

valencia fruits

27 de junio de 2023 • Número 3.031 • Año LXI • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Las lluvias persistentes de finales de mayo y principios de junio han mermado el volumen de ajo para comercializar esta temporada. / ÓSCAR ORZANCO

Las lluvias merman la campaña española de ajo

Un 30% de la superficie sembrada esta temporada no llegará a recolectarse

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.
El 30% de la superficie sembrada de ajo en España no llegará a recogerse esta campaña como consecuencia de las lluvias persistentes de finales de mayo y principios de junio, según ha constatado el presidente de la Sectorial de Ajo de Asaja, Miguel del Pino. España tiene sembradas 27.000 hectáreas de ajo, fundamentalmente en Castilla-La Mancha y Andalucía, cuya merma de cosecha va a suponer, ha concretado el dirigente, “una reducción importante de kilos”. Pese a que en otros países europeos la situación es similar, la diferencia en volumen de producción provoca que la incidencia no sea tan grave como en España.

El pasado 5 de junio Asaja Cuenca ya anunciaba que las tormentas habían provocado pérdidas de hasta el 90% en muchas parcelas. El secretario general de la organización, Manuel Torrero, indicó que, en plena campaña, se habían visto afectados ajos que ya estaban cortados y agrupados para su recolección y también ajos en plantación. Los productores de Cuenca tienen sus plantaciones localizadas en las provincias de Cuenca, Albacete y Ciudad Real, y es precisamente en esta última donde más pérdidas se contabilizan al acumularse precipitaciones de hasta 150 litros. Torrero destacó que se habían producido daños

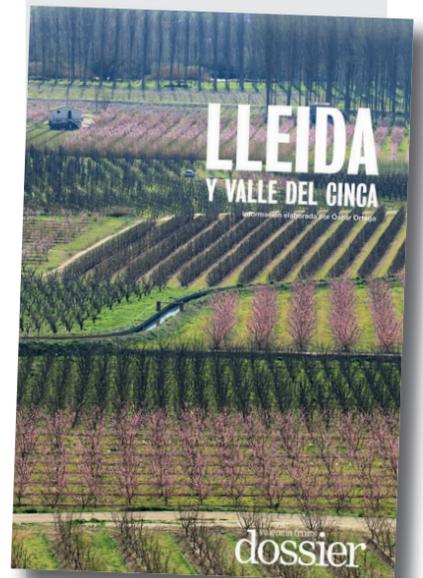
de hasta el 90% en plantaciones de los términos de Cinco Casas o Argamasilla de Alba, mientras en Las Pedroñeras las pérdidas se cifraban en esos momentos en aproximadamente el 50%.
En la zona de Las Pedroñeras, hay variedades tempranas que se encuentran en fase de oreado y secado, pero las lluvias y la humedad están dificultando esta tarea. Los ajos están adquiriendo un aspecto ennegrecido, y eso les resta calidad y dificulta su comercialización.
Miguel del Pino expuso las previsiones del sector ajero en el Comité Mixto de Frutas y Hortalizas, integrado por los representantes del sector y las administra-

ciones de Francia, España, Italia y Portugal celebrado el 20 de junio en Roma. El representante español, que intervino en nombre del grupo de contacto del ajo de los cuatro países, puso de manifiesto ante el Comité Mixto, “la sospecha de que se esté produciendo una entrada masiva e irregular de ajo fresco en la Unión Europea.”
Esta situación es consecuencia de la entrada “en las fronteras de la Unión Europea de producto como ajo congelado, para eludir los contingentes establecidos sobre el ajo procedente de China, así como los aranceles a los que estarían sujetos si se presentaran como ajo fresco”, ha precisado Miguel del Pino.



Esta semana

- 4 “Seguro agrario, reto a la vista”, artículo de opinión de Cirilo Arandis
- 9 España recibirá 81 millones en ayudas de la UE para afrontar efectos de la sequía
- 10 La empresa de la semana: Reemoon Sorting Spain
- 12 La sequía y las tormentas provocan pérdidas de 173 millones en Murcia
- El granizo afecta a más de 4.300 hectáreas de cultivo en la Comunitat Valenciana
- 13 Barbastró espera tres millones de kilos de Tomate Rosa



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	12
Agrocotizaciones:	16



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



DECCO
More. Beautiful. Fresh.

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

La revolución de la agricultura digital

Por GONZALO GAYO

La inteligencia artificial y las nuevas tecnologías son instrumentos que están revolucionando la agricultura. Necesitamos en la Comunidad Valenciana una gran apuesta por la digitalización del campo para construir el futuro frente al abandono de tierras y la falta de relevo generacional. El nuevo gobierno valenciano debe aprovechar esta oportunidad que ofrecen los avances tecnológicos para situar a la milenaria agricultura valenciana en el lugar que le corresponde, utilizando todos los avances que ofrece la nueva era de la inteligencia artificial para la mejora de los precios de las cosechas y su venta en los mercados, así como la optimización de los recursos hídricos, la mejora de la calidad de los productos, la reducción de pérdidas de frutos, la prevención de plagas y un sin fin de nuevas tecnologías al servicio de los agricultores.

La agricultura digital mejorará el rendimiento de la producción agrícola y la sostenibilidad. El uso de sensores y drones para medir el clima, el suelo y el crecimiento de las plantas, así como la inteligencia artificial para optimizar el uso de los recursos será, en un corto espacio de tiempo, una realidad constatable que necesita hoy de una apuesta decidida del nuevo gobierno de la Generalitat. Estas herramientas ayudarán a los agricultores a tomar decisiones más informadas y a reducir el impacto ambiental de la agricultura.

También, las desaladoras combinadas con un tratamiento genético de las plantas para aumentar su resistencia y tolerancia a este tipo de agua y el uso de energía limpias para ellas ya no es una opción sino una necesidad para su implantación en la Comunidad Valenciana.

Las nuevas plataformas de la agricultura digital permiten un uso más rápido, económico y holístico de los datos con los análisis que ofrece el *Big Data* para encontrar soluciones. Al analizar cantidades masivas de datos sobre componentes de plantas podemos identificar qué ingredientes mejoran las funcionalidades relacionadas con la salud y el medio ambiente para potenciarlos. En este sentido aparecen los alternativos al azúcar, de bajo índice glucémico, y derivados de la fermentación del micelio.

España comienza a despegar, según los informes de la UE estamos en el grupo de países europeos a la cabeza de la



El Palmar; obra en fachada. / GONZALO GAYO

inversión en startups agroalimentarias. Un ejemplo de la aportación de las startups españolas es Biome Makers que están trabajando en el ADN de los suelos para mejorar los cultivos y que han recibido más de 20 millones de financiación y tienen sede en Sacramento (EEUU) y Valladolid (España). Actualmente pueden llegar a recuperar un 20% de la tierra y la respuesta para su diagnóstico es casi inmediata. Otra startup española es Agroopcon que desarrolla una plataforma de inteligencia artificial para la logística agroalimentaria. Su objetivo es ayudar a los agricultores a maximizar los ingresos de sus cultivos mediante la optimización de los precios y la demanda mediante el rastreo de los productos agrícolas desde el campo hasta el mostrador. Otro ejemplo interesante es la startup Taranis, con sede en Israel, que desarrolla un motor científico que analiza datos de campo relacionados con el ciclo de producción de cultivos y el clima e indica el momento y lugares perfectos para implementar agroquímicos.

Las nuevas tecnologías abordan las necesidades reales de los consumidores y agricultores para aportar soluciones

y rediseñar las cadenas de suministro. Otro de los aspectos que está desarrollando la agricultura digital el problema del agua y especialmente la utilización del agua de mar para la agricultura. La agricultura no tendrá que depender del agua de lluvia, fertilizantes y pesticidas. Los agricultores utilizarán cantidades mínimas, o incluso las eliminarán de la cadena de suministro, explotando, por ejemplo, el agua de mar.

También la falta de relevo generacional tiene respuesta con las nuevas tecnologías. Desde Minsait impulsan un modelo de territorio rural inteligente, uno de cuyos pilares es el desarrollo del sector agroalimentario, así como la promoción de la comercialización de proximidad y el intercambio de recursos entre productores.

En estos momentos España se encuentra entre los países europeos que más invierten, concretamente en el cuarto lugar en Europa y el 10 del mundo así como el 12 en volumen de inversión debido a que la valoración media de sus startups es más baja. Desde la Fundación Europea para la Innovación informan que se está ayudando en ese sentido desde que hace 6 años se puso en marcha el smartagrifoodsummit.com que ha servido para potenciar el ecosistema en España y en Europa. Hoy existen grandes oportunidades para el desarrollo.

Los datos que maneja la UE señalan que el crecimiento de la IA en el sector agroalimentario previsto para este año será del 30% con el objetivo de mejorar la eficiencia y la sostenibilidad en la producción agrícola y la seguridad alimentaria. En España en 2022 ha crecido un 69,5% la inversión en startups agroalimentarias con respecto a 2021, lo que ha supuesto un descenso con respecto al incremento producido en 2021, ya que el incremento llegó al 220% con respecto a 2020. En España en 2022, según los datos de la Fundación Europea para la Innovación, hay 459 startups agroalimentarias, un 8% más que en el año 2021. Estas startups han creado 1.470 empleos y el 80% de ellas están formadas por jóvenes menores de 35 años.

