2,00
Verde Italiano	3,66
Verde Padrón	1,93
Otras Variedades	2,36
Puerro	1,15
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	2,04
Liso Rojo Canario	1,26
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	1,07
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) Euros/kg</b>	
Blanca, Otras Variedades	0,87
Blanca Spunta	1,11
Otras Variedades	0,95
Roja Otras Variedades	0,80

## Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 25 al 28 de abril de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Fresones	1,65
Limones	1,05
Manzana Golden	1,00
Roja	1,27

Naranja Navel	1,00
Nísperos	1,84
Pera Blanquilla	1,37
Passacrasana	1,90
Plátanos	1,10
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Alcachofas	1,20
Lechuga	0,88
Cebolla	1,27
Espárragos	3,00
Judías Verdes Perona	3,59
Patatas Calidad	0,60
Tomate Verde	2,50

## Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 24 al 30 de abril de 2023, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates Hass (local)	3,50
Fuertes (local)	3,00
Ciruelas Moradas (no local)	3,35
Cocos (no local)	1,05
Chirimoya (no local)	3,75
Dátiles (no local)	5,50
Fresones (local)	4,00
(no local)	2,70
Granadas (no local)	3,00
Limón Común (local)	1,00
Primofiori (no local)	1,35
Mandarinas Ortanique (no local)	1,40
Clementinas (no local)	1,50
Otras (no local)	1,60
Manzanas Fuji (no local)	1,70
Granny Smith (no local)	1,95
Royal Gala (no local)	1,60
Golden (no local)	1,40
Otras (no local)	1,60
Red Chief (no local)	1,50
Melones Piel de Sapo (no local)	1,90
(local)	0,80
Naranja Zumos Pequeña (local)	0,70
Salustiana (no local)	1,20
Extra País (local)	1,00
Otras (no local)	1,10
Navel (no local)	1,10
Navelina (no local)	1,05
Nectarinas (no local)	3,25
Nísperos (local)	2,00
(no local)	2,35
Peras Conference (no local)	1,50
Ercoline (no local)	2,25
Lima (local)	2,00
(no local)	5,00
Piña Tropical (local)	4,00
Tropical Dulce (local)	5,00
Plátanos Extra (local)	1,30
Primera (local)	0,90
Segunda (local)	0,75
Pomelos (no local)	1,10
(local)	1,20
Sandías (local)	1,80
(no local)	1,85
Listada Sin Pepitas (no local)	1,85
Listada Sin Pepitas (local)	1,90
Uva Red Globe (no local)	2,95
Otras Blancas (no local)	2,85
Otras Negras (no local)	2,90

Papaya Hawaiana (local)	0,70
Cubana (local)	0,70
Híbrida (local)	0,70
Kiwi (no local)	2,10
Frambuesas (no local)	17,00
Moras (no local)	20,00
Arándanos (no local)	12,80
<b>HORTALIZAS Euros/kg</b>	
Acelga (local)	0,30
Ajos (no local)	2,85
(local)	6,50
Albahaca (local)	7,50
Alcachofas (local)	3,50
Apio (local)	2,00
(no local)	1,60
Berenjenas Moradas (local)	0,80
Moradas (no local)	1,00
Bubangos (local)	0,50
Calabacines (local)	0,70
Redondos (local)	0,70
Zucchini (local)	0,70
Zucchini (no local)	0,80
Calabazas (local)	1,80
(no local)	1,80
Cebollas Cebolletas (local)	2,20
Blancas (local)	1,40
Blancas (no local)	1,80
Moradas (no local)	1,45
Moradas (local)	1,50
Cebollino (local)	10,00
Coles Repollo (local)	0,50
Lombarda (local)	1,30
China (no local)	0,70
Coliflor (local)	1,80
Champiñón (no local)	2,60
Endivias (no local)	3,75
Escarolas (local)	0,70
Espinacas (local)	1,20
Espárrago Triguero (no local)	6,00
Habichuelas Redondas (local)	2,30
Coco Planas (local)	1,60
Lechugas Batavia (local)	0,60
Iceberg (local)	0,60
Hoja de Roble (local)	2,10
Lollo Rosso (local)	2,10
Nabos (local)	2,00
Colinabos (local)	1,80
Pepinos (local)	0,60
Perejil (local)	3,90
Pimientos Verdes (local)	1,90
Verdes (no local)	2,00
Rojos (local)	2,20
Rojos (no local)	1,90
Padrón (local)	2,80
Amarillo (no local)	2,30
Amarillo (local)	2,50
Puerros (local)	1,20
Rabanillas (local)	1,00
Rábanos (local)	4,00
(no local)	7,20
Romero (local)	15,00
Rúcula (local)	4,80
Setas (no local)	6,00
Tomates Pera (local)	1,50
Pera (no local)	3,00
Salsa (no local)	1,10
Salsa (local)	1,00
Ensalada (local)	1,50
Ensalada (no local)	2,00
Cherry (local)	2,50
Cherry (no local)	3,00
Tamarillo (local)	1,80
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (local)	1,20
Segunda (no local)	1,15
Primera (local)	2,00
Batatas Otras (local)	1,10
Otras (no local)	1,85
Yema Huevo (local)	1,50
Blancas (local)	1,20
Lanzarote (no local)	0,95
Pimientas Otras (local)	6,00
Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	5,50
Berros (local)	1,80
Beterrada (local)	1,40
(no local)	1,60
Cilantro (local)	4,20
Chayote (local)	2,00
Piña Mollo Dulce (local)	2,40
Ñames (local)	6,00
Yuca (no local)	2,85
Piña de Mollo (local)	3,00
(no local)	3,00
Brecol (local)	1,70
Hierba Huerto (local)	4,50
<b>PATATAS Euros/kg</b>	
Patatas	
Otras Blancas (local)	0,70
Otras Blancas (no local)	0,85
Up To Date (local)	1,60
King Edward (no local)	0,90
King Edward (local)	1,40

Cara (local)	1,20
Rosada (local)	1,50
Bonita (local)	4,30
Negra (local)	5,50
Spunta (local)	1,20
Negra Oro (local)	6,00
Slaney (local)	1,20
Red-Cara / Druid (local)	1,20
Colorada Baga (local)	5,00
Azucena (local)	4,00
Galáctica (local)	1,20
Rooster (local)	1,30

## Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 27 de abril de 2023. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
<b>ALFALFA</b>	
Alfalfa Rama campo 1ª	283,00
Rama campo 2ª	253,00
<b>AVENA</b>	
Avena	
Blanca	264,00
Rubia	269,00
Forraje Avena	S/C
<b>CEBADA NACIONAL</b>	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl	249,00
Pienso +62 kg/hl	254,00
<b>CENTENO</b>	
Centeno	254,00
<b>GIRASOL</b>	
Pipa	
Alto Oleico	S/C
Pipa de Girasol	S/C
<b>MAÍZ NACIONAL</b>	
Maíz sobre Secadero	275,00
<b>TRIGO NACIONAL</b>	
Trigo	
Duro Proté=13%	341,00
Duro Proté=12%	336,00
Extensible Chamorro	347,00
Forrajero	274,00
Gran Fuerza w 300	383,00
Media Fuerza w -300	373,00
Panificable	287,00
Triticales	271,00
<b>LEGUMINOSAS</b>	
Veza Grano	S/C
Yero Grano	S/C

## Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 25 de abril 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
<b>ALFALFA</b>	
Harina de Alfalfa	318,00
<b>CEBADA</b>	
Importación	S/C
Nacional P.E. (62-64)	282,00
<b>CENTENO</b>	
Centeno	S/C
<b>COLZA</b>	
Importación 34/36%	415,00
<b>GARROFA</b>	
Harina	332,00
Troceada	337,00
<b>REMOLACHA</b>	
Pulpa de Remolacha	322,00
<b>GIRASOL</b>	
Importación 34%	365,00
Semillas de Girasol	500,00
Importación 28/3	295,00
<b>MAÍZ</b>	
DDGs de	
Maíz Importación	375,00
Importación	263,00
Importación CE	274,00
<b>MUJO</b>	
Importación	650,00
<b>SOJA</b>	
Harina	
Soja Import. 47%	510,00
Harina Soja Nacional 47%	510,00
Aceite Crudo de Soja	910,00
Salvados de Soja	285,00
<b>SORGO</b>	
Importación	S/C
<b>TRIGO NACIONAL</b>	
Salvado de Trigos Finos	265,00
Forrajero	280,00
Panificable, mín. 11	290,00
Triticales	S/C
<b>FRUTOS SECOS Euros/Tm</b>	
<b>ALMENDRAS</b>	
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

<b>AVELLANA</b>	
Negreta en grano	7.300,00
<b>PIÑÓN</b>	
Castilla	44.000,00
Cataluña	43.500,00
<b>LEGUMBRES Euros/Tm</b>	
<b>GUISANTE</b>	
Forrajero	330,00
Forrajero	
Importación	S/C
<b>ACEITE</b>	
Palmiste Importación	222,00
Crudo	
de Palma	1.042,00

## Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 18 de abril de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
<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	273,00
Grupo 4	268,00
Grupo 5	268,00
<b>OTROS PRODUCTOS</b>	
Tricale	S/O
Cebada	258,00
Avena	S/O
Maíz	S/O
Sorgo	S/C
Habas	S/O
Guisantes	S/O
Girasol Alto Oleico	485,00
Girasol	465,00
Colza	S/O

Nota: Ausencia de compradores en el trigo duro. Próxima sesión 16 de mayo de 2023.

Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 18 de abril de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

ALMENDRA	Euros/Tm
Soleta	3,85
Floración Tadia Monovariedad	3,97
Belona	S/O
Guara	3,95
Antoñeta	S/O
Constantí	S/O
Comuna Tradicional	3,70
Ecología	5,50

Próxima sesión 2 de mayo de 2023.

Precios de la Mesa de Cítricos de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 25 de abril de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CÍTRICOS	Euros/Kg
<b>NARANJAS</b>	
Navel Powell, Barfield	
y Chisslet 1ª	0,45-0,50
Navel Powell, Barfield	
y Chisslet 2ª	0,40-0,44
Valencia Delta Calidad 1ª	0,46-0,50
Valencia Delta Calidad 2ª	0,36-0,45
Valencia Midknight y Barberina	0,48-0,53
Industria Grupo Navel	S/O
Industria Grupo Blanca	0,30
Los precios son orientativos, en árbol, origen Córdoba. Sin IVA incluido. Para la naranja de industria, los precios son sobre canja.	
Nota: Mercado estancado con pocas operaciones y poca fruta ya en campo. Repetición de cotizaciones en todas las variedades en fresco Powell, Barfields y Chisslet, Valencia Delta, Valencia Midknight y Barberinas. La parte superior de las horquillas se corresponden con calibres altos y extras. Repetición de las cotizaciones de industria para el grupo blanca.	
Próxima sesión el 2 de mayo de 2023.	

## Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 26 de abril de 2023, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	274,00
Cebada	255,00
Triticale	259,00
Centeno	249,00
Avena	257,00
Maíz	266,00
<b>FORRAJES Euros/Kg</b>	

## 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 17 al 23 de abril de 2023.

## CEREALES

■ **De invierno:** **Almería:** En la comarca de **los Vélez**, los **cereales**, denotan un acusado estrés hídrico que ha provocado desde la no nasecencia hasta minoración del desarrollo. Estos graves problemas que se observan claramente en campo inducen a unas pérdidas bastante elevadas en la comarca. **Cádiz:** El estado fenológico oscila entre BBCH 41-49 (Hoja bandera) y BBCH 71-77 (Grano lechoso). Las altas temperaturas están acelerando la fenología del cultivo. Los **trigos duros, blandos y cebadas** más avanzados están en estado de grano lechoso, las espigas en zonas domo **Arcos de la Frontera, Algar, San José del Valle**, están blandas y han cuajado, pero hay otras zonas con los **cereales** en mal estado. En la **Sierra**, se observan trigos aún verdes con las espigas fuera y comenzando a amarillear. **Córdoba:** El estado fenológico predominante de los **cereales de invierno** es el BBCH 51-69 (Espigado-Floración) y el más adelantado BBCH 71-77 (Grano lechoso). Las altas temperaturas y la falta de lluvias han adelantado la campaña un mes y la situación es muy preocupante por lo que en la **Campaña** algunas parcelas se han segado para heno ante las malas expectativas de cosecha de grano. Durante estos días, tras la autorización de la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir, se han regado algunas parcelas de trigo, pero el agua, en general llega tarde. **Granada:** En las comarcas de **Alhama, Montefrío, Iznalloz**, los **cereales** han espigado la mayoría, pero están muy faltos de agua. **Huelva:** Los **trigos** tratan de espigar y llenar la espiga pero no hay humedad. Las mermas en estos momentos se estiman en el 40-50% de la cosecha. Los hay perdidos que ya se siegan para heno. Las altas temperaturas y la falta de lluvias han provocado un adelanto de la fenología y la mayoría de parcelas están amarillas o amarilleando. Pocas parcelas siguen verdes, sólo las más tardías o las que han podido dar algún riego. **Jaén:** En algunas zonas de la provincia, se pueden observar parcelas con el **cereal** amarilleando, pero que tienen las espigas sin grano. Hay otras zonas donde, por el momento, se mantienen verdes pero en general el cultivo se encuentra con baja o muy baja altura. La fenología en las parcelas más avanzadas es la de grano lechoso aunque se observan, como hemos dicho, muchas espigas sin grano. **Málaga:** En las comarcas **Centro y Vélez-Málaga**, los **trigos** están aguantando en las zonas más altas y secándose en otras zonas. La fenología oscila entre hoja bandera y grano lechoso para los más tempranos. **Sevilla:** La mayoría de las parcelas de **cereales de invierno** presentan una situación muy preocupante, salvo en zonas muy frescas o en regadío. Las elevadas temperaturas aceleran la fenología que se encuentra mayoritariamente en espigado, aunque se pueden ver parcelas más adelantadas en grano lechoso e incluso en grano pastoso. Esto es en el mejor de los casos, porque en muchas zonas de secano la falta de humedad del terreno está llegando a marchitar el cultivo de forma irreversible y los rendimientos en grano, caso de producirse, serán muy bajos. Hay agricultores que están comenzando a meter ganado o a segar para forraje parcelas de **cereales** que estaban destinadas a grano con la intención de sacar al menos algún provecho de la siembra.