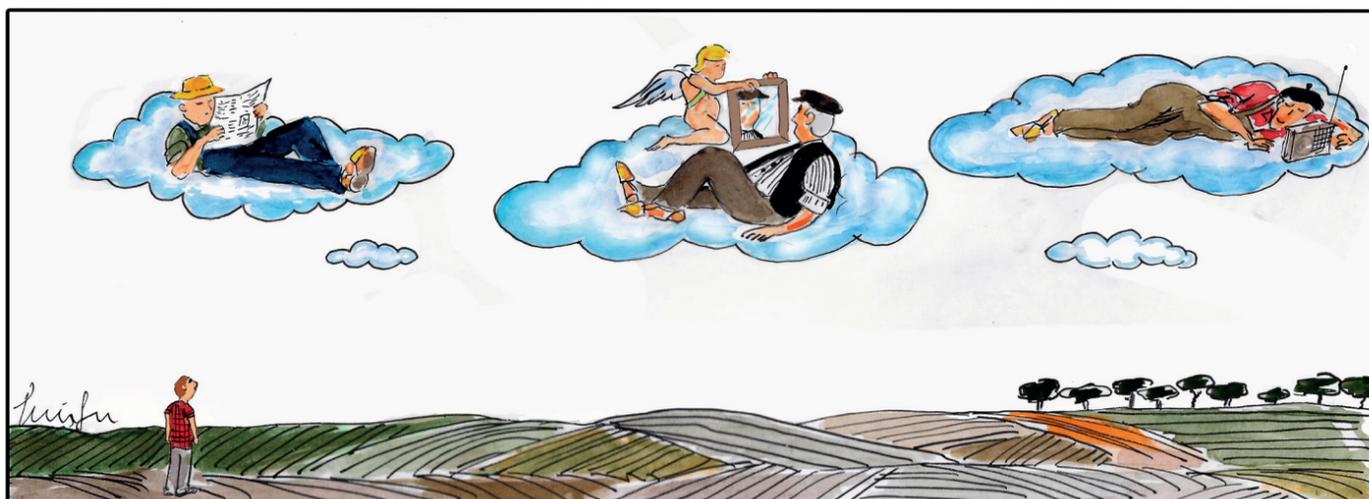
El uso de tecnologías de inteligencia artificial en la agricultura tiene el potencial de mejorar enormemente la productividad del sector lo que, al tratarse de empresas sostenibles, permite una mayor rentabilidad y producción para la industria agrícola y, al mismo tiempo, favorece la sostenibilidad ambiental.

España, aunque todavía le queda por avanzar, comienza a despegar y a entrar en el grupo de países europeos que están a la cabeza de la inversión en startups agroalimentarias. Comenzamos a estar en número de inversiones en el Top 10 de países que han hecho más acuerdos en el 2022 y esperamos que en el 2023 esta tendencia se mantenga.

La combinación de la inteligencia artificial con tecnologías como drones y sensores remotos está revolucionando el mundo de la agricultura y la milenaria agricultura valenciana no puede quedarse atrás.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

El sector agroalimentario español crece en un año marcado por la inflación

Con un crecimiento del 3,3% interanual, el sector agroalimentario aporta más de 111.100 millones de euros a la economía española según el informe de Cajamar

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Cajamar presentó la semana pasada el Informe 2022 del 'Observatorio sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo', elaborado por Joaquín Maudos y Jimena Salamanca, especialistas del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie).

El documento analiza la evolución de los principales indicadores del conjunto de la cadena de valor del sector agroalimentario español, que incluye producción, transformación y comercialización al por mayor y al por menor de productos agroalimentarios, en un año marcado por fuertes tensiones inflacionistas y el encarecimiento de alimentos, energía y suministros.

Según los datos del Observatorio, en 2022 el valor añadido bruto (VAB) del sector agroalimentario crece un 3,3% interanual, por encima del 2,5% registrado de media por el sector europeo, aunque algo menor al que ha experimentado el conjunto de la economía española (5,5%). En términos absolutos, el sector agroalimentario genera 111.147 millones de euros, que suponen el 9,2% del total nacional (una décima menos que en 2021). Esta evolución positiva se apoya en el crecimiento del 6,6% en el VAB de la comercialización y del 5,2% en el caso de la industria de la transformación, frente a la caída del 1,2% del sector primario.

Con estas cifras, España se mantiene como la cuarta economía agroalimentaria de la UE, aportando el 11,9% del VAB comunitario del sector. Además, la participación del sector agroalimentario en el total de la economía es mayor en España que en la UE-27 (9,2% frente a 6,6%), debido sobre todo al mayor peso que tiene la comercialización (4,1%) en comparación al que tiene en la UE-27 (2,6%).

Concretamente, España lidera la producción comunitaria de aceite de oliva, cítricos, porcino y fruta fresca de la UE-27, con una cuota de mercado del 54%, 51,6%, 24,2% y 16,7%, respectivamente. Además, es el segundo país en importancia en la producción de plantas y flores (13,9%) y hortalizas (19,2%), y el tercero en ganado bovino (11,7%), vino (5,7%) y cebada (14,7%).

EXPORTACIONES

Si bien el volumen de ventas al exterior de productos agroalimentarios descendió en 2022, el incremento del precio de los ali-



Presentación por parte de Cajamar del Informe 2022 del 'Observatorio sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo'. / CAJAMAR

mentos hace que el valor del comercio exterior crezca un 13,6% interanual, registrando un nuevo máximo histórico con 69.645 millones de euros.

De este modo, la economía española conserva su perfil de exportadora neta de productos agroalimentarios, con más de dos décadas ininterrumpidas de superávit comercial. Sin embargo, y por primera vez en quince años, el superávit del sector agroalimentario español cae un 24,5% en 2022 hasta situarse en 14.007 millones de euros. Es una disminución que se explica por el intenso aumento en el valor de las importaciones, en un año marcado por la subida de los precios. No obstante, a pesar de la reducción, es el tercer superávit más alto de la UE-27 (segundo en 2021), por detrás de Países Bajos (36.579 millones) y, por primera vez, de Polonia (15.506 millones).

La fruta y frutos comestibles y el pescado, crustáceos y moluscos se mantienen como principales productos de exportación y de importación de España en 2022, respectivamente, concentrando el 14,7% del total exportado y el 14,1% del total importado por el sector.

PUESTOS DE TRABAJO

El empleo en el sector crece un 1% en 2022, lo que supone 22.881 ocupados más que en 2021 hasta alcanzar 2.347.108 de trabajadores. El buen comportamiento del empleo en la industria de la transformación (3,1%) y la comercialización (2,4%) amortiguan la caída del sector primario, que pierde un 2,5% interanual. En su conjunto, el sector ocupa al 11,4% de los trabajadores del país, también por encima de la media europea (10,5%).

Uno de los rasgos caracte-

del empleo del sector en la UE-27 (35,4%). Esta brecha se agudiza en el sector primario donde son el 23,9% del total de los ocupados, mientras que en el conjunto de la Unión suponen el 31%.

MÁS PRODUCTIVOS Y MÁS COMPETITIVOS

El responsable del Observatorio, Joaquín Maudos, ha destacado que la productividad del sector se sitúa un 32,1% por encima de la media europea (120% más en el caso específico de la producción primaria), lo que explica en buena medida la competitividad de la oferta española en el conjunto de la UE. Esa elevada productividad se traduce en una mayor competitividad, ya que el coste laboral por unidad de producto del sector en su conjunto es un 26% más reducido que el de sus competidores europeos. Este diferencial de productividad y competitividad con la UE se ha ampliado en 2022, lo que es un aspecto positivo para destacar.

INVERSIÓN EN I+D

La inversión en I+D se reduce por primera vez en los últimos seis años (-3,1% en 2021, último dato disponible), con lo que su peso en el total de la inversión empresarial se contrae del 4,3% al 3,7% y se contabilizan 361 millones de euros. A pesar de este descenso, España se posiciona como el segundo país con mayor número de programas 'eip-agri' de la UE-27 en 2022 (51 de 259), contribuyendo con el 19,7%, solo por debajo de Polonia (21,6%) y seguido de Rumania (10%), Países Bajos (9,7%) y Alemania (8,9%).

RETOS PENDIENTES

Los retos concretos a los que se enfrenta el sector a corto y medio plazo pueden agruparse en medioambientales, digitales, sociales y económicos. Teniendo en cuenta las tendencias cambiantes de la economía mundial, el sector agroalimentario en su conjunto afronta muchos desafíos, como la transformación digital de toda la cadena de valor (para ahorrar recursos en beneficio del cambio climático); la producción de alimentos saludables, sabrosos y sostenibles; garantizar la seguridad alimentaria; transitar hacia modelos de alimentación circulares más sostenibles; luchar en favor de la igualdad de género, y enfrentarse al reto del envejecimiento del empleo del sector (el 41% de los titulares de explotaciones agrarias tiene más de 65 años), entre otros.

Según se destaca en el informe, todos ellos se afrontan desde una posición de relativa fortaleza dada la elevada productividad y competitividad del sector. A pesar de ello, se insiste en la necesidad de mejorar aún más su posicionamiento, siendo necesario para ello aumentar el esfuerzo innovador (inversión en I+D+i), sobre todo teniendo en cuenta que es inferior a la media europea.