## CULTIVOS INDUSTRIALES

Desarrollo acelerado del estado fenológico de la **remolacha azucarera**, debido a las altas temperaturas, que en la mayoría de los casos puede verse con entre el 30 y el 60% del tamaño de raíz estimado, aunque se pueden ver parcelas más adelantadas donde el cultivo se encuentra desarrollando la raíz entre el 80 y el 100% de su tamaño final. El estado fenológico más adelantado del **tomate de industria** en **Cádiz** es el BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas), el predominante es el BBCH 1-9 (Nascencia). Se siguen plantando parcelas de tomates de conserva en las comarcas de **La Campiña de Cádiz y Costa Noroeste**. Las plantas se encuentran con las primeras hojas fuera, alcanzando en las más adelantadas los 10-15 cm. Se están regando por goteo, con una densidad de plantas en torno a las 27.000-28.000 por hectárea. En la zona de los llanos de **Villamartin** (Cádiz) se han sembrado algunas parcelas de **algodón** con una densidad aproximada de 35 kg de semilla por hectárea, se han abonado y se están regando. En **Sevilla**, se preparan las parcelas para la siembra de este cultivo, aunque de momento se han realizado pocas siembras. Los agricultores, en general, prefieren esperar a sembrar con algo de humedad en el terreno ya que la dotación de riego anunciada apenas daría para un riego de nascencia. En el cultivo de la **colza**, se observa en las parcelas de secano una escasa granazón, se ven parcelas donde se empaca para alimentación animal. En las parcelas más adelantadas de **girasol**, está apareciendo el órgano floral. Aunque en algunas zonas muestra un escaso desarrollo y densidad en las parcelas, en otras aún no presenta muy mal estado en este comienzo del cultivo, lo que cambiará en breve si siguen las temperaturas tan altas y no se producen precipitaciones que mejoren algo la situación.

## CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** En los cultivos protegidos del **Poniente Almeriense**, las plantaciones de **pimiento** de cultivo único están aguantando lo máximo posible para arrancar mientras haya buenos precios. En el resto continúa el arranque de plantaciones agotadas de los tipos **Lamuyo y California**, para instalar los últimos cultivos tardíos de **melón** o bien para preparar el suelo para la próxima campaña. En **tomate** las plantaciones nuevas se encuentran en plena recolección, hasta la terminación del ciclo productivo, finales de mayo primeros de junio. En **berenjena**, la mayoría de invernaderos se encuentran en plena recolección, los cultivos más agotados se han arrancado, los más recientes ya han iniciado la producción. En **pepino** las plantaciones de primavera continúan su desarrollo y recolección. En los **calabacines**, la mayoría de las plantaciones están en plena recolección. Ha comenzado la recolección de **melones tipo Galia**, que se plantaron en diciembre, y enero, pero en general continúan en todas las fases, invernaderos con plantas en crecimiento, en floración, engordando y madurando. Las plantaciones de **sandía temprana** están en fase de engorde. En las plantaciones más tardías aún tienen las colmenas polinizando. Se pueden ver plantaciones en todos los estados incluso algunas en recolección. En los semilleros ocupan sus instalaciones partidas de plantas de variedades tardías, los primeros **pimientos** para zonas tempranas de la comarca y partidas para plantaciones al aire libre de otras comarcas. En los invernaderos de **Nijar**, la recolección de los **tomates** en la comarca del **Bajo Andarax-Campo de Nijar** se prevé que finalice en unas semanas para ramos y peras pues ha bajado un poco la calidad del fruto, y en un mes los coctel. Aguantarán más los ecológicos por sus compromisos comerciales y porque en parte están un poco mejor sanitariamente. En los invernaderos de **pimientos**, se está en los momentos finales de recolección, con una lógica bajada de la calidad de los frutos, sobre todo en los californios. Las plantaciones viejas de **berenjenas** siguen en recolección, y hay otras de principios de abril que ya están en floración estando previsto que se sigan plantando hasta final de mayo para producciones de verano. Sigue la recolección de frutos de **calabacín** con buena calidad en general, en invernaderos con altas producciones, pero los precios han bajado mucho. En los **pepinos** de ciclo corto continúa el desarrollo del cultivo en condiciones normales. La campaña de la **sandía** se ha iniciado con buen cuajado y buen calibre de frutos, bien rellenos, de buen sabor. El precio es bueno y subiendo. Continúa el cuajado en las plantaciones de **melón**. **Cádiz:** En los invernaderos de la provincia zona de **Sanlúcar de Barrameda-Chipiona los melones Galia** se encuentran comenzando campaña y con mucha fruta en fase de engorde. Se observan **pimientos Italianos** en producción, así como **calabacines** que están muy agostados. Los **tomates Pera y Daniela** se encuentran en desarrollo de hojas y crecimiento de brotes. **Huelva:** La recolección de la **fresa** se vuelve a ralentizar unos 10-15 días en la **Comarca Costa** debido a la paralización de la planta en enero febrero por causa de las bajas temperaturas y a pesar de las altas temperaturas presentes. Se llevan recolectados unos 500 gramos de media por planta. Está faltando actualmente producción y en este mes de abril se espera que se alcance el pico más alto de producción y llegar al máximo. Las cotizaciones han bajado en estas semanas debido al aumento de rendimientos. Mal año en producción de **frambuesas** y precios bajos. La recolección de segunda cosecha de planta remontante está en torno a 1 kg/planta. Variedades como **Adelita y Lupita** son de las más frecuentes. La plantación de planta remontante se ha iniciado ahora con 4-5 plantas por metro lineal. La densidad por hectárea es de 10.000 -12.000 plantas. En el túnel hay dos líneas. El cultivo predomina en hidropónico. Los **arándanos** se encuentran en diferentes estados, pero ya en buena producción y alcanza el 50% en variedades tales como la **Ventura**. En los meses de abril-mayo los rendimientos ascienden exponencialmente. **Granada:** Comenzó en el mes de marzo la plantación de algunos invernaderos de **pimientos Lamuyos en verde y rojos**. Los **pimientos Italianos**

están en recolección en la zona de **Motril-Puntalón**. El **pepino holandés** está finalizando campaña y se recogen **pepino francés y pepino español**. Se recogen **tomates Cherrys, Cherrys rama, Cherrys Pera, tomates en Rama y tomates Pera gordos**. ■ **Al aire libre:** **Almería:** En la comarca del **Bajo Almanzora**, las **sandías y melones** se encuentran en estado fenológico de desarrollo de hojas y crecimiento de brotes laterales. Se encuentran acolchados y bajo arquillos, sobre todo, por las temperaturas nocturnas, aunque están siendo suaves en estas semanas. **Cádiz:** En la comarca **Costa Noroeste**, se recogen nabos blancos. La densidad de semilla en las parcelas ha sido de 500.000/ha. En algunas parcelas por la sierra se están sacando **cebollas** y en otras está la parte cosechable engordando. Las **zanahorias** se están recolectando en las comarcas **Costa Noroeste y Campiña de Cádiz**. Se han puesto variedades como **Romance** que tienen una doble aptitud manojos y granel. **Córdoba:** El riego autorizado por la CHG ha sido vital para los cultivos hortícolas extensivos, **ajos y cebollas**. **Granada:** En la comarca de **Alhama, zona de Zafarraya**, las **lechugas** tipo romana se encuentran en diferentes estados fenológicos. Desde recién plantadas hasta las que están alcanzando el tamaño final de cosecha y recolectando. Hay menos parcelas de **lechugas mini** e **iceberg**. La plantación se desarrolla en doble línea y se están regando por goteo en estos momentos. **Málaga:** La campaña del **espárrago** en la **comarca Norte**, se está desarrollando con bajas producciones y mejores cotizaciones que en años anteriores. La sequía está provocando menos rendimientos y menos calibre. **Sevilla:** Engorde de la raíz en la **zanahoria** donde se va generalizando la recolección. Desarrollo de las rastras de los **melones y sandías** tempranos que ya empiezan a mostrar frutos cuajados y les van retirando la cobertura. Primeros estadios de desarrollo en las parcelas destinadas a **tomate de industria**. Se está rematando la recolección del **brócoli** que ya empieza a lignificarse y a subirse a flor.

## FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Almería:** En la comarca de **los Vélez**, las heladas han causado daños en plantaciones de **almendros** en las zonas más bajas de casi toda la comarca. El aumento de las temperaturas junto a la escasez de precipitaciones, a lo que se unen ahora las recientes heladas, están afectando al potencial productivo de este cultivo de forma grave, con la consiguiente pérdida de cosecha. Esta situación afecta aún más a los árboles jóvenes en crecimiento. En las comarcas **Rio Nacimiento-Alto Andarax**, los **almendros** se encuentran en el estado fenológico de fruto joven. **Córdoba:** El estado fenológico predominante de los **almendros** es el I (Engorde de fruto). El cuaje ha sido muy bueno, puede que sea demasiado para lo que el árbol pueda mantener, sobre todo en los secanos. En tierras con arcillas, con mayor capacidad de retención de agua, se espera una mejor evolución, así como las plantaciones jóvenes. En parcelas que se labran, se dan labores con cultivador y en el resto se realizan trabajos de mantenimiento de las cubiertas. **Granada:** En las comarcas de **Guadix, Baza y Huéscar**, la mayoría de parcelas de **almendros** se encuentran en fase de engorde del fruto. La floración ha sido buena con carácter general y ha cuajado mucha fruta hasta el momento. En comarcas como **Alpujarras, Valle de Lecrín y La Costa** variedades extratempranas se encuentran con el fruto muy adelantado. **Jaén:** Los **pistachos** se encuentran en estado fenológico de floración. Las variedades más tardías están comenzando con los estigmas receptores de polen viéndose. La variedad **Kerman** es de las más tardías y **Mateur o Larnaka** de las más tempranas. ■ **Frutales de hueso y pepita:** **Córdoba:** En la comarca de la **Campiña Alta, zona Puente Genil** y parcelas de la **Campiña Baja**, el estado fenológico predominante de los membrilleros es el de floración, estando los más tardíos en caída de pétalos. El cultivo se desarrolla en su fecha natural y la floración ha sido óptima debido a la climatología de tiempo seco y estable. **Granada:** El estado fenológico más tardío en las plantaciones de **melocotones** es el F (Floración). El predominante es el G-H (Caída de pétalos-fruto cuajado) y el más adelantado el I (Engorde de fruto). En la comarca de **Guadix**, la **fruta de hueso** presenta una fenología que oscila entre F (Flor abierta) e I (Fruto joven). Se observan parcelas de **melocotones** en la zona de **Benalúa** que se encuentran en floración, en caída de pétalos y las más avanzadas están comenzando el engorde del fruto. En Semana Santa el miércoles-jueves se produjeron heladas que afectaron a la flor y se verá si ha producido mermas. **Huelva:** La recolección de **frutos de hueso extratempranos de nectarina de carne blanca y amarilla** ya ha empezado. Los **melocotones de carne amarilla** comienzan también en su recolección. Los rendimientos están siendo medios y con buenos calibres y cotizaciones. Las **ciruelas** aún se encuentran en fase de engorde. En los **albaricoques** el estado fenológico predominante es el de Engorde de Fruto. Mas adelantados están los **paraguayos**, que continúan con frutos en buen tamaño y terminando en su desarrollo para la próxima recolección. **Jaén:** En las comarcas **Sierra Sur y Sierra Mágina**, el estado fenológico de los **cerezos** se encuentra en caída de pétalos y frutos cuajado. Lleva un adelanto de quince días. **Málaga:** Comenzando el engorde del fruto en los **cerezos** con las variedades más tempranas. La floración se ha desarrollado en su fecha natural. Estas explotaciones practican el no laboreo, ni herbicida, ni desbroce con tractor, sólo manual. **Sevilla:** Engorde del fruto en las parcelas de **melocotoneros y nectarinos tempranos**, inicio de la recolección en los extratempranos. Hay parcelas de estas especies este año que han cuajado poco, al parecer por falta de horas de frío en los periodos adecuados. ■ **Frutales subtropicales:** **Málaga:** La recolección de los **aguacates** está prácticamente finalizada hay pocos kilos en estos momentos y las cotizaciones han subido exponencialmente. Predomina la fenología de caída de pétalos. La floración se encuentra en su fecha natural. La 1ª floración depende en gran manera del riego y del viento con pocas abejas para polinizar. El cultivo del **mango** está aguantando mejor que el aguacate la falta de lluvias y de dotación hídrica. La floración viene adelantada unos 10 días. Los árboles se encuentran amarilleando con mucho estrés hídrico. A las más tardías se le ha quitado la 1ª flor como a la variedad **Keep**. **La Osteen** está comenzando floración. La campaña de los **nísperos** está avanzada con oscilaciones en las cotizaciones según disponibilidad en las alhóndigas o almacenes. El riego por goteo no se le puede quitar en esta fase del cultivo. Predominan los abonados ricos en potasa como el nitrato potásico.

## CÍTRICOS

**Córdoba:** El estado fenológico predominante en las variedades tempranas y medias es I1 (Cuajado de frutos), con un ligero adelanto fenológico debido a las altas temperaturas con gran incertidumbre ante la escasa dotación de agua de riego disponible para esta campaña. En cuanto a las variedades de recolección tardía, las temperaturas más cálidas de lo normal de los últimos días y las elevadas cotizaciones no favorecen su consumo, que registra niveles inferiores que en campañas precedentes para este mismo periodo. **Huelva:** En la **Costa (Lepe Cartaya Gibraleón)** las variedades extratempranas se encuentran en fase de engorde fruto. El resto de variedades están entre fruto cuajado y cierre de cáliz. Se recogen variedades tardías como las **Valencia Late y Barberinas**. Los rendimientos siguen siendo bajos y los calibres altos en general. La campaña va a finalizar pronto y queda poca fruta y a mediados de mayo puede que no haya ya **naranja** en las fincas. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de los **cítricos** en general es de caída de estilos y cuajado del fruto. Muy avanzada ya la recolección de las **variedades tardías tipo Valencia Late, Barberina y Navel Powell**.

## OLIVAR

**Córdoba:** El estado fenológico predominante del **olivar** en la provincia se sitúa entre el C (Formación de inflorescencias) y F (Floración), predominando los que se encuentran con la trama fuera. Se realizan labores de abonado y de control de malas hierbas, así como de mantenimiento de suelos. **Jaén:** En las comarcas **Sierra Sur y Sierra Mágina** el estado fenológico del **olivar** oscila entre D2 (Despliegue de corola) y F (Floración). La trama ha comenzado y está siendo abundante. Lleva un adelanto de aproximadamente 15 días respecto a un año normal. En este mes se le da un tratamiento con fungicida con abonos foliares ricos en nitrógeno y potasa más aminoácidos. En las comarcas de **Sierra Morena, El Condado, La Loma y Campiña Norte**, los **olivos** están con la trama fuera en diferentes estados fenológicos con corolas visibles, despliegue de corola y corolas cambiando de color hacia el blanco. Las más adelantadas se encuentran abriendo las primeras flores existiendo zonas en plena floración. **Sevilla:** Con las elevadas temperaturas se adelanta la fenología del **olivar** que va generalizando la floración, pueden verse frutos cuajados en las parcelas más adelantadas.

metrías entre 13 y 28 mm. Unas precipitaciones que, aunque no logran revertir la situación de sequía, tendrán un efecto beneficioso en aquellos cultivos cerealistas cuyo estado fenológico aún les permita su aprovechamiento. Mientras tanto, los mercados se mantienen con muy poca actividad, con una demanda que sigue retirada y una oferta que desaparece ante los efectos devastadores de la sequía que se extiende por gran parte de nuestro país. Esta es la principal razón para justificar las subidas anotadas por los mercados españoles durante la semana pasada, el descenso de producción para esta próxima campaña. Una reducción que obligará a nuestro país a depender aún más del grano importado y, por tanto, a que nuestros precios sean aún más influenciados por el dictado de los mercados internacionales.

## CHAMPIÑONES Y SETAS Euros/Kg

Champión,	Euros/Kg
Granel (Pie Cortado) .....	2,30
Bandeja (Pie Cortado) .....	2,60
Industria 1ª raíz .....	1,08
Industria 2ª	
pie cortado .....	1,02
Seta Ostra Granel .....	3,00
Ostra Bandeja .....	3,50
Seta Shii-Take Granel .....	5,00

El sector de los hongos también se ve afectado por la situación de sequía en la que se encuentra nuestra comunidad. Una reducción de producción de los cereales, y por tanto de paja, impactará directamente en la elaboración y producción del compost de champiñón; así mismo, supondrá un incremento en el coste de este sustrato. Respecto a los precios, se mantiene invariable una semana más.

## HORTALIZAS Euros/Kg

Acelga	Euros/Kg
Amarilla .....	0,60
Verde .....	0,60
Borrajá .....	0,75
Lechuga	
Rizada .....	2,20
Cogollos .....	2,00
Repollo	
Hoja Rizada .....	0,45
Coles de Bruselas .....	1,10
Coliflor .....	8,50
Alcachofa Fresco .....	2,00
Industria .....	0,75
Espárrago IGP Navarra .....	2,85
Gruisante Verde Fresco .....	2,75
Haba Calzón .....	2,50

La poca oferta existente en los cultivos de hoja permite mantener estable la cotización de la acelga y la borrajá una semana más; por el contrario, la lechuga ve descender su valor hasta rozar el coste medio de producción, consecuencia de un excedente de producto procedente de otras comunidades vecinas. Con las últimas pellas de invierno por recolectar, su precio anota otro incremento a la espera de comenzar a recoger las coliflores de primavera. En el caso de las alcachofas, una buena parte de las inflorescencias cosechadas ya son enviadas a la industria de transformación debido a que presentan una menor calidad y calibre.

## FRUTAS Euros/Kg

GRUPO PERA	Euros/Kg
Ercolini 50+ .....	0,55
Limonera 60+ .....	0,55
Blanquilla	
DOP .....	0,60
Blanquilla 58+ .....	0,58
Conferencia	
DOP Palot 75+ .....	0,75
Conferencia 75+ .....	0,70
Industria .....	0,08
GRUPO MANZANA	
Golden 70+ .....	0,65
Fuji 70+ .....	0,70

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

## FRUTOS SECOS Euros/Kg

ALMENDRA	Euros/Kg
Común .....	0,63
Largueta .....	1,11
Marcona .....	1,46
Floración	
Tardía .....	1,88
Ecológica .....	1,31

La estabilidad en los precios de todas las variedades sigue siendo el aspecto más reseñable dentro de la coyuntura del sector. La actividad comercial se mantiene paralizada.



Un total de 165 establecimientos ofrecerán cítricos valencianos. / IGP

## IGP Cítricos Valencianos y Carrefour se unen para comercializar Naranja Valenciana

Naranja Valenciana llegará a los hogares de Madrid, Extremadura, Castilla y León y Castilla-La Mancha

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. Naranja Valenciana llega a los hogares de Madrid y la zona centro gracias al acuerdo alcanzado entre la cadena de distribución Carrefour y el sello de calidad IGP Cítricos Valencianos. Ambos irán de la mano para acercar la nueva marca de los cítricos producidos por los agricultores valencianos, desde las plataformas de compras que dispone la multinacional en la zona Centro y Levante hasta los establecimientos comerciales de media España.

La apuesta de Carrefour por Naranja Valenciana hará posible que la marca llegue al 100% de las tiendas de que dispone en Madrid, una parte de Castilla y León, Castilla-La Mancha y Extremadura. En total, 165 establecimientos que ofrecerán en sus lineales los cítricos valencianos y que se suman a los otros 95 que desde la plataforma de Levante sirven a la Comunidad Valenciana, Región de Murcia y parte de Castilla-La Mancha.

Para la IGP Cítricos Valencianos este es un paso importante. "Que más cadenas vendan nuestras producciones es bueno para todo el sector. Pero, en esta ocasión, la apuesta de Carrefour por Naranja Valenciana nos permite acercarnos a un mercado muy potente

para nosotros: Madrid y toda su área de influencia. Esperamos que la calidad garantizada de nuestro sello IGP y la visibilidad que aporta la marca Naranja Valenciana conquiste el paladar de los consumidores", asegura el presidente de la Indicación Geográfica Protegida, José Barres.

Dos son los operadores comerciales que confeccionan esta marca para Carrefour: la SAT N° 9912 Cítricos Valencianos (Cañamás Hnos.) y J. Gimeno SL. Los consumidores las encontrarán en dos formatos de naranja, la malla girsac de 2 kg y el encajado de 8 kg, combinando en ambos formatos la marcas Naranja Valenciana y El Mercado de Carrefour. Además, en la etiqueta del envase se ha incorporado el logotipo Molt de Gust, marca paraguas de todas las figuras de calidad diferenciada de la Comunidad Valenciana.

Con Carrefour, ya son dos las cadenas de distribución que apuestan claramente por la marca Naranja Valenciana, bajo la certificación de la IGP Cítricos Valencianos. "Esperamos que otras muchas se sumen al compromiso de ofrecer al consumidor calidad y producción de la Comunidad Valenciana", señalan desde la Indicación Geográfica Protegida.

# Europlátano recupera el mercado suizo

La empresa retoma los envíos tras los problemas de producción derivados de la erupción del volcán de La Palma

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Fue en 2016 cuando la organización de productores de plátano de Canarias, Europlátano, se instauró en el mercado suizo de la mano de Coop Suisse. Esta cadena de distribución nació hace más de 150 años como una pequeña cooperativa de consumidores y, a pesar de su gran crecimiento, conserva sus valores centrados en la calidad y en la sostenibilidad, su orientación a la satisfacción del cliente y el socio, y su estructura cooperativista.

El proceso para afianzar la exportación a Suiza fue largo y requirió de una gran inversión de tiempo y trabajo. Tras meses de reuniones, comunicaciones, envío de pruebas, visitas a las islas y muchísimo trabajo por parte de un equipo comprometido con el proyecto, el envío regular de plátano de Canarias al mercado suizo se convertía en una realidad.

Europlátano es la tercera organización de productores en cuanto a kilos comercializados, pero es pionera en exportación y en el desarrollo de proyectos de éxito en rentables mercados europeos como puede ser el suizo o el francés en su momento. La clave del éxito ha sido la construcción de relaciones de confianza con los clientes: conocen el producto, pero también el proceso y las personas que hay detrás.

Y, haciendo referencia a esta transparencia que caracteriza las relaciones de la entidad, tras la erupción del volcán de La Palma a finales del año 2021 y con los problemas de producción que sufría la isla, a comienzos del 2022 se acordó entre el cliente suizo y Europlátano la pausa de envíos de fruta hasta poder cumplir de la manera deseada y satisfactoria con las necesidades de la cadena.

Casi un año después, tras un duro trabajo por parte de los agricultores y de los departamentos técnico, de calidad y comercial, la organización ha comunicado que se han retomado los envíos semanales a



La organización ha retomado el envío de plátano de Canarias a Suiza. / EUROPLÁTANO

Suiza. Durante estas semanas se han enviado los primeros palés, rondando los 8.400 kilos semanales de plátano certificado. En la compañía esperan que progresivamente se vayan incrementando las cargas hasta recuperar niveles del ejercicio 2021, año en el que se comercializaron en el mercado suizo 630.000 kilos de plátano de Canarias cultivado por productores de Europlátano de las islas de Tenerife y La Palma.

Conquistar un mercado tan exigente como es el suizo requiere de mejoras a todos los niveles de la organización: desde el campo con los agricultores convencidos del proyecto hasta hacer llegar al consumidor las diferencias del producto canario. Pero esta línea de mejora continua es en la que lleva trabajando la organización desde hace 30 años cuando se fundó. Y es que, en las más complicadas circunstancias como ha sido este último año y medio, han sido capaces de demostrar su clara apuesta por la diferenciación a través de la calidad; certificando a principios de año sus plantas de Tenerife sur y La Palma en IFS Food. Con ello, se corrobora una vez más

su compromiso con los clientes, ofreciendo garantías de que tanto el producto como el proceso productivo cumple con los más rigurosos estándares de calidad y seguridad alimentaria.

El proyecto de exportación a un mercado como Suiza tiene un valor muy importante para los agricultores y es que, dados los requisitos de calidad que tiene la fruta y el trabajo que esto conlleva, se establece un precio mínimo garantizado para el productor. Esto supone un importante aliciente para los socios que, fieles creyentes de la estrategia comercial de Europlátano, ven en la calidad la única forma de diferenciación y la vía para conseguir una agricultura sostenible.

Por último, desde la dirección de la organización se quiere agradecer, por un lado el compromiso y la confianza demostrada por los agricultores y empleados de Europlátano que han trabajado muy duro para recuperar este exigente mercado. Y, por otro lado, al equipo de Coop Suisse, "fiel conocedor de nuestro producto, de su calidad y de sabor; por su comprensión y su apuesta por nuestro plátano y su gente".

## BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia  
fruits

Valencia Fruits y Anuario\*

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

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

EMPRESA:

DE ACTIVIDAD:  DNI/NIF:

CON DOMICILIO EN:  CP:

CALLE:  NÚMERO:  TEL.:

E-MAIL:

BANCO/CAJA:  IBAN Nº

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

Firma

Enviar por e-mail a Valencia Fruits: [info@valenciafruits.com](mailto:info@valenciafruits.com) o por correo postal a Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2 - 46005 VALENCIA

# BIOCARE

by CITROSOL

La primera gama completa de productos para el tratamiento postcosecha de cítricos con certificación como insumos para agricultura ecológica (según la normativa europea) y producción orgánica (según la normativa USDA NOP).



1

**CITROCIDE PC y PLUS:**  
Coadyuvantes tecnológicos para el lavado higiénico de frutos cítricos.

2

**FUNG-CID BIO BNa:**  
Fungistático para el control del podrido de frutos cítricos.



3

**PlantSeal® y PlantSeal®  
Shine-Free**

Recubrimientos vegetales con excelente control de la pérdida de peso; mitigan mucho la aparición de los síntomas de envejecimiento como por ejemplo el teñido del mamelón de los limones.

\* Aptos para consumo vegano.



@Citrosol\_com



CITROSOL

**CITROSOL**  
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

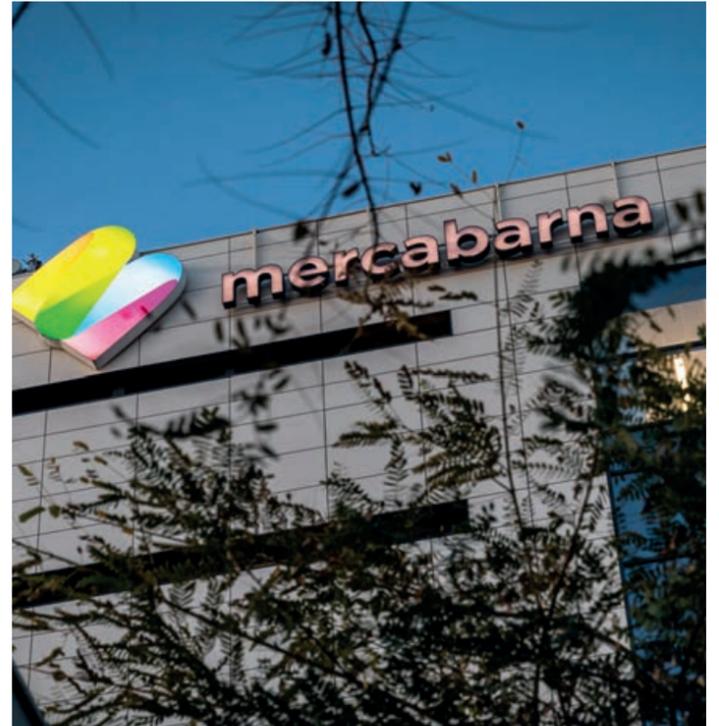
www.citrosol.com  
info@citrosol.com



# mercabarna

valencia fruits  
dossier

Foto: MERCABARNA



Durante 2022, el conjunto de empresas del sector de frutas y hortalizas de Mercabarna ha comercializado 2.245.045 toneladas, una cifra récord a pesar del contexto internacional. / MERCABARNA

JORDI VALLS / Director general de Mercabarna

# “2022 ha sido positivo porque hemos podido desarrollar nuestros proyectos estratégicos”

*Durante esta entrevista Jordi Valls, director general de Mercabarna, enumera diversos proyectos en los que se encuentra inmerso el merca, analiza las cifras de comercialización de frutas y hortalizas en esta unidad alimentaria, y confirma que el pasado ejercicio ha sido positivo a pesar del contexto internacional. De cara al año 2023, Valls avanza cuáles serán las acciones a realizar.*

**Valencia Fruits.** ¿Qué balance global hace Mercabarna del 2022?

**Jordi Valls.** Ha sido un año complicado debido al contexto internacional, especialmente por la guerra de Ucrania, la tensión en los precios y las complicaciones logísticas. Aun así, el balance es positivo porque hemos podido llevar a cabo los proyectos estratégicos que teníamos previstos:

- La ampliación del espacio de Mercabarna, con la compra de una parcela contigua a Mercabarna de 18 hectáreas y los 30.000 m<sup>2</sup> ganados con el cierre del matadero.