PRESENTACIÓN

En la presentación de los resultados del Informe 2022 intervinieron el presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde; el secretario general de Agricultura y Alimentación del MAPA, Fernando Miranda; el director de Desarrollo Sostenible de Grupo Cajamar, Roberto García; y el catedrático de Análisis Económico de la Universidad de Valencia y director adjunto del Ivie, Joaquín Maudos.

Eduardo Baamonde, presidente de Cajamar, resaltó en su intervención que debemos estar orgullosos del sector agroalimentario que tenemos en España y de los resultados que obtiene, sin tener la mayor superficie agrícola útil, ni los suelos más fértiles ni beneficiarnos de la pluviometría que tienen nuestros socios comunitarios. "Sin embargo, somos la cuarta potencia productora y, año tras año, el valor de nuestras exportaciones bate récords, alcanzando ya casi los 70.000 millones de euros, y somos líderes en producciones mediterráneas y sectores como el porcino".

Fernando Miranda resaltó la importancia y relevancia del sector agroalimentario en España como motor de desarrollo económico y generador de empleo y riqueza. Con más de un millón de empleados en 2022, el sector agroalimentario ampliado ha contribuido con un 9,2% al total de la economía española en Valor Añadido Bruto.

A continuación, Joaquín Maudos comentó en detalle los principales resultados del análisis, destacando que "el sector afronta importantes retos pero desde una posición de resiliencia gracias a su elevada competitividad. Esos retos exigen aprovechar la oportunidad de los casi 1.320 millones de fondos europeos NGEU que recibe el sector y cuyo grado de ejecución hasta ahora es reducido (poco más del 15%)". Como retos prioritarios señaló "hacer frente al aumento de los costes de producción, al relevo generacional y al cambio climático".

Finalmente, el director de Desarrollo Sostenible de Grupo Cajamar, Roberto García Torrente, cerró el acto celebrando el incremento récord del valor añadido generado, pero llamando a su vez la atención sobre las notables diferencias que se observan en las distintas fases de la cadena. "Es especialmente preocupante —señaló— que la producción agrícola y ganadera haya sido la más afectada por los costes de producción. Si bien el valor aumenta un 11%, los costes lo hacen en casi un 30%". En su opinión, "esta pérdida de rentabilidad puede tener consecuencias en el abandono de muchas explotaciones".

OPINIÓN

Seguro agrario, reto a la vista

Por si no lo sabían, por si no se habían dado cuenta, el pasado 28 de mayo se celebraron en nuestro país elecciones municipales, y en una serie de comunidades, también elecciones autonómicas. No cabe duda de que el hecho de poder votar de modo libre, directo y secreto es uno de los derechos fundamentales de nuestra sociedad. Quizás por el hecho de poder ejercerlo con toda normalidad, pasa desapercibido su valor real. Se haya votado a una opción u otra, se haya votado en blanco, o simplemente, por la razón que sea, no se haya ido al colegio electoral para depositar el voto en la urna, son diferentes los modos en que se puede ejercer este derecho, que tanto se anhela o se lucha por tener en aquellos lugares donde no existe, o donde no se puede ejercer con todas las garantías.

No es mi intención hacer un análisis de los resultados, pese a la libertad que ejerce esta tribuna para ello, pues en el momento de escribir estas líneas todavía no existe certeza de quién podrá gobernar en cada municipio o comunidad autónoma más allá de los indicios que nos ofrece el reparto de actas de concejal o de diputado. Para ese análisis, hay muchos mejor cualificados que yo, lo cual no es impedimento para poner en evidencia que nuestro sector no ha sido tenido en cuenta durante el desarrollo de esta campaña electoral. Ha sido más que evidente que el plebiscito se ha jugado a nivel de los grandes líderes de los principales partidos políticos, lo que ha impedido abordar las casuísticas locales y sectoriales, evidenciando que poco o nada les interesa el sector agrario y agroalimentario más allá de la disputa en algunos temas puntuales, caso del agua o de su ausencia, la sequía.

De entrada, sería bueno que quien tenga la responsabilidad gobernar como receptor de la confianza otorgada por los ciudadanos mediante el voto depositado en las urnas, sepa que el sector agrario de este país ha producido por un valor que supera los 63.000 millones de euros en el año 2022, necesitando para ello, y para el mismo ejercicio, la necesidad de uso de consumos intermedios por un valor de 34.900 millones de euros, además de aportar, proveniente de Europa y a través de la PAC, del orden de 6.000 millones más anuales. Y es que ese valor se da en el entorno rural, y no en el entorno urbano, que es donde se concentra la población, y como consecuencia de ello, el voto. En la actualidad, casi un tercio del censo español se da en el entorno de las ciudades de Madrid y Barcelona, y si sumamos el entorno de las ciudades de Valencia, Sevilla o Zaragoza, seguro que estaremos cerca de la mitad de la población española.

Y es que además de producir alimentos y dar de comer a esa

sociedad urbana, el campo exporta, siendo el sector de las frutas y hortalizas el mejor ejemplo de ello. Así, también es bueno saber que nuestro sector supone un tercio de la producción agraria y casi 60% de la producción vegetal española. Su valor, adquiere una constante tendencia creciente en los últimos años, alcanzando un valor, en 2022 superior a los 21.000 millones de euros. Y es que, tras pasar esa producción por los almacenes de manipulación, sirvió para exportar más de 12 millones de toneladas por un valor próximo a los 16.000 millones de euros. Por el contrario, las importaciones españolas de frutas y hortalizas tan solo alcanzaron el valor de 3,8 millones de toneladas, con un valor de alrededor de 3.700 millones de euros. Las cuentas son muy favorables al sector.

No cabe duda de que este episodio electoral hubiera sido un gran escaparate para poner en valor el papel que ejerce el campo, además de ofrecer sinergias destinadas a esa prensa internacional que ha hecho un seguimiento próximo de nuestras elecciones. Pero como ya se ha dicho, en comparación con el mundo urbano, el mundo rural ofrece muchos menos votos, siendo este quizás el motivo por el cual el campo se está convirtiendo en una especie de "chico para todo" al servicio de la población urbana. Y es que es capaz de dar esas cifras y ofrecer servicios intangibles a la sociedad incluso en un contexto en el que se ha tenido de soportar, de manera concatenada, una pandemia, una crisis financiera, un contexto inflacionario con el consiguiente incremento de costes, además de una guerra como la de Ucrania. Y a pesar de todo ello se nos exige que los alimentos sean baratos. ¡La cuadratura del círculo, vamos!

Es en este contexto, en el que deberán ejercer su labor nuevos equipos políticos y directivos que se responsabilicen del área de Agricultura en las distintas comunidades autónomas, siendo los menos los que aparentemente repetirán con renovados ánimos de superación. De entrada, bueno sería que quienes lleguen lo hagan con un mínimo conocimiento del sector, pues ya se habría bastante ganado de entrada, si no el propio consejero o consejera, al menos que su equipo tenga un marcado tinte profesional. El sector es muy profesional, y merece algo más que animosos y voluntariosos políticos en lugares donde se adoptan decisiones importantes y trascendentes. Si seguimos soñando, más allá de las normales y consabidas discrepancias políticas, el campo, y en especial nuestro sector, no está para disputas y encontronazos entre políticos, que no aportan ningún valor. Más bien está para disfrutar de una cultura política colaborativa que aporte soluciones.



Acabamos de padecer un periodo de lluvias torrenciales que, si bien pueden ser usuales en esta época del año, no lo son con esta intensidad ni virulencia. / ARCHIVO

"A la vista de la deriva de la política comunitaria en materia agraria, bien se puede decir que el seguro agrario es el único sistema de resistencia que le queda al agricultor"

"Desmantelados los sistemas de regulación de mercados, con unos presupuestos de la PAC donde cada vez con menos dinero hay que hacer más cosas, con unas políticas llamadas verdes, que lastran más la competitividad de los productores comunitarios en beneficio de los países terceros y con una cadena comercial donde el productor es el eslabón más débil, el seguro agrario se convierte en una especie de "último mohicano", garante de las rentas de los productores"

"De ahí la necesidad de mantenerlo y reforzarlo, adaptándolo para que pueda ejercer la función real para la que fue concebido"

"Dentro del contexto del cambio climático, el seguro agrario se está caracterizando en los últimos tiempos por un alto grado de siniestralidad, lo que está comportando un alto nivel de indemnizaciones, con un elevado coste económico. La consecuencia última es que el equilibrio del sistema, tal y como está concebido en este momento, puede quedar desajustado"

El agua ha sido un claro ejemplo de lo primero, y lo digo desde un lugar en el que, pese a las escasas lluvias, se ha podido regar con normalidad. Es ahora tras las últimas lluvias, cuando hay que pensar qué hacer cuando llegue la próxima sequía, que llegará, para que no sigamos con la casa sin barrer.

Pese a que los correspondientes Estatutos de Autonomía confieren a sus correspondientes regiones autonomía plena en materia de agricultura, y pese

a que el Gobierno central es el interlocutor válido en el contexto internacional, lo cierto es que las decisiones importantes de la política agraria se adoptan en Bruselas. Allí, el Pacto Verde Europeo está sirviendo para beneficiar a las producciones provenientes de países terceros, hecho corroborado por los datos y por los informes de impacto elaborados, primero por el USDA, Departamento de Agricultura norteamericano, y posteriormente por la propia Comisión Europea.



Por CIRILO ARNANDIS (*)

Digan lo que digan, Europa está apostando por no depender del exterior en materia energética como cuestión estratégica, pues las consecuencias derivadas de la Guerra de Ucrania así lo han evidenciado. Por el contrario, en materia agraria, se asfixia cada vez más al productor europeo, dejándolo sin armas, no ya ante la presencia de las plagas tradicionales locales, sino ante las que nos llegan, y cada vez más, procedentes de esos países terceros.

Prueba de lo que digo es el Reglamento sobre uso sostenible de productos fitosanitarios que se está debatiendo en estos momentos en Bruselas, y que ha tenido que introducir ciertas modificaciones para hacer posible la actividad agrícola. De modo teórico, esta norma pretende reducir el uso de productos fitosanitarios, cuando el productor es el primero que quiere hacerlo, pues supone un coste. Ello sin saber si hay, o no, productos sustitutivos o alternativos. Además, en las zonas calificadas como vulnerables, en su mayor medida por la presencia de nitratos, el hecho final es que no se puede tratar nada. En este caso, la europarlamentaria española Clara Aguilera, ponente de este tema en el Parlamento Europeo, ya ha anunciado posibles modificaciones que modulen el texto inicial. Y solo unas notas para Mercosur, que dará de lleno en la línea de flotación de la industria del zumo de naranja, además de la pretensión del ministerio de Consumo de promover el zumo "light", que implica un tratamiento químico, por encima del zumo natural, que pese a contener sus azúcares naturales, éstos son de asimilación lenta.

La puesta en valor de la actual PAC, con más de mil folios en el BOE, supone todo un reto de adecuación del sector a los dictados de Bruselas. La implantación del cuaderno digital en un entorno envejecido como es el mundo rural no deja de ser un reto que va más allá de lo meramente tecnológico. La normativa sobre desperdicio alimentario, que se está negociando en este momento en el Senado, y que ha habido que matizar en relación con alguna de sus pretensiones iniciales como la de acabar con el hambre en el mundo con la fruta que no tenga condición para su comercialización en fresco, es una nueva idea de legislación ideológica que parte, en buena medida, del desconocimiento del sector.

Como vemos, queda mucho por hacer tanto aquí como en Europa. Se nos plantean un sinnúmero de retos que será necesario superarlos para seguir produciendo alimentos sanos y saludables y para seguir siendo líderes en Europa y en el mundo. Esperemos que la nueva hornada de políticos que lleguen no sea el resultado del excedente de cupo, sino más bien, todo lo contrario, políticos de altura que aporten soluciones al sector. El reto es apasionante y el sector lo merece.

(*) *Presidente Frutas y Hortalizas Cooperatives Agroalimentaries*



ACTUALIDAD



El agua y el futuro del cultivo del limonero en España

Como es bien conocido, las principales zonas productoras de limón en España se encuentran en regiones en las que la disponibilidad de recursos hídricos es limitada.

El efecto del cambio climático en el régimen de precipitaciones, la sobreexplotación de los acuíferos subterráneos y las decisiones políticas de reducción de los recursos trasvasados de la cuenca del Tajo, ya están incidiendo, pero todavía afectarán de manera más importante a la disponibilidad futura de agua para riego en las zonas de producción de limón en nuestro país.

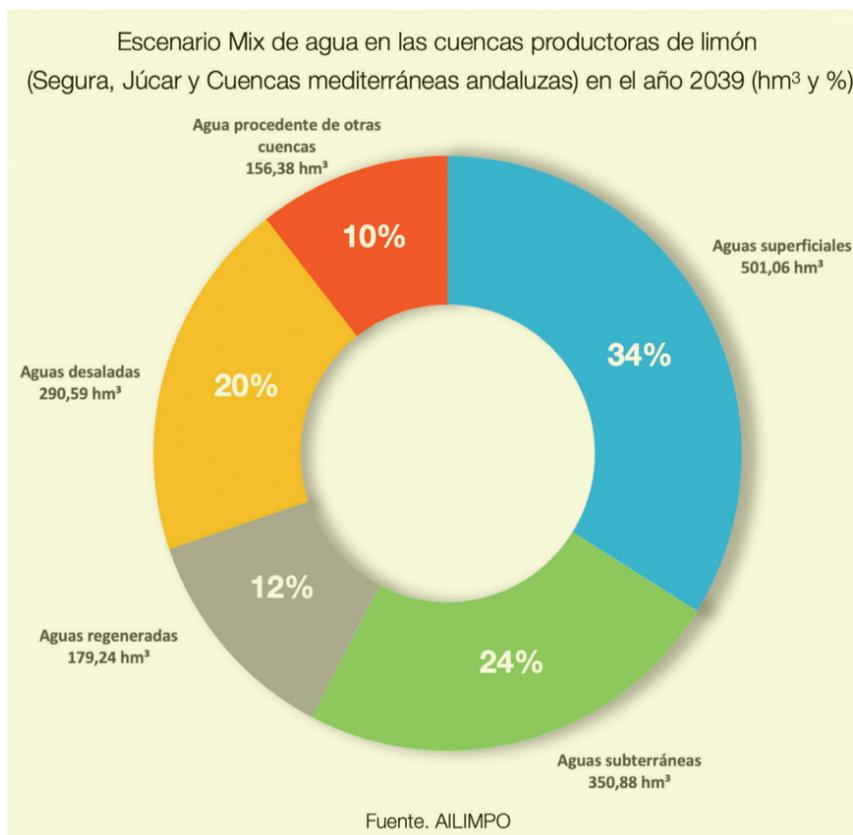
Según datos recopilados por AILIMPO de los planes de cuenca 2022-2027 de las confederaciones hidrográficas del Segura, del Júcar (en la demarcación Vinalopó-Alicantí) y la de las Cuenkas Mediterráneas andaluzas (Cuenca del Guadalhorce y Guadalmedina, Cuenca de ríos Carboneras y Aguas y Cuenca del Almanzora), en 2039 está previsto que la disponibilidad de agua para riego en las zonas de producción de limón se reduzca en un 18,69% principalmente por los menores aportes de aguas subterráneas y de las procedentes del trasvase Tajo-Segura.

Los planes de cuenca contemplan el aumento de la disponibilidad de agua desalada en los escenarios futuros, pero los volúmenes contemplados no compensan las pérdidas de recursos de otras fuentes.

Al margen de los esquemas de planificación, existen sobre el papel compromisos políticos para aumentar los volúmenes de agua desalada y abaratar su coste para así reducir el déficit hídrico de estas cuencas.

Aunque desconocemos el grado de exactitud de cuál será el alcance real de la reducción de los recursos hídricos en estas cuencas, los productores de limón continúan realizando esfuerzos muy importantes para mejorar el aprovechamiento del agua y reducir

su consumo llevando a cabo prácticas de innovación como el riego deficitario controlado, la incorporación de tecnologías para el monitoreo de humedad del suelo, conocer el estado hídrico de la planta, instalación de plásticos de acolchado en el suelo, cubrición de las balsas de riego así como aumentar la capacidad de retención de agua en el suelo llevando a cabo prácticas de agricultura regenerativa, lo que los sitúa en una mejor situación para abordar los retos en materia de riego que el futuro les depare.



OPINIÓN



Por JOSÉ ANTONIO GARCÍA (*)

La voz de los cítricos en Europa

La pasada semana tuve la oportunidad de presentar como portavoz las conclusiones del Grupo de Contacto de Cítricos Europeo, en la reunión celebrada en Roma del Plenario de Frutas y Hortalizas que conforman los Ministerios de Agricultura y representantes del sector de Francia, Italia, Portugal y España. Me gustaría destacar los siguientes puntos clave:

La importancia de trabajar el sector cítrico europeo unido para fomentar la cooperación que permita poner en valor la producción europea de cítricos, y garantizar la sostenibilidad económica del sector, que evidentemente debe comenzar por la rentabilidad del productor.

La campaña comercial cítrica 2022/23 ha venido marcada por el incremento de costes para productores y comercializadores, así como por el descenso del consumo motivada por la difícil situación inflacionista que afecta a los consumidores europeos.

Otro punto clave en la agenda de trabajo común es el impacto del cambio climático en los 4 países productores de cítricos y sus evidencias tanto a nivel de cosecha como de aparición de nuevas plagas, así como las iniciativas que en materia de sostenibilidad se están implantando en el sector cítrico europeo. Aspectos relacionados con prácticas de agricultura regenerativa, medición de la huella de carbón e hídrica, la protección de la biodiversidad y el impulso de la agricultura ecológica son el presente.

En relación con la promoción, desde AILIMPO ponemos en valor la promoción de nuestra producción a través de la campaña de promoción del limón "Welcome to the Lemon Age" cofinanciada por la UE. Poner en valor el trabajo que hacemos desde el campo y promover el consumo es una misión obligada del conjunto del sector.