- El Foodback, un centro de aprovechamiento alimentario que nos permitirá reducir aún más el desperdicio alimentario.

- Y REPowerMercabarna Energía Verde, la mayor red de energía fotovoltaica para autoconsumo en cubiertas de la Península Ibérica.

**VF.** Y en lo que respecta a la comercialización de frutas y hortalizas, ¿qué volumen se ha comercializado?

**JV.** En 2022, el conjunto de empresas del sector de frutas y hortalizas de Mercabarna ha comercializado 2.245.045 toneladas de estos productos. Esto supone un incremento del volumen de ventas del 11% respecto a 2021 y un 3% más que en 2019, antes de la pandemia.

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.

**VF.** A pesar de la época compleja que vivimos en 2022, Mercabarna ha conseguido poner en marcha diferentes iniciativas muy en línea con la tan necesaria sostenibilidad. Por ejemplo, en octubre anunciaban que Mercabarna se convertirá en la mayor planta fotovoltaica de autoconsumo en cubierta de España. ¿Cuál es la situación actual del proyecto? ¿Qué resultados esperan obtener? ¿Para cuándo estará terminado?

**JV.** Creemos que la energía es un factor determinante para abaratar los costes de la alimentación en estos momentos tan complicados. El proyecto consiste en crear un sistema de energía fotovoltaica, aprovechando las cubiertas (tejados) de los edificios de Mercabarna (127.000 m<sup>2</sup>) y de las empresas situadas en nuestro recinto (234.000 m<sup>2</sup>), para conseguir un 25% de autoabastecimiento anual.

Para ello, hemos firmado un acuerdo con las asociaciones de mayoristas y se han apuntado al proyecto todas las empresas. Actualmente, ya tenemos 8 megavatios de energía fotovoltaica instalados y en 2025 dispondre-



Jordi Valls, director general de Mercabarna. / MERCABARNA

**“Creemos que la energía es un factor determinante para abaratar los costes de la alimentación”**

mos de, aproximadamente, unos 13 megavatios más, lo que nos permitirá evitar 6.000 toneladas de emisiones de CO<sub>2</sub> al año. La inversión público-privada supondrá unos 12 millones de euros.

**VF.** ¿Han empezado a situar nuevas empresas en los espacios ganados con la ampliación?

**JV.** De momento, hemos urbanizado la parcela donde se situaba el matadero y, para fortalecer la presencia de com-

**“Estamos trabajando en diversos proyectos digitales de captación y tratamiento de datos”**

**“Este año pondremos en marcha una campaña para promover la alimentación sostenible”**

pradores del sector de la hostelería sector Horeca (hostelería, restauración y catering), hemos adjudicado 10.000 m<sup>2</sup> al grupo Transgourmet. Esta empresa invertirá 10 millones de euros para construir un *cash & carry* dirigido a la hostelería, un sector en el que dicha empresa cuenta con una gran experiencia. De esta manera, las empresas del recinto podrán abastecerse totalmente sin salir del polígono alimentario.

En dicha parcela también tenemos previsto situar compañías con proyectos de multimodalidad logística internacional, sistemas optimizados de última milla y empresas que trabajen nuevos canales de distribución. Además, construiremos un pabellón dedicado a la formación y a *startups sandbox*, empresas que han innovado y necesitan espacios para probar sus productos.

**VF.** ¿Cómo se presenta el 2023? ¿En qué líneas hay que seguir poniendo el foco y qué objetivos se han marcado?

**JV.** A parte de ir consolidando todos los proyectos comentados, estamos a punto de terminar las obras de modernización de nuestro Punto Verde, que fue pionero en 2002, y que nos permite reciclar el 76% de los residuos generados por las empresas situadas en Mercabarna.

Este año, además, pondremos en marcha una campaña para promover la alimentación sostenible, que dará más visibilidad a los productos de proximidad y potenciará la presencia de productores locales en Mercabarna.

Por otro lado, estamos trabajando en diversos proyectos digitales de captación y tratamiento de datos para aportar valor a los usuarios de Mercabarna.

# Sumando esfuerzos...



**CMR GROUP** ofrece la plataforma idónea para situar marca y productos en el mercado de:

- Productores individuales
- Grupos de productores
- Traders hortofrutícolas

**CMR GROUP** abastece de la gama más amplia de productos de calidad contrastada, procedentes de reconocidas zonas de producción nacional, complementándola con productos de contraestación procedentes de otros continentes, con volúmenes y continuidad de comercialización y servicio asegurados durante todo el año para los **componentes de toda la cadena comercial hortofrutícola:**

- Cadenas de distribución
- Mayoristas
- Retail
- Exportación
- Industria

...para conseguir objetivos comunes

**CONFIANZA, SEGURIDAD, PROYECCIÓN INTERNACIONAL, RENTABILIDAD**



#### FRUITS CMR

Polígono Estruch - c/ Sis, nº. 1  
08820 El Prat de Llobregat (Barcelona)  
Tel.: (+34) 93 262 66 00\*  
E-mail: [cmr@cmrfruits.com](mailto:cmr@cmrfruits.com)

#### Mercabarna

08040 BARCELONA  
Pabellón A: 1025-1028  
Pabellón D: 4001/7 y 4032/7

#### CMR INFINITA

Mercamadrid  
Calle 45 H5  
Nave A: 7-23  
28053 Madrid  
Tel.: 91 524 50 00\*  
E-mail: [infinita@cmrinfinita.com](mailto:infinita@cmrinfinita.com)

#### CMR HOLLAND

RIDDERKERK - HOLLAND  
E-mail: [cmr@cmrholland.com](mailto:cmr@cmrholland.com)

#### CMR FRANCE

Marché international de Rungis  
PARÍS - FRANCE  
Marché international Saint Charles  
PERPIGNAN - FRANCE  
E-mail: [cmr@cmrfrance.com](mailto:cmr@cmrfrance.com)

#### CMR MAROC

CASABLANCA - MOROCCO  
E-mail: [cmr@cmrmaroc.com](mailto:cmr@cmrmaroc.com)

#### CMR BRASIL

NATAL - BRASIL  
E-mail: [cmr@cmrbras.com.br](mailto:cmr@cmrbras.com.br)

#### CMR PORTUGAL

CARREGADO - PORTUGAL  
E-mail: [carlos.serodio@cmrportugal.com](mailto:carlos.serodio@cmrportugal.com)

Marcas propias comercializadas:



**Un grupo internacional de gestión hortofrutícola le está esperando**

Desde hace más de un siglo, buscando nuevos objetivos y horizontes comerciales, traspasando fronteras y continentes. Abriendo mercados para la mejor comercialización de productos hortofrutícolas provenientes de productores y remitentes.

**La unión hace la fuerza**

[www.cmrgroup.es](http://www.cmrgroup.es)

**FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS • TROPICALES Y EXÓTICOS • BERRIES • CÍTRICOS • BANANAS  
PRODUCTOS DE IV Y V GAMA • HIERBAS AROMÁTICAS • PRODUCCIÓN INTEGRADA • MINI-HORTALIZAS**

SUSANA ASPURO / Responsable del Mercado Central de Frutas y Hortalizas

# “Las empresas hortofrutícolas de Mercabarna han exportado unas 800.000 toneladas”

Susana Aspuro, responsable del Mercado Central de Frutas y Hortalizas, explica la cifra conseguida en la comercialización de frutas y hortalizas durante el pasado ejercicio 2022 y desgrana diferentes aspectos del desarrollo de la actividad comercial en este mercado.

**Valencia Fruits.** En 2022, las empresas del sector de Frutas y Hortalizas de Mercabarna han superado las cifras de comercialización de 2019, gracias sobre todo a la exportación. ¿Cuántas toneladas de productos se han exportado y cuáles son los principales destinos?

**Susana Aspuro.** Las empresas hortofrutícolas de Mercabarna han exportado unas 800.000 toneladas de frutas y hortalizas.

Las empresas del Mercado exportan sobre todo a nuestros países vecinos como Francia e Italia, también a Alemania, Grecia, Chequia, Croacia, Serbia... y, en general, a toda Europa.

**VF.** La alta inflación y la falta de producto por la brusquedad de los cambios climáticos, ¿cómo están afectando a las tendencias de compra?

**SA.** Estamos observando una polarización del mercado cuyo elemento diferenciador es el factor precio. Por un lado, hay un sector de la demanda, el más numeroso, que requiere alimentos de menor precio; y, por otro lado, otro sector que desea productos premium, bio, de proximidad...

Se está comercializando más producto a granel, ya que muchos consumidores están comprando por piezas en vez de hacerlo por kilos. Además, como sucedió a consecuencia de la crisis de 2008, el detallista acude al Mercado con mayor frecuencia, siguiendo la pauta de los ciudadanos que prefieren comprar con más frecuencia para consumir a corto plazo y evitar las mermas.

**VF.** ¿Qué comportamiento está teniendo el bio actualmente?

**SA.** Las empresas de Mercabarna siguen aumentando las exportaciones de productos bio a países del centro y norte de Europa, pero el comercio español de dichos productos está estancado.

**VF.** La misión comercial que realizaron desde su stand de la feria Fruit Logística fue exitosa? ¿Tienen pensadas otras acciones para incentivar los intercambios comerciales con otros países?

**SA.** La misión comercial que organizamos en colaboración con la asociación de Mayoristas (AGEM) fue muy exitosa, con más de 40 encuentros B2B entre empresas de Mercabarna y potenciales compradores del centro y norte de Europa y también del norte de África, tanto de producto convencional como ecológico.

A través del Clúster Mercabarna Export y con la colaboración de la AGEM tenemos previsto organizar tres misiones comerciales directas más: una al sur de Francia, otra al norte de Italia y otra a diversos países



Susana Aspuro confirma que las empresas hortofrutícolas de Mercabarna están aumentando sus cifras de exportación. / OO

del este de Europa. También organizaremos diversas misiones inversas, con potenciales compradores de diferentes países de Europa y el norte de África, que visitarán Mercabarna y las empresas mayoristas interesadas en establecer relaciones comerciales con ellos.

Asimismo, el Clúster Mercabarna Export realizará un estudio sobre el mercado de producto

“Observamos una polarización del mercado cuyo elemento diferenciador es el factor precio”

“El detallista acude al Mercado con mayor frecuencia, siguiendo la pauta de los ciudadanos”



No está siendo un año fácil por la falta de producto, ejemplo de ello es el volumen total de entradas de los meses de enero y febrero: un 3,23% inferior al de 2022. / MB

“Crearemos una marca para los productos de proximidad que se comercializan en Mercabarna”

ecológico en Europa y otro sobre el mercado de algunos países del norte de África.

**VF.** Este año tienen previsto iniciar una campaña para promover el producto de proximidad en el Mercado. ¿En qué consistirá?

**SA.** Estamos creando una marca para los productos de proximidad que se comercializan en Mercabarna; renovaremos y daremos más visibilidad a los espacios que ocupan los agricultores locales y las cooperativas agrarias. Para ello, hemos preparado la ‘Guía de los productores de Mercabarna’, donde se explican las diferentes formas que estos tienen para comercializar sus productos en el Mercado.

En el último trimestre del año, pondremos en marcha otras muchas acciones con el objetivo de promover los productos de proximidad.

El pasado mes de marzo, por ejemplo, en colaboración con la AGEM organizamos la primera jornada de *networking* entre 13 mayoristas de Mercabarna y 11 productores de proximidad, con el objetivo de fortalecer las relaciones comerciales entre ellos, y fue todo un éxito.

**VF.** ¿Cómo está evolucionando este año a nivel comercial? ¿Y cómo prevén que se desarrolle?

**SA.** El volumen total de entradas de los meses de enero y febrero un 3,23% inferior al de 2022, con un aumento el precio medio del 20,04%.

No está siendo un año fácil por la falta de producto debida a la desfavorable climatología y a la inflación, debida, además de por las inclemencias climáticas, sobre todo al incremento del precio de la energía y los fertilizantes. Esta situación puede estar presente durante todo el año.

En momentos como estos, se pone de manifiesto el importante papel de los mercados mayoristas, capaces de ofrecer soluciones logísticas integrales y eficientes que garantizan el suministro alimentario ante cualquier situación, como hemos demostrado durante la pandemia.



FRANCISCO JAVIER NARANJO / Director comercial en Barcelona de Frutas Candil

# “Mercabarna es uno de los centros de distribución más importante de toda Europa”

Afrontar el futuro con garantías, el pulmón de su almacén en la Zona de Actividades Complementarias (ZAC) de Mercabarna y sus objetivos son temas que comenta Francisco Javier Naranjo, director comercial en Barcelona de Frutas Candil en esta entrevista.

**Valencia Fruits.** *A punto la modernización del Mercado Central. ¿Qué opina?*

**Francisco Javier Naranjo.** El Mercado Central ha evolucionado, siendo en la actualidad un mercado mayorista muy competitivo y dinámico donde los compradores encuentran empresas de diferentes perfiles de mayoristas que en su globalidad damos respuesta a sus necesidades de compra. De hecho, esta variedad de oferta y servicio es uno de los puntales del Mercado Central.

De la misma manera que con el transcurso de los años las empresas nos hemos adaptado y especializado en función del sector de mercado al que nos dirigimos, la modernización del Mercado Central era un paso necesario para continuar trabajando en las mejores condiciones y afrontar los retos del futuro con garantías.

**VF.** *¿A qué evolución se refiere?*

**FJN.** En líneas generales, en los últimos años se han incrementado la exportación y los canales de gran distribución y se han mantenido la venta al sector de la hostelería y a los pequeños negocios que venden fruta y hortaliza, desde el detallista hasta el colmado.

Para Frutas Candil, Mercabarna se ha consolidado como puente de venta

de nuestros productos a todo Europa y año tras año se han aumentando ventas, convirtiéndose en uno de los centros de distribución más importante de toda Europa que nos permite explorar nuevos mercados y clientes.

**VF.** *Primero, su paradas; luego, almacén en la Zona de Actividades Complementarias. Han apostado fuerte por Mercabarna incluso antes de la modernización de este mercado.*

**FJN.** Sí, así es. Hace más de quince años que apostamos por Mercabarna abriendo paradas en el Mercado Central y seguiremos apostando. Año tras año consolidamos ventas donde nuestro almacén de la ZAC juega un papel fundamental como pulmón y plataforma logística, potenciando nuestra línea de exportación y explorando nuestras posibilidades en distribución.

**VF.** *En clave comercial, ustedes cuentan con marcas propias...*

**FJN.** Comercializar frutas y hortalizas con marcas propias nos proporcionan varios valores añadidos y, sobretudo, un producto de calidad desde el origen hasta el punto de venta en Mercabarna y un producto diferenciado con suministro continuo que es un criterio muy valorado por el cliente del Mercado Central.



Francisco Javier Naranjo cuenta con treinta años de experiencia en el Mercado Central. / VF

Nuestra oferta de producto con marca propia contempla, entre otros, en campaña de invierno lechuga Iceberg y brócoli, y en campaña de verano sandías Fashion y Carmencita.

También contamos con marcas que distribuimos en exclusiva en Mercabarna como Flor de hueso, producida en Murcia, en fruta de hueso.

**VF.** *Hablando de verano, ¿cómo se presenta la campaña?*

**FJN.** Con nuestra oferta de producto de calidad —como comentaba ante-

riormente, entre producto de marca propia, distribución exclusiva y otras marcas— esperamos una campaña de verano positiva.

**VF.** *¿Qué objetivos se plantean?*

**FJN.** Nuestro principal objetivo es consolidar aquello que hemos conseguido hasta ahora ya que este sector es muy fluctuante y competitivo. Como venimos haciendo, seguiremos trabajando día a día y centrandó nuestro esfuerzo por dar mayor calidad de servicio a nuestros clientes.



**MERCABARNA** • 08040 Barcelona. Pabellón A - Puestos 1057-1058  
Tel.: 93 335 13 44 • Fax: 93 335 41 98

**MERCAMADRID** • 28053 Madrid. Nave C - Puestos 33-35-37-39-41  
Tel.: 91 785 54 16 • Fax: 91 785 63 96

JAUME FLORES / Presidente de AGEM

# “Es una gran noticia haber podido llevar a cabo las obras de modernización previstas”

Con estas palabras Jaume Flores, presidente de la Asociación Gremial de Empresarios Mayoristas de Frutas y Hortalizas de Barcelona y Provincia (AGEM), ilustra la importancia de la modernización del Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna. En la siguiente entrevista, Flores también comenta cuáles son los objetivos de la asociación mayorista, confirma la continuidad de la campaña “5 al día”, y destaca la necesaria colaboración y trabajo conjunto entre la Administración y su órgano gestor (dirección de Mercabarna) y los empresarios, entre otros temas.

**Valencia Fruits.** Parece que las obras de modernización del Mercado Central llegan a su fin. ¿Qué representa este hito para el colectivo de los mayoristas?

**Jaume Flores.** De entrada es una gran noticia haber podido llevar a cabo las obras de modernización previstas. Han pasado casi 10 años del inicio del proceso desde octubre del 2013 y la cifra de inversión realizada por los empresarios ha ascendido a 38 millones de euros, 20 millones de euros destinados a obras comunes y 18 millones a obras privativas de cada empresa. Este esfuerzo empresarial tiene como recompensa un mercado moderno que nos permitirá afrontar los futuros retos de funcionamiento del Mercado.

Cuando demos por finalizado el proceso de las obras será el momento de hacer una valoración reflexionada.

**VF.** Mirando la vista a atrás, ¿qué ha cambiado en los últimos 10 años el negocio mayorista?

**JF.** Me remito al punto anterior. Internamente tenemos que reflexionar y valorar las adaptaciones necesarias del negocio para poder seguir afrontando



Jaume Flores, presidente de AGEM. / MERCABARNA

## Los tres ejes fundamentales del mandato

El pasado 13 de diciembre la Asamblea General de la Asociación Gremial de Empresarios Mayoristas de Frutas y Hortalizas de Barcelona y Provincia (AGEM) votó y eligió la candidatura para su Junta Directiva para el periodo 2022-2026, presidida por Jaume Flores.

Los tres ejes fundamentales de este mandato giran sobre la campaña “5 al día” de visitas escolares a Mercabarna, la promoción de producto y la captación de nuevos clientes, sobre todo en el ámbito de la Unión Europea, que se continuarán desarrollando. ■

“Los empresarios hemos invertido 38 millones de euros en la modernización del Mercado Central”

los retos que el futuro exigirá a nuestra actividad.

**VF.** Ahora una vista al futuro, objetivos a corto...

**JF.** Tanto el ejercicio anterior 2022 como estos meses de 2023 están siendo comercialmente diferentes. Esta circunstancia viene provocada principalmente por la reducción de la oferta de producto. Para poder dar una respuesta sobre cómo acabará este año 2023 será necesario ver la evolución de las campañas de primavera y verano, si afectarán o no las circunstancias de la tristemente anunciada sequía grave y otros factores que pueden alterar las campañas más fuertes de este sector que son las de la fruta de verano.

**VF.** Y largo plazo...

**JF.** La evolución, los cambios y las circunstancias que hemos comentado en el punto anterior, seguramente marcarán de manera significativa los objetivos a largo plazo.

**VF.** Más de veinte años de “5 al día”. Una campaña que ha ido evolucionando y por dónde han pasado miles de niños y niñas. ¿Cómo valoran el feedback y qué conclusiones extraen de esta campaña?

**JF.** Podemos decir con mucha satisfacción que la campaña está consolidada y tanto AGEM como Mercabarna continuamos apostando en el proyecto y por su continuidad. Se ha conseguido que cada año aproximadamente 6.000 escolares realicen la visita a las instalaciones del Mercado Central de Frutas y Hortalizas, con el impacto directo que todo ello supone, teniendo en cuenta que, quienes nos visitan, son los futuros consumidores de fruta y hortalizas.

**VF.** Recientemente ha sido elegido de su cargo de presidente de AGEM. Para usted, ¿cuáles son las principales motivaciones para estar al frente de los mayoristas?

**JF.** Principalmente el objetivo de todos mis antecesores y el mío propio ha sido y es el poder contribuir activa y positivamente a mejorar el funcionamiento interno del Mercado; incentivar y seguir apostando por las exportaciones, sobre todo en Europa, y concretar con la Administración la ampliación del plazo de las actuales autorizaciones administrativas (actualmente su vigencia es hasta el año 2037), como mínimo, hasta el año 2057 o más allá.

**VF.** ¿Qué desea añadir?

**JF.** Que sigue siendo necesaria la colaboración y trabajo conjunto entre la Administración y su órgano gestor (dirección de Mercabarna) y los empresarios, codo con codo, para poder seguir dando un valor reconocible a nuestro trabajo y dignificar aún más nuestra actividad que, en algunas ocasiones, no ha sido suficientemente reconocida. Sin ese trabajo colaborativo, nuestros esfuerzos en la actividad diaria, en las inversiones realizadas —y aquellas que se decidan realizar en un futuro—, nuestras misiones comerciales en otros países, y cualquier otra mejora en la que podamos participar, podrían no percibirse convenientemente.

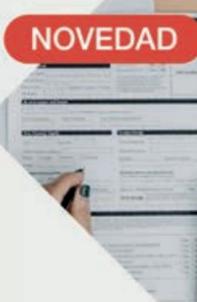


reset control

**Soluciones informáticas**

Avalados más de 35 años de experiencia con programas de gestión y contabilidad en Mercados Centrales y empresas de Distribución.

**NOVEDAD**


Debido a la alta demanda, hemos decidido incorporar una nueva prestación, un **servicio completo de contabilidad** para que así, puedas simplificar tus tareas de administración.

¡Llamanos para mas información!

935 564 460

• Declaración de Impuestos SII, 303, 349,111 • Contabilización de Facturas • Registro de pagos y cobros • Conciliación de bancos • Cierre anual y balances •



Multipuestos  
Multitables



Códigos de  
barras



Aplicaciones  
Adaptadas



Conexiones  
remotas



Servicio de  
Hardware

www.resetcontrol.com • Tel : 935 564 460 • control@resetcontrol.com • C/ Longitudinal 4, Bajos Local 4 • 08040 - Mercabarna, Barcelona

TINO MORA / Presidente del Gremio Provincial de Detallistas de Frutas y Hortalizas de Barcelona

## “Somos los profesionales que vendemos fruta y hortaliza al gran público”

Tino Mora, presidente del Gremio Provincial de Detallistas de Frutas y Hortalizas de Barcelona, desgrana las dos grandes áreas de trabajo de la entidad y pone en valor el papel del frutero, “el auténtico prescriptor de la fruta y hortaliza”.



Tino Mora, presidente del Gremio Provincial de Detallistas de Frutas y Hortalizas de Barcelona. / FEMM

**Valencia Fruits.** ¿Cómo define la figura del detallista, del frutero de toda vida?

**Tino Mora.** Somos los profesionales que vendemos fruta y hortaliza al gran público. Tenemos relación directa y trato personal con el comprador que se transforma en un vínculo de confianza único, exclusivo y fiable. Somos los auténticos prescriptores de la fruta y hortaliza o en palabras que ahora están muy de moda: somos los “influencers” de toda vida en fruta y hortaliza.

**VF.** Ya que ha nombrado la palabra “influencers”. El Gremio cuentan con presencia en redes sociales...

**TM.** Sí, así es. No deja de ser un canal de comunicación que aprovechamos para hacer la misma pedagogía que realizamos las fruterías y los frutereros desde nuestras paradas de mercado y

fruterías pero, en esta ocasión, en las redes sociales. De hecho, consideramos que es una herramienta óptima dirigida a consumidores y, en especial, a aquellos consumidores usuarios de redes sociales y poco habituados a acudir a comprar fruta y hortaliza a los mercados y fruterías.

Contamos con cerca de 17.000 seguidores entre nuestros Facebook e Instagram donde nos pueden encontrar en @catalunyafruiters.

Para las marcas es una puerta abierta para llegar a consumidores a través de nuestras redes sociales. En esta línea de trabajo, potenciamos el contacto directo con productores y responsables de marcas para que nos conozcan y sepan de nuestra existencia.

También, en clave gremial, es una herramienta para compartir información con los frutereros.

“Los frutereros somos los auténticos ‘influencers’ de toda vida en fruta y hortaliza”

“Somos un gremio activo, dinámico y operativo con vocación de servicio y proximidad”

**VF.** ¿Defina las principales funciones del Gremio?

**TM.** Somos un gremio y, por definición, sin ánimo de lucro. Somos un gremio activo, dinámico y operativo con vocación de servicio y proximidad.

Por resumir y de una manera conceptual, diría que desde el

Gremio trabajamos en dos grandes áreas. Una, la defensa de los intereses de todo el colectivo de fruterías y frutereros derivados de nuestra propia actividad comercial. Una labor poco agradecida y con poca visibilidad aunque absolutamente necesaria para salvaguardar los intereses del colectivo.

Y dos, la promoción del producto que vendemos, es decir, frutas y hortalizas. Aquí retomo las palabras comentadas anteriormente y añado que las fruterías y los frutereros somos la mejor herramienta de marketing para las marcas.

Hablamos de promociones y degustaciones (entendemos que la mejor manera de promocionar una fruta es que el gran público la pruebe, note su sabor), show-cookings, talleres, calendario... Calendario, destinado a nuestros clientes, a mes vista donde

en cada uno de los meses aparece un producto concreto sin repetirse.

En este punto remarcar las colaboraciones con la Asociación Gremial de Empresarios Mayoristas de Frutas y Hortalizas de Barcelona y Provincia (AGEM) y Mercabarna.

**VF.** Ustedes cuentan con revista propia, Catalunya Fruiters...

**TM.** Van ya casi 30 años de trayectoria durante los cuales nos hemos ido adaptado. Una revista dirigida principalmente al colectivo detallista de la demarcación de Barcelona y también, por extensión, al resto de Cataluña. Desde el primer número distribuimos la revista entre los mayoristas de Mercabarna.

Destacar que bajo la premisa de ser un gremio próximo y cercano repartimos la revista en mano a los frutereros de los mercados municipales.

**DYM**

**Diego Martínez**

• **MERCABARNA** •

• **Importación y exportación de frutas y verduras** •

C/ Longitudinal 9, nº 114 · 08040 Barcelona (España) · Telf. +34 93 262 01 21  
diego@diegomartinez.com · www.diegomartinez.com

JUAN ESPONA / Product Manager & Comercial Bio Hnos. Fernández López

# “Trabajamos actualmente un total de 100 referencias de fruta y hortaliza bio”

Con estas palabras Joan Espona, Product Manager & Comercial Bio de Hnos. Fernández López, ilustra la capacidad de oferta hortofrutícola de esta firma en productos bio. La apuesta por el Biomarket de Mercabarna, los objetivos para el desarrollo de su línea bio y la potenciación de marcas propias son otros temas que aparecen en esta entrevista.

**Valencia Fruits.** En Fernández fueron una de las empresas pioneras en comercializar productos bio. ¿Una radiografía del actual panorama de esta categoría de productos?

**Joan Espona.** En Fernández hace más de 10 años que se inició la comercialización de productos bio, pero desde hace 4 años que se ha convertido en una apuesta decidida por los productos biológicos. Observamos un progresivo cambio de mentalidad del consumidor hacia una alimentación más saludable y un mayor cuidado del planeta; por ello, creemos en la agricultura ecológica como parte de nuestro compromiso con el medio ambiente y la salud de los consumidores.

Actualmente, con la situación económica que se está viviendo a nivel global, dado a la inflación, se ha visto una ralentización del mercado bio, pero a su vez también detectamos que ha empezado a dejar de ser una moda y que mucha gente ya lo tiene como un hábito y filosofía de vida. Aún queda mucha pedagogía de cara al consumidor final aunque vamos por un buen camino.