Finalmente, y en el mismo orden de importancia, las cuestiones fitosanitarias y los riesgos de introducción de nuevas plagas, así como la exigencia de reciprocidad en los intercambios comerciales son dossieres fundamentales, que pedimos a nuestras administraciones nacionales que los trasladen a las autoridades comunitarias.

(*) Director de Ailimpo



www.ailimpo.com
www.thelemonage.eu

Una campaña buena o mala, según se mire

► PACO BORRÁS *

En primer lugar, para iniciar el análisis de la campaña 22-23 distinguiremos los dos tipos de frutas cítricas: las que comemos como fruta y cuya competencia son otras frutas, naranjas y mandarinas, y, por otro lado, los limones y pomelos cuyo consumo es completamente diferente.

Es evidente que el limón es un aditivo, que acompaña muchas bebidas y muchos platos que el consumidor piensa que tiene que tenerlos en casa, independientemente del precio. El pomelo es un producto de seguidores, que normalmente lo consumen en zumo.

■ NARANJAS Y MANDARINAS

Si observamos la campaña desde la óptica de los medios de comunicación, de los informes de situación de la Campaña Cítrica de los servicios de estudio de la Conselleria de Agricultura de Valencia, del Observatorio de Precios y Mercados de la Consejería de Agricultura de Andalucía y los comunicados de prensa de las diferentes asociaciones agrarias, la campaña pasada no tuvo nada que ver con la actual.

La campaña 2021/22 fue una mala campaña en general desde el principio para la mayoría de las variedades. Los ejemplos de malos precios fueron constantes y las comparaciones de los precios de las naranjas con el precio de un café u otras similares se encontraban fácilmente en los medios. Se dio la circunstancia de complicarse al final las mandarinas de club, cuyos precios en el campo cayeron desde el principio hasta el final, circunstancia que no se había dado casi en campañas anteriores. En definitiva, la campaña pasada según estos baremos fue mala o muy mala.

En contraste, esta campaña 2022/23 ha sido una campaña siempre de precios por encima de la pasada, con una búsqueda de producto por delante del momento de la recolección y sin ningún problema para los agricultores independientes a la hora de encontrar comprador para su fruta. Por lo tanto, si nos basamos en estos datos, estamos ante una buena campaña para naranjas y mandarinas.

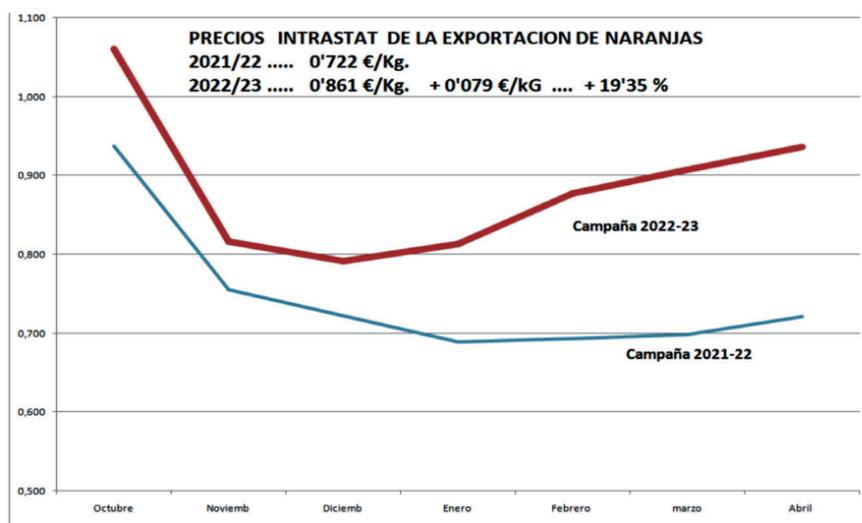
Una vez asumido el sentir de los medios, proponemos analizar las dos campañas con las cifras consolidadas de exportación de septiembre a abril, la información que tenemos del consumo doméstico y la parte de fruta que ha ido a la industria.

■ NARANJAS

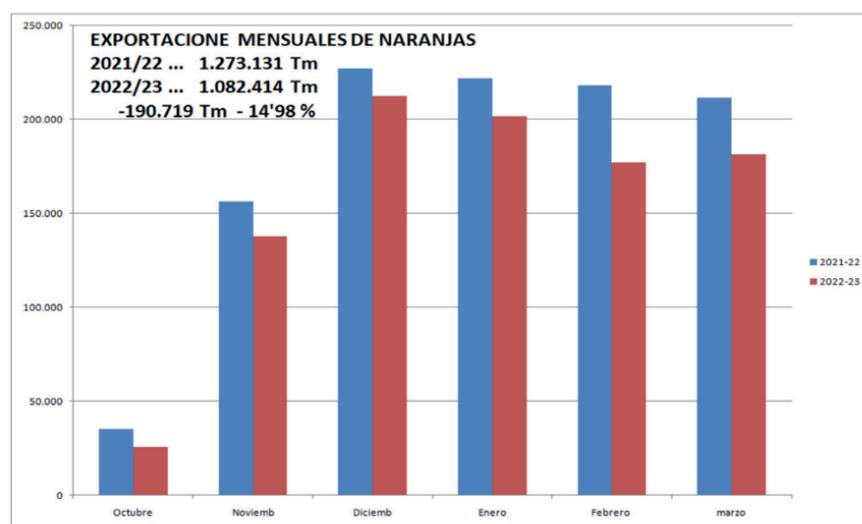
La campaña pasada las cifras de naranjas al final de la campaña nos mostraron un consumo en descenso, una exportación correspondiente al 48% de la producción y una parte industrializada que supuso un 24% de la cosecha total, con precios bastante bajos.

Esta campaña, el consumo no ha crecido como han mostrado las estadísticas presentadas en el último congreso de AECOC de frutas y hortalizas de la primera semana de junio, y aunque los precios de industria fueron mejores que el año pasado, la cantidad de fruta industrializada ha bajado hasta cerca de la mitad porcentual del año pasado. Si además tenemos en cuenta que los precios de venta a las cadenas españolas de distribución son muy similares a las ventas en Europa, donde destinamos el 96% de nuestras exportaciones, podemos estimar que el valor de las exportaciones nos indica con bastante exactitud el valor total que nuestras naranjas han aportado a la producción. Si observamos los precios intrastat mensuales, los volúmenes de exportación y el valor acumulado de las mismas los cuadros que resultan del estudio de las estadísticas de Datacomex son los que aparecen en el **cuadro 1**.

Los precios siempre fueron esta campaña por encima, en noviembre y diciembre



Cuadro 1. Fuente Datacomex. Precios intrastat mensuales naranjas. / P. BORRÁS



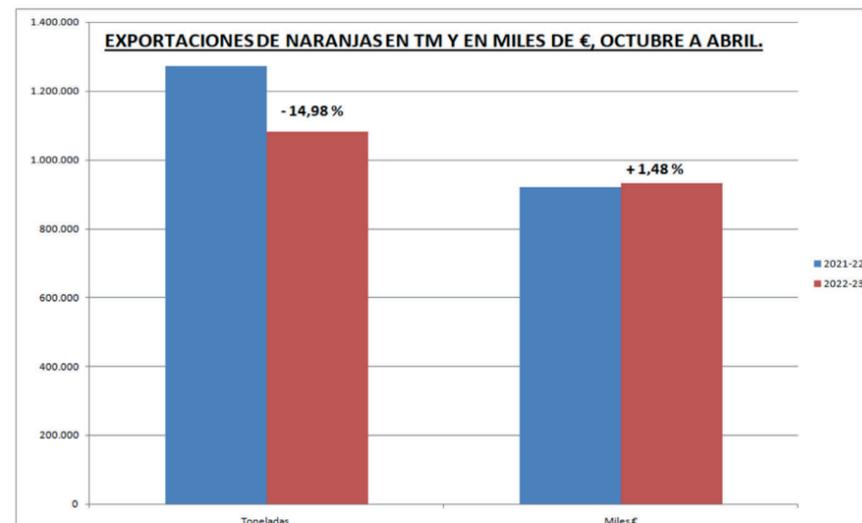
Cuadro 2. Fuente Datacomex. Exportaciones mensuales de naranjas. / P. BORRÁS

unos 0,06 €/kg, en enero 0,12, en febrero 0,18 y en marzo y abril 0,21, lo que al final ha supuesto una media acumulada de 0,079€/kg lo que implica un incremento respecto al año pasado de un +19'35%.

Pero sabíamos que este año la merma de cosecha era importante (oficialmente -19,9%) y se ha visto corroborada durante el desarrollo de la campaña como nos lo muestran las exportaciones mensuales del **cuadro 2**, donde podemos observar que en ningún mes de la campaña se alcanzaron las cifras de la campaña anterior.

Si aparte de los ritmos de precios y volúmenes mensuales analizamos a continuación los valores absolutos del valor de estas importaciones y las comparamos con los mismos datos a la misma fecha del año pasado, el resultado se aprecia en el **cuadro 3**.

Aparentemente casi tenemos los mismos euros que el año pasado en exportación. Las ventas del mercado doméstico



Cuadro 3. Fuente Datacomex. Toneladas y miles de euros de las exportaciones de naranjas. / P. BORRÁS

ginar entonces, que como las hectáreas de naranjas entre las que hay que distribuir estos ingresos son prácticamente las mismas del año pasado, el reparto por hectárea podría ser cercano al del año pasado.

■ MANDARINAS

Repetimos en mandarinas el análisis de los datos que nos ofrece Datacomex y tenemos en precios de exportación en el **cuadro 4**.

Vemos que durante los cuatro primeros meses de campaña los precios han estado por encima del año pasado, en una horquilla entre 0,13 y 0,20€/kg, pero en enero y febrero la diferencia positiva fue de 0,32, en marzo de 0,39 y en abril de 0,48. Lo que nos da una media de esta campaña de +0,245€/kg lo que supone un incremento del 21,84%.

La merma de cosecha de mandarinas respecto al año pasado no era tan grande como en naranjas, pero era relevante (oficialmente -9,8%) y como vemos en el cuadro de exportaciones mensuales (**cuadro 5**), se confirma.

Se repite la tónica en todos los meses que las exportaciones son menores que los mismos meses de la campaña anterior. Y todo apunta que la merma inicial prevista se quedó corta en su cálculo y ha sido mayor. Vemos que, mientras en naranjas la merma en toneladas fue del 14,98%, en mandarinas ha sido del 16,33%, a pesar de que su previsión de merma era la mitad que en naranjas.

Si ahora vemos la aportación en valor de estas exportaciones y la comparamos con la de la campaña anterior (**cuadro 6**), nos encontramos con una situación bastante similar a la que hemos visto en naranjas. Es muy probable que el incremento de valor absoluto que nos dan las exportaciones se lo coma el incremento de gastos.

Y, en consecuencia, lo que queda a repartir por las hectáreas totales se puede parecer bastante a lo que había para repartir la campaña pasada.

■ ¿POR QUÉ SON TAN DIFERENTES LAS SENSACIONES SOBRE LA CAMPAÑA?

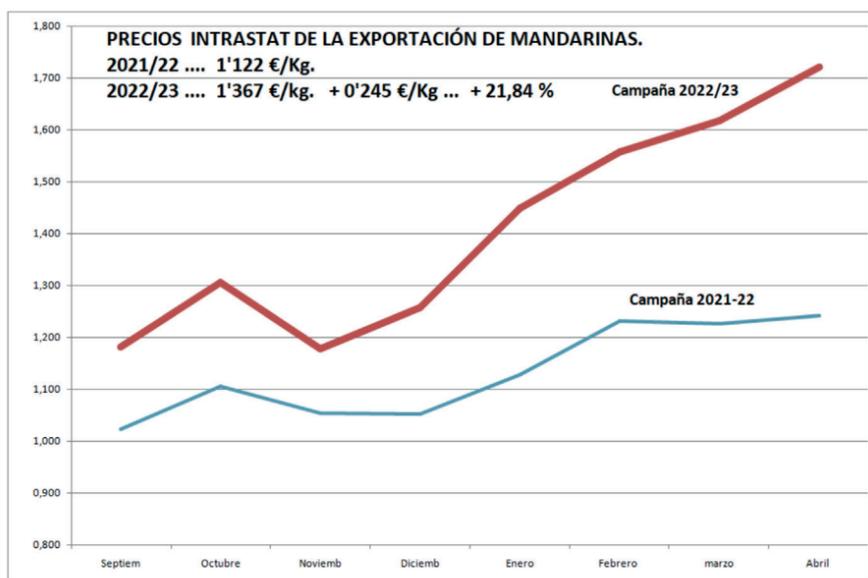
Durante el desarrollo de la Comisión de Estudio sobre situación de la citricultura en la Comunitat Valenciana, un conocido productor y exportador dio en la clave de este tema: "Prácticamente ningún agricultor pequeño y mediano y muy pocos grandes llevan una verdadera contabilidad analítica de sus explotaciones. Ven el precio del kilo y lo rápido o no que les recolectan, pero no miran el conjunto de la explotación y los ingresos netos reales por hanegada, contabilizando adecuadamente sus costos personales".

Y eso es cierto, pero evidentemente no puede ser la citricultura del futuro. La espiral de pánico que se produce en el seno de la producción independiente, cuando el mercado se tensiona acaba provocando una carrera para que le recolecten como sea a los agricultores su cosecha que conduce a una entrega del producto sin referencia, que acaba repercutiendo sin ninguna necesidad en el mercado.

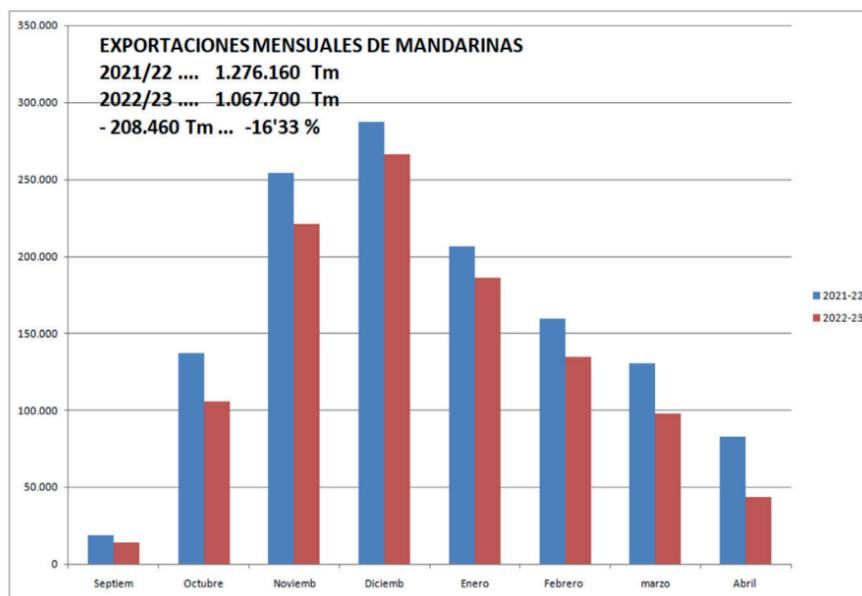
■ ALGUNAS VALORACIONES PERSONALES

Como he señalado, mi impresión es que el posible reparto sobre las 230.000 hectáreas de naranjas y mandarinas que hay en España es más bien similar al de la campaña pasada, pero en ese punto hay que tener en cuenta que hay aspectos entre las diferentes hectáreas y parcelas que hay que considerar:

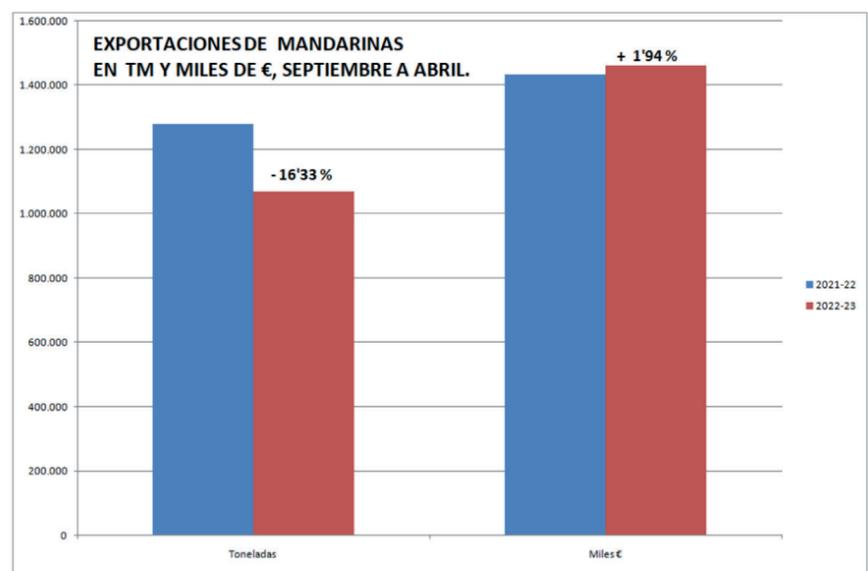
– Las plantaciones antiguas y pequeñas, en general, han tenido menos cosecha que las jóvenes y grandes. Muchas no compensarán con el precio los ingresos por hectárea o hanegada si la merma era alta.