Este año y el próximo serán unos años de menos crecimiento aunque bajo nuestro punto de vista de consolidación y triaje; las empresas que tengan una buena salud y una buena estrategia seguirán, las otras deberán de transformarse o bien desaparecer.

**VF.** Describa su oferta de fruta y hortaliza bio. ¿Qué productos destacan?

**JE.** Trabajamos actualmente un total de 100 referencias para



Joan Espona, product manager y comercial bio de Hnos. Fernández López. / HFL

## Perfil multigama

Hnos. Fernández López presenta una amplia gama de productos que junto a su portafolio de servicios conforman su auténtico valor añadido.

Este perfil multigama incluye la línea de fruta y hortaliza ecológica desde hace más de una década, que año tras año aumenta, y de ahí su presencia en el Biomarket de Mercabarna con tres paradas. Remarcar que Hnos. Fernández López es una de las firmas con mayor número de paradas en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna y cuenta con almacenes en la Zona de Actividades Complementarias (ZAC).

La apuesta por el Biomarket y por los productos bio es una realidad en línea con la creciente sensibilidad social hacia este tipo de productos. ■

“Es un año para consolidar las líneas de trabajo bio que hemos realizado hasta ahora”

“En Fernández hace más de 10 años que se inició la comercialización de productos bio”

cubrir las necesidades de nuestros clientes. Como productos destacados mencionaríamos: plátano canario, manzana, pera, jengibre, cebolla, calabaza, fruta de hueso y sandía.

**VF.** Desde hace años, Hnos. Fernández López cuenta con la marca propia Cuqui Bio y Orsero Bio que cubren diferentes productos. ¿A qué se debe esta estrategia?

**JE.** Nuestra marca Cuqui es muy reconocida en el mercado por su producto estrella, los plátanos de Canarias, y por ello decidimos lanzar hace ya unos años la submarca Cuqui Bio para todos los productos bio de origen nacional.

Por otro lado, tenemos otra marca muy potente a nivel europeo, Flli Orsero Bio, con la que comercializamos el producto bio más exótico.

**VF.** ¿Qué perfil de cliente opta por fruta y hortaliza bio? ¿Se puede generalizar?

**JE.** Nosotros al no vender directamente al consumidor final, no lo podemos decir a ciencia cierta, pero según nuestros sondeos es un perfil de consumidor joven con una cierta estabilidad, parejas jóvenes para darle alimentación ecológica a sus hijos, y personas maduras con una cierta conciencia y conocimiento de lo que es un producto bio y los beneficios y consecuencias que aporta para la salud y, sobretodo, para el medio ambiente.

**VF.** Cuentan con paradas en el Biomarket. ¿Por qué esta apuesta por Biomarket disponiendo de paradas en el Mercado Central?

**JE.** Fue una operación estratégica para disponer de un espacio independiente ya que existe un riego de tener combinaciones cruzadas y así podemos garantizar una trazabilidad perfecta a nuestros clientes bio.

**VF.** ¿Qué objetivos tienen para este 2023 a nivel bio?

**JE.** Para nosotros este 2023 a nivel de ventas es un año para consolidar y aposentar las líneas de trabajo que hemos realizado hasta ahora, para así seguir construyendo sobre una buena base firme y sólida de cara al futuro.

La novedad más resaltable para este año es la consolidación de importantes acuerdos comerciales a largo plazo con productores locales de fruta bio (manzana, pera, fruta de hueso...) que nos acercan a la producción de primera mano; que es de gran valor para nuestros clientes al ofrecer un vínculo duradero con el origen.

En cuanto a instalaciones, se han realizado modificaciones en nuestros puestos del Biomarket para adecuarlos mejor a la operativa y ganar capacidad de almacenaje de producto.

También se realizará este año una reestructuración de nuestras instalaciones de frío para disponer de espacios a diferentes temperaturas.

Además tenemos un proyecto futuro que se materializará en 2024 basado en la ampliación del espacio de oficinas comerciales y área social que tenemos en el Biomarket donde ubicamos a todo el equipo comercial y administrativo dedicado a la venta de producto bio.



**Fernández**  
Global Fruit Group

**+100 referencias  
en producto BIO**

Pedidos a:  
[pedidosbio@grupofernandez.es](mailto:pedidosbio@grupofernandez.es)



En 2022, el conjunto de empresas del sector de frutas y hortalizas del Mercado Central y de la Zona de Actividades Complementarias (ZAC) de Mercabarna comercializaron 2.245.045 toneladas de estos productos. Esta cifra supone un incremento del volumen de ventas del 11% respecto a 2021 y un 3% más que en 2019 (2.183.610 toneladas), antes de la pandemia.

A pesar de la alta inflación y el receso del consumo interior, los mayoristas del sector hortofrutícola del polígono alimentario alcanzaron la mayor cifra de ventas de su historia. 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 exportaron 785.765 toneladas de frutas y hortalizas.

#### ■ FRUTAS Y HORTALIZAS AL ALZA

De las 2.245.045 toneladas de frutas y hortalizas comercializadas, 1.070.302 corresponden al conjunto del sector fruta y hortaliza de la ZAC y 1.174.741 toneladas, al Mercado Central. En concreto esta cifra del Mercado Central representa un incremento interanual del 4,55%.

Remarcamos que la ZAC reúne un número importante de empresas que aportan valor añadido al producto fresco y ofrecen servicios a los usuarios: de distribución y manipulación de frutas y hortalizas (elaboradores de cuarta y quinta gama, cadenas de fruterías, plataformas de compras

# Cifra récord de comercialización de fruta y hortaliza en Mercabarna

El sector hortofrutícola de esta unidad alimentaria alcanzó 2.245.045 toneladas de estos productos en 2022



El sector de frutas y hortalizas de Mercabarna incrementó su volumen de ventas un 11% durante 2022. / MERCABARNA

de supermercados, proveedores del canal foodservice y firmas de import-export), procesadores de tubérculos, maduradores de plátanos y bananas...

Siguiendo con el Mercado Central y por grandes grupos de productos, tanto frutas como hortalizas incrementaron su volumen de comercialización respecto a 2021 llegando a 539.161 y 615.307 toneladas, respectivamente.

De la información estadística de este mercado mayorista del año pasado, se extrae que tubérculos (211.105 toneladas), hortalizas de fruto (176.840 toneladas) y cítricos (131.295 toneladas), por este orden, son las tres familias de productos más comercializadas.

Por frutas, plátano, naranja y sandía coparon las tres posiciones más destacadas con

121.073, 74.431 y 40.529 toneladas. Tanto plátanos como sandías se movieron prácticamente en el mismo número de toneladas que 2021 sólo con ligeras variaciones del -0,24% y 0,17%; las naranjas experimentaron un crecimiento notable con un 22,87%.

Por hortalizas, reinó la patata, un año más, con 205.786 toneladas que equivale a una

bajada del 1,8% en relación al pasado 2021; tomate, con 86.437 toneladas (subida del 12,50%); y cebolla, con 40.009 toneladas (también subida de 16,41%) son las otras hortalizas más comercializadas desde este mercado mayorista.

#### ■ ORÍGENES

Los principales orígenes del conjunto de productos vendidos en el Mercado Central fueron Andalucía (tomate maduro, patata blanca, sandía...), Cataluña (fruta de hueso, fruta de pepita...) y Comunidad Valenciana (variedades de naranja y mandarina...) con el 19,4%, el 14,6% y el 12,5% del total comercializado en el mercado.

En clave catalana, Mercabarna es un mercado ideal para vender la producción hortofrutícola catalana por fresca, proximidad y calidad.

El pasado ejercicio siguió la tendencia de los últimos años con el 29,40% de fruta y hortaliza importada respecto al total comercializado de cada producto. Francia continuó con principal proveedor foráneo de producto del Mercado Central con 129.806 toneladas, con gran peso de la patata blanca y, a distancia, Costa Rica con 28.078 toneladas, destacando sandía y piña, y Ecuador con 25.602 toneladas, repuntando con banana.

Cruzando la información entre los principales productos vendidos en este mercado y sus orígenes destacan la mencionada patata blanca de Francia con 111.653 toneladas y el plátano canario con 49.418 toneladas de Santa Cruz de Tenerife.




## Fruits Solanas invita a momentos vitales

Revalorizamos la Fruta y hortaliza cada día para que tú ofrezcas al consumidor más que Fruta y hortaliza: un momento único, una experiencia vital.

**Por costumbre saludable**

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

@fruitssolanas

Mercabarna, Pabellón F, 6002-04  
08040 Barcelona  
Tel. 93 335 28 90 • Fax 93 263 24 79  
info@fruitsolanas.com

oscarortega.biz

# “Ejercemos de consejeros y asesores de nuestros clientes sobre los productos”

Vicente y Aida Escandell, gerente y comercial de Frutas Escandell, ponen de relieve diferentes valores añadidos como la especialización y el asesoramiento

Frutas Escandell, empresa familiar arraigada en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna, es un reflejo de cómo los operadores mayoristas se han ido adaptando a las realidades del mercado durante el transcurso de los años como, por ejemplo, su expansión internacional como se desprende de la información estadística de este mercado mayorista con casi 800.000 toneladas exportadas el pasado 2022. En esta línea de trabajo, Vicente Escandell, gerente Frutas Escandell, manifiesta que “nosotros también hemos evolucionado hacia clientes de exportación y en la actualidad alrededor del 35% de nuestras ventas se destinan a clientes internacionales, principalmente europeos, potenciando nuestra línea de exportación, junto al mercado interior” y añade que como consecuencia directa de esta evolución “centramos nuestros esfuerzos en aquellos perfiles de cliente que demanda grupaje”.

## ■ ESPECIALIZACIÓN

Frutas Escandell cuenta con una completa y consolidada oferta de frutas y hortalizas de calidad donde destacan, entre las frutas, fruta de hueso, cítricos, fruta de pepita, uva, melón y sandía, y entre las hortalizas, una gama de hortalizas de invierno.

Aún con esta oferta desde esta firma apuntan a valores añadidos como la especialización y el asesoramiento en la compra. Aida Escandell, comercial y cuarta generación familiar, afirma que “la especialización es un valor añadido que el comprador aprecia de forma muy positiva ya que, entre otros aspectos, sabe que en Frutas Escandell encontrará ese producto de calidad” y expone que “nuestra línea de especialización en fresón —que comercializamos bajo las marcas Naturfresa, No&Ca y Fresdiamante, con regularidad y continuidad—; en seta —producto muy selectivo y apreciado por la restauración—, en otoño; y en cereza, en verano, con variedades de proximidad y de la mano de agricultores au-



Vicente y Aida Escandell, gerente y comercial de Frutas Escandell. / ARCHIVO

“La especialización es un valor añadido que el comprador aprecia de forma muy positiva”

tóctonos, son algunos ejemplos de esta especialización”.

También declara que “cuidar el producto en el momento de la comercialización y saber aconsejar al comprador sobre los productos que demandan son aspectos que también aportan valor añadido a Frutas Escandell”.

El gerente de la empresa, tercera generación junto a sus hermanos Aurora y Joan al frente de la firma, comenta que “siempre es bueno sobresalir en alguna categoría de producto como elemento de especialización que, en definitiva, es una

manera de diferenciarse en un sector tan competitivo como el de frutas y hortalizas”.

## ■ OBJETIVOS

En clave empresarial, Vicente Escandell analiza que “las perspectivas de Frutas Escandell pasan por seguir creciendo y avanzando de forma continuada y consistente, como ha sucedido hasta la actualidad, con la misma filosofía y valores que hemos trabajado y afianzado a lo largo de la trayectoria de la empresa” y en clave comercial, “también incorporar aquellos nuevos productos que nos ayuden a completar nuestra consolidada oferta de fruta y hortaliza”.

En cuanto a proyectos a corto, Frutas Escandell tiene programado renovar las diferentes cámaras de sus paradas en los pabellones B y D del Mercado Central.



En exportación, la firma Frutas Escandell centra sus esfuerzos en aquellos clientes que solicitan servicio de grupaje. / ARCHIVO



Manel López, gerente de Reset Control. / ARCHIVO

# “Cada vez eran más los clientes que nos pedían asesoramiento en contabilidad”

Manel López, gerente de Reset Control, firma con más de 35 años de experiencia en el desarrollo de programas de gestión para empresas mayoristas, en especial, fruta y hortaliza, habla del nuevo servicio de contabilidad

Reset Control, cuenta con una trayectoria vital de más de 35 años de asesoría de gestión y elaboración personalizada de herramientas de gestión e información, este año 2023 ha implantado el nuevo servicio de contabilidad. En palabras de Manel López, su gerente, “cada vez son más los clientes que a través de nuestros programas nos piden asesoramiento y/o soporte en asuntos contables así que, finalmente, hemos decidido añadir esta categoría para poder cubrir las necesidades de nuestros clientes” y añade que “entendemos que cada vez es más difícil para las empresas la gestión contable, año tras año tenemos más obligaciones fiscales y menos tiempo de reacción pues los “timings” para presentar ciertos documentos cada vez son más cortos, obligando estar al día de los cambios y a invertir más tiempo y recursos”.

## ■ CODO CON CODO CON LOS MAYORISTAS

El trabajo codo con codo con los empresarios mayoristas de los

“Contamos como clientes empresas mayoristas de diversos mercados centrales”

mercados centrales de productos perecederos, en especial fruta y hortaliza, durante esa trayectoria de cuarenta años proporciona un bagaje de conocimiento que, según declara López, “nos ayuda a presentar soluciones de gestión e información a medida para este colectivo” y continúa con “contamos como clientes asentados de Mercabarna, donde está ubicada nuestra sede central y atendemos en todos los mercados de España, con quienes durante todos estos años hemos conseguido solucionar sus necesidades de gestión para que pudieran gestionar su negocio y también, en su momento, introducir nuevos conceptos como la personalización en la gestión”.

## ■ AVANCE DE SOLUCIONES

Sin ir más lejos, el pasado año la adaptación de los software de contabilidad, facturación y gestión de empresas con el fin de cumplir con la Ley Antifraude que evita la facturación paralela a través de nuevos requisitos. Manel López, miembro de la segunda generación al frente de Reset Control, recuerda que “el pasado 2022 adaptamos nuestros programas de gestión empresarial a esa normativa” y que “incluso en anteriores modificaciones de legislación fiscal y contable nos hemos avanzado al cambio para que los equipos responsables de las empresas mayoristas se adaptaran a las nuevas operativas con antelación”.