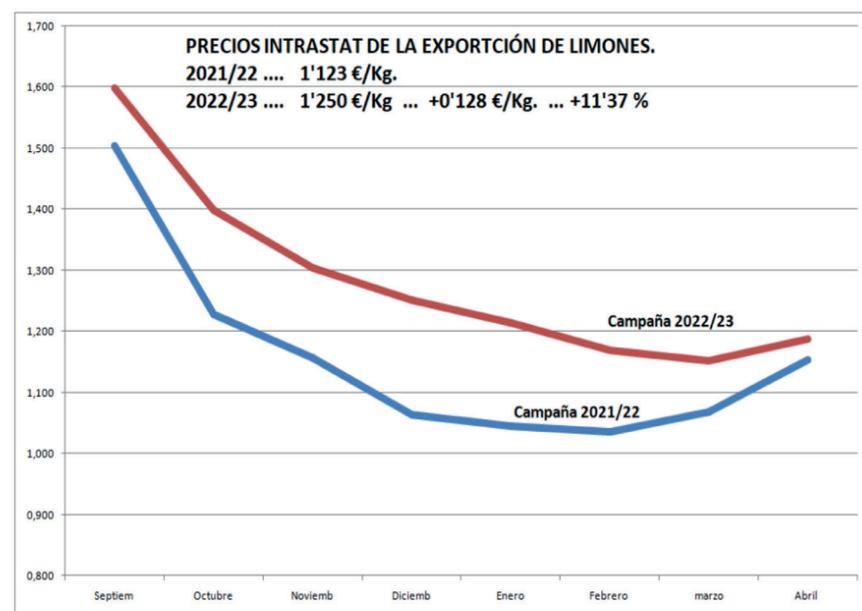
Cuadro 4. Fuente Datacomex. Valores mensuales exportación de mandarinas. / P. BORRÁS



Cuadro 5. Fuente Datacomex. Exportación mensual de mandarinas. / P. BORRÁS



Cuadro 6. Fuente Datacomex. Toneladas y miles de euros de las exportaciones de mandarinas. / P. BORRÁS



Cuadro 7. Fuente Datacomex. Precios mensuales exportación de limones. / P. BORRÁS

Las plantaciones pertenecientes a los exportadores y a las cooperativas, que el año pasado se recolectaron con más orden que las independientes, sufrieron menos, y esta campaña solo dependerán del porcentaje particular de merma.

Las plantaciones de agricultores independientes este año se han recolectado mejor y si no tenían tanta merma, su resultado ha sido claramente positivo.

Por ello, creo que esta campaña hablando de naranjas y mandarinas en general los ingresos por hectárea o hanegada, será en muchos casos similar a la pasada, a pesar de las sensaciones que hemos visto en los medios a lo largo de los últimos meses.

Y, por consiguiente, el diagnóstico realizado y las propuestas planteadas en el recientemente publicado, Plan Integral Citrícola de la Comunitat Valenciana, mantienen totalmente su vigencia. Si no se ponen en marcha las acciones planteadas, seguiremos viendo desaparecer cada año hectáreas de naranjas y mandarinas en la Comunitat.

Sin olvidar, por otra parte, la bajada de consumo, sobre todo en naranjas, pero también en mandarinas, ante la que este año hemos visto la loable iniciativa de la Generalitat Valenciana con el tema de la marca Naranjas de Valencia. Sería de esperar que los cambios políticos no afectasen a estas iniciativas. Aunque son los movimientos para conseguir fondos europeos o nacionales, los que pueden hacer algo más serio en promoción y ello depende de Intercitrus, fundamentalmente.

LIMONES Y POMELOS

A nivel de ruido mediático, podemos hablar más bien de silencio en ambos productos. Los dos presentaban inicialmente mermas importantes (limón -12,4% y pomelo -13,7%), aunque, como veremos, la evolución exportadora no ha sido similar en los dos productos.

LIMONES

La campaña se ha caracterizado por un mayor aprovechamiento de la cosecha por la posibilidad de colocar calidades inferiores al haber fallado las exportaciones

turcas. Y ello ha tenido como consecuencia que el volumen trasladado a la industria, que el año pasado llegó a ser del 28%, este año se ha visto reducido al 21%, y ha supuesto que las industrias han recibido más de 100.000 toneladas menos de limón a 31 de mayo, según los datos de Ailimpo.

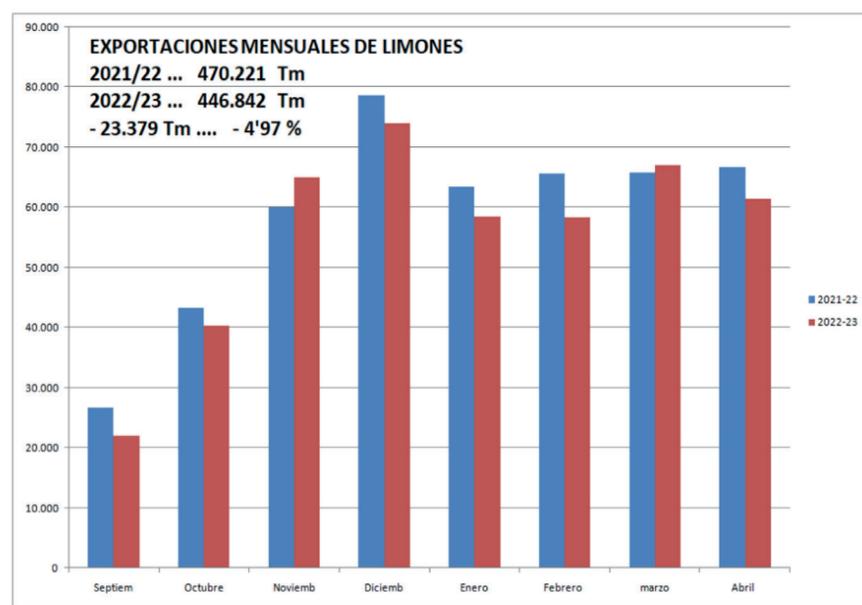
Si vemos los precios de las exportaciones en el cuadro 7, exceptuando septiembre y abril donde los precios son solo ligeramente superiores a los del año pasado, la media nos da una diferencia positiva de +0,128€/Kg que supone un incremento del 11,37%. Si bien no podemos olvidar que los precios de partida del año pasado ya eran elevados. Y, por otra parte, no podemos olvidar que este año estos precios son para calidades medias ligeramente inferiores a las del año pasado por el mejor aprovechamiento que hemos señalado anteriormente.

Si observamos ahora la cadencia mensual de cargas en el cuadro 8, vemos que dentro de los grandes cítricos, se repite que todos los meses se han exportado menos limones que el año pasado, excepto en marzo, pero la merma es netamente menor que en naranjas y mandarinas.

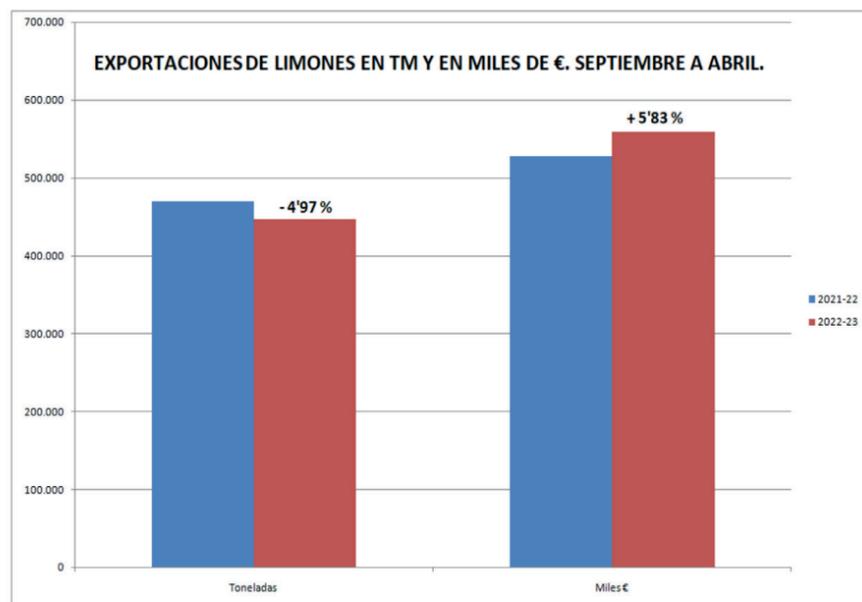
Al analizar los ingresos absolutos en el cuadro 9 nos encontramos que estamos ante un incremento respecto al año pasado también superior a naranjas y mandarinas, ya que en este caso es de un +5,83%. Si además tenemos en cuenta la menor aportación a la industria, que también ha pagado mejores precios, podemos estimar que ese incremento de ingresos se verá mermado por el incremento de gastos, pero podría quedar aún un remanente positivo para la producción en comparación a la campaña pasada.

En definitiva, que de forma global y ya durante más de una década, los limones vuelven a pasar una campaña con resultados positivos para toda la cadena. Como es habitual en estos casos sigue subiendo el número de hectáreas plantadas, que ya supera la barrera de las 52.000, y pronto España podría incluso rebasar la barrera de 1.500.000 toneladas de producción.