SOMOS ESPECIALISTAS EN TECNOLOGÍAS PARA LA CONSERVACIÓN DE FRUTAS Y VERDURAS:

- Maduración, desastringencia y desverdización.
- Sistemas de enfriamiento rápido por aire y agua.
- Cámaras de atmósfera controlada.

www.ilerfred.com



Mucho más que instalaciones de frío.

Estamos en Lleida, Barcelona, Zaragoza, Madrid y Málaga



973 202 441  
info@ilerfred.com



JORDI MARTÍ / Director comercial nacional de Fruits CMR

# “Estamos muy concienciados con la sostenibilidad y las políticas medioambientales”

*Durante la entrevista con Jordi Martí, director comercial nacional de Fruits CMR, repasamos algunas de las novedades de la firma relacionadas con la conservación del medio ambiente y sostenibilidad y actualizaciones de diseños de marca y también comenta cómo fueron las ventas del pasado año y en estos primeros meses de 2023 en el Mercado Central de Mercabarna.*

**Valencia Fruits.** Recientemente han implementado diversas novedades. La última, un sistema de reciclaje y recuperación de residuos en sus instalaciones centrales de Barcelona, colindantes a Mercabarna. ¿Por qué?

**Jordi Martí.** En CMR estamos muy concienciados con las políticas medioambientales y la sostenibilidad en general y contribuimos a las mismas a través de unas acciones estructuradas entorno a una política de responsabilidad social corporativa que venimos planificando y ejecutando desde hace años.

El sistema de reciclaje y recuperación de residuos puesto en marcha en nuestra sede central forma parte de dicha política y a través de la construcción de 5 muelles de 32 metros de longitud en total donde se ubican contenedores de gran formato, pretendemos impulsar una economía circular alargando la vida útil de materiales, el ahorro de energía, de materias primas y de agua, al mismo tiempo que favorecer la reducción de emisiones de efecto invernadero.

Para nuestra satisfacción, los frutos de esta política están

viéndose ya reflejados, como lo constatan los más de 300.000 kilos de cartón reciclados en 2022 o la proyección de recuperación de 280.000 cajas de plástico durante el presente ejercicio.

**VF.** También han aplicado un restyling de su marca Cosarica en etiquetas y cajas. ¿Con qué finalidad?

**JM.** Hemos renovado la identidad de la marca al objeto de rejuvenecer su código visual, incorporando una gama cromática más relajada y natural que consigue vincularla de una manera mucho más directa y efectiva con su origen, características y propiedades.

Este cambio, que afecta tanto a su gama de melones como de sandías, consigue identificar más fácilmente la marca en los

lineales al objeto de reforzar su imagen, ampliamente reconocida en el mercado tanto por la calidad de sus productos como por su dilatada y exitosa trayectoria.

Asimismo, hemos diseñado una etiqueta Star para aquellos melones y sandías, que al ser percibidos por nuestros expertos como de cualidades excepcionales organolépticas, pueden ser incluidos en esta categoría de productos de calidad extra.

**VF.** Han expandido su negocio en otros mercados. En este sentido, ¿qué planes tienen?

**JM.** El objetivo es el de expandir nuestras redes comerciales en todo el territorio europeo con el fin de llegar con nuestra gama de productos a todos los clientes europeos independientemente de su localización, tamaño o formato.

Las aperturas de una nueva oficina comercial en Rungis (Francia) y otra en Carregado (Portugal), obedecen a esta estrategia.

**VF.** Con todas estas novedades, defina los objetivos para el ejercicio 2023...

**JM.** Por una parte, consolidar nuestra red comercial actual al mismo tiempo que

tratar de ampliarla de forma orgánica en aquellos territorios en los que consideramos que nuestra cobertura es mejorable.

Por otra, continuar impulsando nuestra política de Responsabilidad Social Corporativa a través de la puesta en marcha de acciones en este sentido y a través de las diferentes sociedades que forman parte de CMR Group.

**VF.** En clave Mercabarna, ¿cómo se desarrolló la actividad comercial en 2022? ¿Qué destacaría bajo la óptica de Fruits CMR?

**JM.** El pasado ejercicio vino marcado por una coyuntura económica complicada donde el aumento del IPC empujó al alza los costes de toda la cadena de valor, lo que finalmente se vio



Jordi Martí en una de las paradas de Fruits CMR en Mercabarna. / ARCHIVO

“Desde el año pasado, la tendencia de compra se caracteriza por una mayor frecuencia y un menor valor de ticket”

repercutido en una subida de precios de los productos puestos a disposición del mercado y, entre ellos, los hortofrutícolas.

Este escenario conllevó una racionalización del consumo en el sentido que el mercado cambió su política de compra, priorizando productos de menor valor añadido para compensar el incremento de precios, generándose una conducta de compra caracterizada por una mayor frecuencia y un menor valor de ticket.

La combinación final de estos factores y coyuntura, no obstante, nos llevó a un crecimiento global del volumen de facturación tanto en lo que respecta a nuestra compañía como por supuesto para nuestros partners remitentes.

**VF.** ¿Y lo que llevamos de año?

**JM.** Esta coyuntura económica que se dio en el pasado ejercicio continúa siendo tendencia durante esta primera parte del año por lo que, en general, se están reduciendo los volúmenes comercializados de la misma manera que los precios medios de los mismos siguen al alza empujados por un IPC todavía sin controlar a pesar de las medidas macroeconómicas que las instituciones económicas nacionales y supranacionales vienen implementando desde hace tiempo.

## Siempre en marcha. Siempre en evolución.

Crearemos el futuro, sin ninguna duda. Buscaremos las mejores tierras implementaremos las mejores técnicas, mejoraremos nuestras infraestructuras. Siempre buscando la excelencia.



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

**Patatas Beltrán**  
Wherever you are

# Estudio sobre la evolución de la vida útil de la fruta

*Industrial Leridana del Frío SL, con nombre comercial Ilerfred —con más de 36 años de experiencia en el sector de la refrigeración industrial y la atmósfera controlada—, juntamente con la Universitat de Lleida (UdL) y el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA), ha realizado un estudio para analizar la evolución de la calidad de la pera Conferencia durante su vida útil.*

Los productos hortofrutícolas se recolectan cuando alcanzan su nivel de madurez fisiológica, implicando que el producto puede consumirse con todas las garantías y, por tanto, disponen de los niveles de firmeza, azúcares y color deseados, dependiendo del cultivo y variedad. A partir del momento en que se cosechan empiezan a envejecer y a deteriorarse.

Tras su recolección, algunos productos hortofrutícolas se conservan bajo atmósferas empobrecidas de oxígeno y a bajas temperaturas, reduciendo la tasa respiratoria, la producción de etileno y la pérdida de agua, para retrasar su maduración y envejecimiento, a fin de alargar su vida comercial.

Una vez que el producto sale de la cámara de conservación empieza su período de vida útil, el cual normalmente transcurre a 20°C. Durante esta etapa el producto retiene una calidad organoléptica aceptable (Sousa-Gallagher et al., 2011). Este período puede extenderse utilizando productos químicos (Golding and Singh, 2017) con el uso de atmósferas controladas o utilizando recubrimientos naturales (Misir et al., 2014). El aumento de la vida útil de los productos hortofrutícolas es un desafío para la investigación.

## ASPECTO CLAVE

El aspecto clave durante la vida útil de un producto es evaluar el punto óptimo de madurez en el que la aceptación del consumidor es mayor. La fruta es un ser vivo y, por tanto, la calidad se va modificando mientras va madurando.

El sabor juega un papel clave en la determinación de la percepción y aceptabilidad de la fruta por parte de los compradores (Brückner, 2008). La satisfacción por parte del consumidor tendrá un impacto en una nueva compra de la misma variedad de fruta. Comprender las relaciones entre las preferencias del consumidor y los atributos de calidad de la fruta proporciona información potencial a los minoristas en el momento de la venta.

La entrega de fruta con una calidad óptima en base los criterios del consumidor, es decir, fruta lista para comer, puede proporcionar información útil en el momento de programar la distribución de la fruta.

## FRUTA LISTA PARA COMER

Con la creciente demanda de fruta lista para comer, es de suma importancia comprender cómo evoluciona la calidad de la fruta durante su vida útil.

En consecuencia, Industrial Leridana del Frío SL, ha realizado un estudio para analizar la evolución de la calidad de la pera Conferencia durante su vida útil.



Parte del equipo técnico y comercial de Ilerfred en la pasada edición de Fruit Attraction. / ÓSCAR ORTEGA

El estudio se ha llevado a cabo a través de un doctorado industrial (2015 DI 36) realizado juntamente con la Universitat de Lleida (UdL) y el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA).

Los resultados están publicados en la revista *Postharvest Biology and Technology* bajo el título: "Comportamiento durante la maduración y aceptación del consumidor de peras Conferencia durante la vida útil después del almacenamiento a largo plazo bajo DCA".

En este estudio se analizaron las relaciones entre los parámetros de calidad fisicoquímicos, la emisión de compuestos volátiles y la satisfacción del consumidor en peras Conferencia provenientes de distintos campos. Las peras se conservaron durante ocho meses bajo condiciones de atmósfera dinámica controlada



La pera Conferencia ha sido el objeto de estudio de este proyecto de Ilerfred, el IRTA y la Universidad de Lleida. / VF

Los resultados mostraron que el almacenamiento bajo condiciones de DCA inhibe la pérdida de firmeza

Los resultados del estudio pueden ser de suma importancia para los minoristas que distribuyen las peras

(DCA, por sus siglas en inglés) y se evaluó su posterior vida útil a 20°C (Torregrosa et al., 2019).

## RESULTADOS DEL ESTUDIO

Los resultados mostraron que el almacenamiento bajo condiciones de DCA inhibe la pérdida de firmeza, ya que las peras perdieron menos del 5% durante los ocho meses de conservación y no se vieron afectados negativamente otros rasgos de calidad. Tras la extracción del almacenamiento en frío y la maduración a 20°C, las peras Conferencia perdieron casi el 80% de su firmeza inicial en sólo cinco días.

El almacenamiento prolongado bajo condiciones de DCA de la Conferencia no impidió completamente la maduración. Paralelamente a la pérdida de la firmeza durante la vida útil, hubo un aumento en la emisión de los compuestos volátiles de tipo éster y especialmente en acetato de hexilo y acetato de butilo.

## METODOLOGÍA

Se pidió a los consumidores que calificaran el gusto general de acuerdo con una escala hedónica de nueve puntos (1, no me gusta nada; 5, ni me gusta ni me disgusta; 9, me gusta mucho) (López et al., 2001) y evaluaran la firmeza y el sabor por separado a través de una escala hedónica de cinco puntos (1 muy baja intensidad; 2 baja; 3 regular; 4 de moderada; 5 muy alta intensidad) (Echeverría et al., 2008).

El mayor grado de satisfacción de las peras Conferencia por parte del consumidor se alcanzó pasados 3 días a 20°C después del almacenamiento en frío bajo condiciones de DCA. En este sentido, las peras más apreciadas por el consumidor fueron aquellas que mostraron un alto sabor en combinación con valores de firmeza y jugosidad en el rango de 10-30 N.

Mediante técnicas estadísticas se realizó una regresión de mínimos cuadrados parciales y mostró que los sólidos solubles totales (SST), la relación SST/TTA (acidez titulable total), la percepción del sabor por parte del consumidor y algunos compuestos volátiles particulares se correlacionaron positivamente con el gusto general del consumidor, mientras que la firmeza, la TTA y el índice de absorción (IAD) tuvieron una correlación negativa, pero con una mayor capacidad de predicción.

En general, los resultados de este estudio pueden ser de suma importancia para los minoristas que pretenden distribuir las peras Conferencia listas para comer, con una calidad óptima con base a la aceptación del consumidor.

DIEGO MARTÍNEZ / Director general de Grupo Diego Martínez

# “No sólo somos especialistas en grupaje sino que sumamos rapidez de entrega”

Su línea de negocio de importación y exportación, la amplia oferta hortofrutícola del Mercado Central de Mercabarna, y los motivos de su presencia en ferias internacionales de promoción y negocio son algunos de los temas que comenta Diego Martínez, director general de Grupo Diego Martínez.

**Valencia Fruits.** ¿Qué objetivos se plantea para este ejercicio?

**Diego Martínez.** Para nosotros el objetivo básico es intentar superar los resultados del año anterior sin perder nuestra esencia basada en ofrecer producto de calidad a nuestros clientes, la adaptación a su demanda y poder afrontar las incidencias que puedan ocurrir durante las campañas.

**VF.** Ustedes son una empresa de referencia en el tejido empresarial del sector fruta y hortaliza de Mercabarna ganando cuota internacional...

**DM.** En clave Mercabarna, la importación y exportación es un muy buen camino de salida de producto y una óptima opción al mercado interior que, en algunas campañas de fruta, se presenta saturado de producto. Mercabarna cada vez tiene mayor peso específico en el mercado internacional por su amplia oferta y localización donde se puede encontrar producto de los cinco continentes durante los doce meses del año. En esta línea de trabajo, en los últimos años potenciamos nuestra línea de negocio de importación y exportación que ha ido ganando peso específico en el conjunto de la empresa y, de hecho, es uno de nuestros objetivos cuando acudimos a ferias.

**VF.** Siguiendo con la exportación, ¿principales destinos?

**DM.** Por logística de transporte y proximidad geográfica, Europa es nuestro destino preferente. Francia, en concreto el sur, por su excelente conexión con Mercabarna, es nuestra principal zona de destino de nuestras mercancías. A continuación, Italia y Alemania también reciben grandes volúmenes de fruta y hortaliza y, en menor volumen, países del centro y este de Europa. Por las cada vez más facilidades de conexión también trabajamos con países africanos bañados por el mar Mediterráneo como Marruecos y Argelia, destinos emergentes y con opciones de crecimiento.

En cualquier caso, estamos atentos a cualquier mercado con posibilidades de negocio que se ajuste a nuestro perfil.

No hay que olvidar que para que una fruta tenga éxito en cualquier destino de exportación la calidad es fundamental, con independencia del mercado final y sus propias peculiaridades de demanda. En otras palabras, como es lógico cada mercado demanda producto según sus preferencias y costumbres. Y también la regu-



Diego Martínez afirma que Europa es el destino preferente. / ÓSCAR ORTEGA



El objetivo de la empresa es superar los resultados del año anterior. / BY

“Nuestra línea de negocio de importación y exportación ha ido ganando peso específico. Estamos atentos a cualquier posibilidad de negocio que se ajuste a nuestro perfil”

laridad de producto durante toda la campaña es muy apreciada por los clientes.

**VF.** Ha nombrado las ferias del sector: ¿A qué ferias acude y por qué?

**DM.** Normalmente acudimos a Fruit Logística y, desde la primera edición, a Fruit Attraction. Ambos eventos son ferias internacionales de promoción y negocio del sector fruta y hortaliza con un gran poder de atracción para las firmas expositoras y los operadores visitantes que, para nosotros, responden al perfil ideal para contactar operadores de importación y exportación. En el marco de estas ferias centramos nuestros esfuerzos, por un lado, en exponer nuestro catálogo de productos y servicios y, en especial, nuestra línea de negocio de importa-

ción y exportación, y, por otro, en buscar nuevos proveedores y colaboradores, incidiendo en la sostenibilidad y respeto por el medioambiente.

**VF.** Cambiando de tema, ¿ustedes son especialistas en grupaje?

**DM.** Grupo Diego Martínez no sólo somos especialistas en grupaje sino que sumamos rapidez de entrega. Nuestro cliente recibe la fruta y hortaliza el mismo día por la noche y, de esta manera, el mayorista europeo puede vender el producto esa misma madrugada. Para ofrecer este servicio de grupaje y entrega es fundamental el papel de Mercabarna que, como he comentado anteriormente, es donde se encuentra producto de los cinco continentes durante los doce meses del año.



**sabor**



**frescor**



**salud**



**vida**

la mejor selección de variedades de **frutas y hortalizas**





SERGI SOLANAS / Director comercial de Fruits Solanas

## “Al Mercado Central acude un gran abanico de perfiles de clientes”

Con estas palabras Sergi Solanas, director comercial de Fruits Solanas, muestra una de las fortalezas del Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna. Sergi Solanas, tercera generación al frente de la empresa familiar junto a su hermano Xavi, también habla sobre la venta de pasillo y los objetivos de la firma.

**Valencia Fruits.** ¿Hable de los perfiles de clientes que acuden al Mercado Central?

**Sergi Solanas.** A este mercado acuden un gran abanico de perfiles de clientes. Desde el tradicional detallista de frutas y hortalizas de toda la vida hasta compradores extranjeros de casi toda Europa atraídos por la gran oferta de producto que pueden encontrar aquí.

En este abanico caben operadores mayoristas de otros mercados centrales; pequeña, mediana y gran distribución; cadenas de fruterías; agentes comerciales... En otras palabras, cualquier cliente puede abastecerse en el Mercado Central de Mercabarna por la suma de oferta y servicio de todas las empresas que trabajamos en él.

**VF.** En un mercado tan competitivo con es este, ¿cómo se fidelizan los clientes?

**SS.** El Mercado Central es un mercado mayorista muy activo,



Para Sergi Solanas, el futuro del Mercado Central pasa por “ofrecer soluciones a las necesidades de sus clientes”. / ARCHIVO

competitivo y dinámico donde cada uno de los profesionales de las empresas realizamos muy bien nuestro trabajo. De hecho, entre las propias empresas crea-

mos sinergias que facilitan nuevas oportunidades y potencian nuestros negocios.

Año a año en el Mercado Central, y también las empresas



Sergi Solanas afirma que “el pasillo es básico para el Mercado Central”. / ARCHIVO

“La unidad alimentaria de Mercabarna es un clúster alimentario cada vez más potente”

del sector fruta y hortaliza de la Zona de Actividades Complementarias (ZAC), demostramos que somos un clúster alimentario cada vez más referente y potente en Europa. Remarca que la modernización del Mercado Central es una clara apuesta de futuro de los operadores mayoristas y de Mercabarna.

Diría que cada empresa tiene su manera de trabajar aunque todas tenemos en común producto de calidad y buen servicio.

**VF.** ¿Qué función tiene la venta de pasillo?

**SS.** El pasillo es básico para el Mercado Central: es un gran

escaparate y punto de encuentro para contrastar de primera mano todo aquello que ofrece este gran mercado. Un ejemplo es la presencia a pie de paradas de los compradores extranjeros que comentaba anteriormente.

**VF.** ¿Qué objetivos persiguen para este 2023?

**SS.** Como toda empresa pretendemos incrementar ventas año tras año aunque de un modo sostenido y, además, que este incremento corresponda al desarrollo continuado de las marcas comercializadas y a la incorporación de productos que consoliden el valor que ofrecemos al cliente.

Por otro lado, prestos a nuevas colaboraciones con proveedores que respondan a nuestra filosofía de empresa y con quienes podamos mantener una relación de continuidad en el tiempo.

Y en líneas generales mantener y mejorar la relación y servicio con clientes y proveedores.

## “Con la nueva caja amarilla queremos hacer énfasis en la selección del plátano en origen”

José María Ruiz, gerente de Plátanos Ruiz, habla de las últimas novedades de esta empresa maduradora de plátanos así como de su apuesta por la sostenibilidad

Durante el año pasado, Plátanos Ruiz lanzó al mercado una nueva caja amarilla con su marca propia. En palabras de José María Ruiz, gerente de Plátanos Ruiz, “este nuevo envase con nuestra marca está pensado para los clientes del mercado local de forma que puedan poner en el lineal una fruta con valor añadido reconocido en el mercado”.

Con la nueva caja amarilla, junto con la etiqueta implantada años atrás que incorpora cada fruta, el plátano de Plátanos Ruiz llega al consumidor de una manera directa y clara.

### ■ VALOR AÑADIDO

Ruiz habla de que “con la nueva caja amarilla queremos hacer énfasis en la selección del plátano en origen por nuestro proveedor de las mejores fincas de las Islas Canarias y el proceso de maduración artesanal de los plátanos”. Son plátanos madurados de forma artesanal replicando de la mejor forma posible el proceso natural que seguirían en la plan-



José María Ruiz recoge el know how del oficio de madurador directamente de manos de su padre, fundador de la empresa. / 00

ta, que es su factor diferencial desde 1964. Los plátanos madurados por Plátanos Ruiz tienen un valor añadido que garantiza un sabor único.

### ■ DE CANARIAS

También es necesario incidir con su origen: plátanos de Canarias. Para esta empresa maduradora es esencial poder contar con ma-

teria prima de calidad. En este sentido, cabe remarcar que Plátano de Canarias IGP es el único plátano que ha logrado el reconocimiento europeo de la Indica-

ción Geográfica Protegida, con la acreditación de AENOR, una de las certificaciones más exigentes a nivel de calidad y de control de producción. José María Ruiz, con 40 años de experiencia como madurador, ratifica que “contar con plátano de calidad es básico para nuestro proceso de maduración artesanal”.

### ■ PLACAS FOTOVOLTAICAS

El pasado verano instalaron paneles fotovoltaicos en su planta de maduración de Mercabarna. Ruiz explica al respecto que “siguiendo nuestra apuesta por la sostenibilidad y la reducción de la huella de carbono, durante el pasado mes de julio instalamos 131 placas solares que proporcionan una energía de 60 KW nominales”. El gerente de Plátanos Ruiz califica esta iniciativa como “una gran inversión con el objetivo de reducir los costes energéticos alrededor del 25% del consumo de nuestra planta de maduración en Mercabarna”.

### ■ BUENA SINTONÍA

Para José María Ruiz “el ambiente de la Unidad Alimentaria es de colaboración para llevar a cabo proyectos en común”. Con estas palabras pone de manifiesto la colaboración entre Mercabarna y las diferentes empresas de la unidad alimentaria tanto a través de la Asociación Gremial de Empresarios Mayoristas de Frutas y Hortalizas de Barcelona i Provincia (AGEM) como la asociación de empresas y concesionarios de Mercabarna (ASSOCOME).

JAVIER USÓ / Gerente de Frutinter

# “La cosecha de fruta ‘buena’ ha sido más corta pero con precios más altos”

Con estas palabras Javier Usó, gerente de Frutinter, analiza el resultado de la campaña de producción nacional de naranjas y mandarinas. En la entrevista, entre otros temas, también explica los efectos de la sequía, remarca qué es ser la primera empresa del mundo en comercializar fruta cultivada sin contaminación de nitratos, y sus objetivos en Mercabarna.

**Valencia Fruits.** Como productores de cítricos, una valoración a día de hoy de la campaña de naranja y mandarina de producción nacional.

**Javier Usó.** Ha habido una merma de cosecha importante. Murcia ha sido una zona de producción normal, pero la Comunidad Valenciana ha tenido un ciclo bajo de producción y también ha experimentado un escenario similar al sur de España por culpa de la sequía.

Los naranjos un año producen mucho y el otro no. Bajo esta premisa, este año tocaba producción baja. A esta circunstancia se suman varios episodios de inclemencias meteorológicas que han dañado nuestra materia prima.

Este año la cosecha de fruta ‘buena’ ha sido más corta, traduciéndose en precios más altos y, por consiguiente, terminando antes la campaña de naranjas y mandarinas.

**VF.** No nos movemos del campo y bajo su experiencia, ¿cómo está afectando la baja pluviometría?

**JU.** Nos está afectando de manera muy grave. En Andalucía ya llevamos más de un año en sequía, por lo que ha habido campos que se han dejado de regar y, como consecuencia, el árbol podría llegar a morir. No obstante, en el caso de que lloviera y se lograra recuperar ese árbol, tardaría 2 o 3 años en tener una producción normalizada.

Con este panorama visualizo unos años de poca cosecha, sobre todo en Andalucía, y hay que tener en cuenta que esa comunidad autónoma es casi el 50% de los cítricos que proveemos en España.

**VF.** Sostenibilidad, innovación, compromiso... Palabras muy ligadas a Frutinter.

**JU.** El año pasado conseguimos ser la primera empresa del mundo en comercializar fruta cultivada sin contaminación de nitratos. Gracias a la implantación de sensores específicos en las fincas podemos conocer en tiempo real las necesidades precisas del cultivo. Con la agricultura 4.0 proporcionamos a la planta el agua, el nitrógeno y el potasio que realmente necesita, permitiéndonos adecuar tanto el riego como la fertilización de manera que no se produzca ningún lixiviado contaminante hacia el subsuelo.

Tuvimos la oportunidad de ayudar a la investigación vía la Cátedra Frutinter de la Universidad Politécnica de Valencia y aceptamos, sin dudar.

El motivo de la investigación en la Cátedra en un primer momento fue conocer cómo regar de manera eficiente los campos



Javier Usó, gerente de la firma Frutinter / ÓSCAR ORTEGA

“Es un mercado que tiene más de 50 años, así que era necesaria su modernización”

“Ampliamos la planta de confección de Onda con una zona de precalibrado de cítricos”

de clementina y naranja para ahorrar agua pensando en la sequía, pero durante este estudio nos dimos cuenta de lo que pasaba con los nitratos. Por ello, decidimos controlar el aporte de abono nitrogenado de manera artificial a las plantas para que no nos sobrara ni una molécula, que lo que aportemos sea lo que la planta necesita porque si sobra se va a los acuíferos y es cuando contamina.

**VF.** A finales del año pasado, nuevas instalaciones operativas en Onda (Castellón). ¿En qué se traduce esta inversión operativa?

**JU.** Ampliamos las instalaciones de la planta de confección de Onda con una zona dedicada al precalibrado de cítricos. Si precalibramos la fruta somos más eficientes a la hora de producir.

Nos permite más capacidad de producción, más calidad y mejor servicio al cliente. A pesar de ser un proceso que encarece el total de la manipulación, ganamos mucha eficiencia a la hora de sacar el producto final.

**VF.** Para Frutinter, una de las empresas de referencia del Mercado Central de Mercabarna, ¿qué supone la modernización de este mercado mayorista?

**JU.** Es un mercado que tiene más de 50 años así que era necesaria su modernización. Los asentadores están perdiendo poder porque la venta de fruta y hortaliza se está quedando mucho en la distribución organizada.

No tienen el poder y la capacidad de colocación de producto que tenían hace 20 o 30 años, pero por eso no van a desaparecer, siempre existirán. Así pues, su modernización y todo lo que ello conlleva va a favor de que se mantenga la cuota de mercado.

**VF.** En general y clave Mercabarna, ¿objetivos para este 2023?

**JU.** Con sinceridad, el objetivo sería mantener ventas en Mercabarna porque vemos que cada vez hay menos consumidores que van a su tienda de barrio o al mercado central de la ciudad. Ahora su canal de distribución favorito es el supermercado o hipermercado. Por ello, sería perfecto parar esa tendencia y además con el plus de la modernización. Y ya si mantenemos las ventas, sería perfecto.

Vienen años difíciles para la citricultura debido al cambio climático, la sequía, los problemas también para captar mano de obra especializada y la competencia de los países de fuera que nos están apartando de Europa. A pesar de que lo estamos viendo, no estamos actuando porque realmente tampoco sabemos qué hacer. Consideramos que no está en nuestras manos, ya que son los políticos y autoridades de este país los que deben tomar esas decisiones.

www.frutinter.com

EL CAMPO Y EL PROCESO PRODUCTIVO

LA CONFECCIÓN Y LAS INSTALACIONES

EN EL TRANSPORTE Y LA DISTRIBUCIÓN

FRUTINTER CUIDAMOS

LA SALUD DE LAS PERSONAS Y DEL PLANETA

FRUTINTER

T. 964 506 310 . Fax 964 520 752

Llueva, truene o nieve

# Dormirás tranquilamente



En Mercabarna hay **200 empresas mayoristas dedicadas al sector de frutas y hortalizas expertas en la diversificación de orígenes, con soluciones logísticas ágiles, adaptables a cualquier necesidad.** Así, pase lo que pase en todo el mundo, nada te quitará el sueño.

**El hub alimentario del Mediterráneo-Barcelona®**

**AGEM**  
ASSOCIACIÓ GREMIAL D'EMPRESARIS MAJORISTES DE FRUITES I HORTALISSES



**mercabarna**