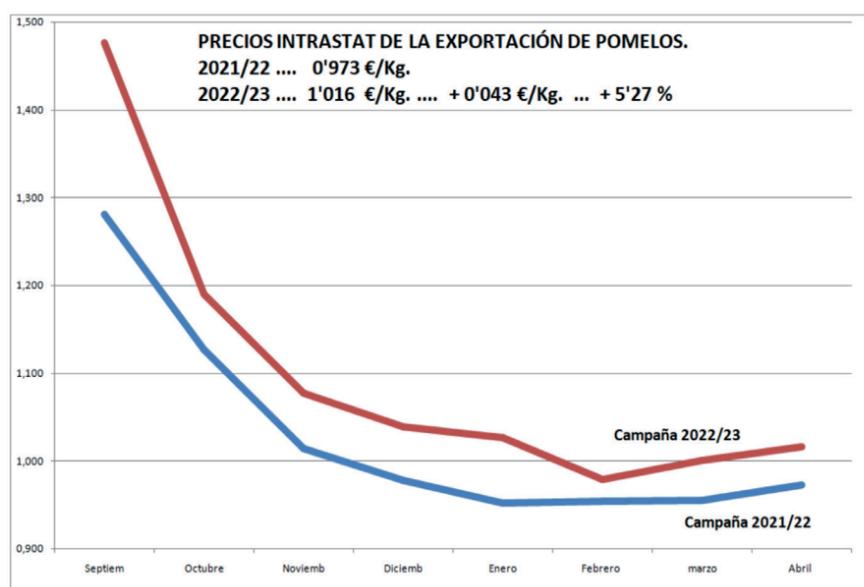
(Pasa a la página siguiente)



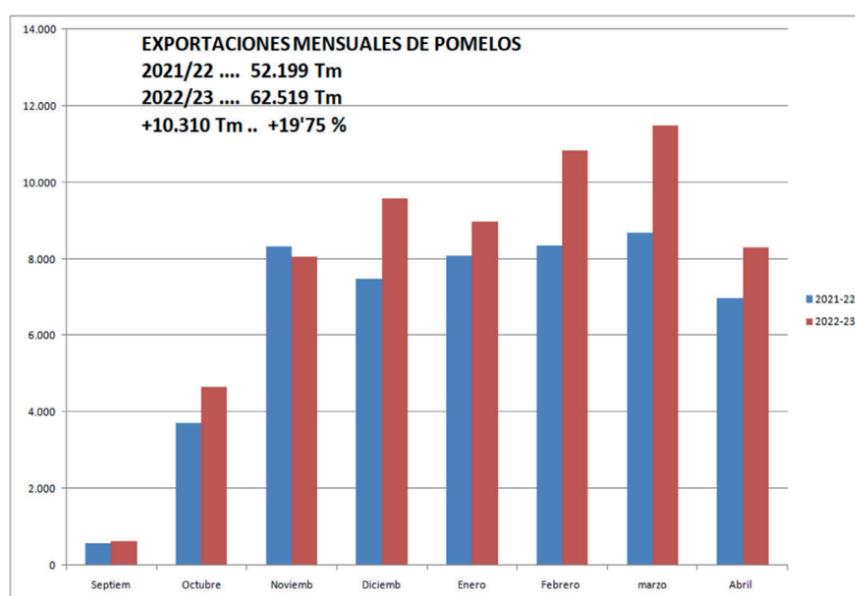
Cuadro 8. Fuente Datacomex. Exportaciones mensuales de limones. / P. BORRÁS



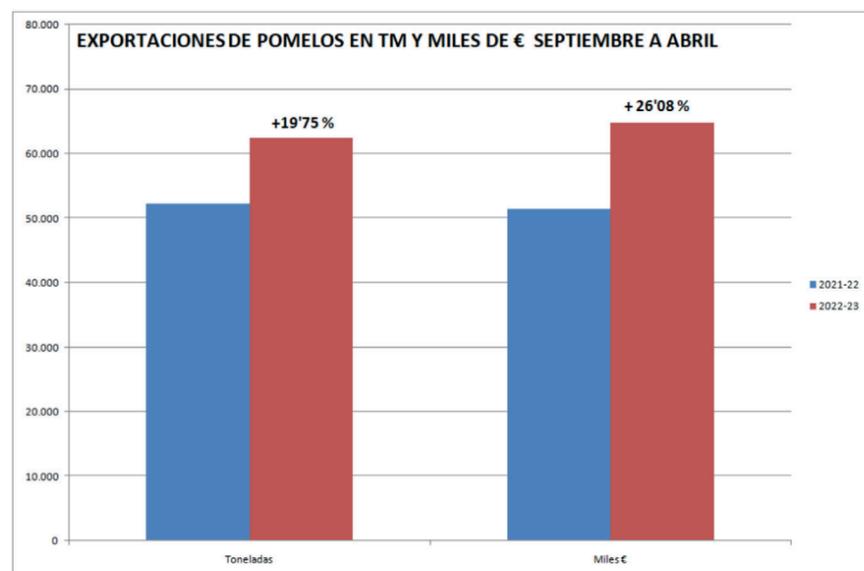
Cuadro 9. Fuente Datacomex. Toneladas y miles euros de las exportaciones de limones. / P. BORRÁS



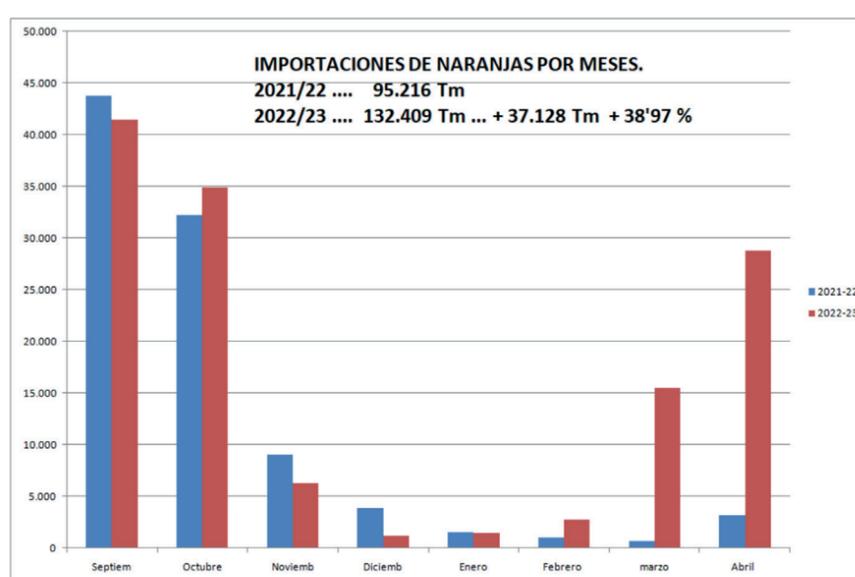
Cuadro 10. Fuente Datacomex. Precios mensuales exportación de pomelos. / P. BORRÁS



Cuadro 11. Fuente Datacomex. Exportación mensual de pomelos. / P. BORRÁS



Cuadro 12. Fuente Datacomex. Toneladas y miles de euros exportación de pomelos. / P. BORRÁS



Cuadro 13. Fuente Datacomex. Importaciones mensuales de naranjas. / P. BORRÁS

“Una campaña...”

(Viene de la página anterior)

Y, como dice Ailimpo, insistir en la promoción, el encaje armónico con otras zonas productoras, la innovación en el sentido global de la palabra, la modernización de las plantaciones, las tendencias hacia la sostenibilidad, las plantaciones bio con 11.950 hectáreas que ya alcanzan un 23% sobre el total y la agricultura regenerativa del limón convencional, pueden afianzar un liderazgo mundial para España en limones que interesa desarrollar y consolidar.

■ POMELOS

Evidentemente estamos ante el hermano menor de la familia de cítricos, ya que apenas supone un 1,3% de la cosecha y un 1,6% de las exportaciones, pero, por otro lado, es una realidad que su peso sigue creciendo en el global cítrico español. A pesar de estar estabilizado o incluso en recesión a nivel mundial, en España no baja.

Siguiendo el mismo esquema que hemos realizado con los tres cítricos importantes vemos en primer lugar la evolución de los precios mensuales de los pomelos exportados según Datacomex, como puede apreciarse en el **cuadro 10**.

El comportamiento ha sido muy uniforme a lo largo de toda la campaña y prácticamente la diferencia positiva de precio se corresponde con la media alcanzada, que es de +0,043€/kg, lo que supone un incremento de precio de +5,27% respecto a la campaña pasada.

Donde aparece una sorpresa es en las cargas mensuales, ya que el aforo inicial era de merma respecto al año pasado un -13,7%, en línea con los descensos que presentaban el resto de cítricos.

A pesar de la merma prevista, todos los meses excepto de forma ligera marzo España ha exportado más pomelos que el año pasado, como se aprecia en el **cuadro 11**, con lo que las cifras de septiembre a abril arrojan un incremento de las exportaciones de 10.310 t, lo que supone un incremento del 19,75% respecto al año pasado.

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE NARANJAS. Septiembre a Abril				
	2021-22	2022-23	Diferen Tm	Diferen %
Egipto	282	39.501	39.219	13893,03%
Marruecos	1.025	4.284	3.259	318,08%
Grecia		557	557	#DIV/0!
Italia	791	301	-490	-61,91%
Croacia	491		-491	-100,00%
Hemisferio Norte	2.589	44.643	42.054	1624,09%
Portugal	25.749	20.780	-4.969	-19,30%
Países Bajos	17.891	8.529	-9.361	-52,32%
Francia	2.174	4.990	2.816	129,53%
Rest Reexport Sur	2.764	22	-2.741	-99,20%
Reexport del Hem Sur	48.577	34.322	-14.255	-29,35%
Sudáfrica	31.874	30.702	-1.172	-3,68%
Argentina	800	9.691	8.891	1111,80%
Zimbabue	6.163	8.947	2.783	45,16%
Uruguay	5.190	3.743	-1.447	-27,89%
Resto Hem Sur	87	64	-22	-25,82%
Hemisferio Sur Directo	44.114	53.147	9.033	20,48%
	95.281	132.409	37.128	38,97%

Cuadro 14. Origen de las importaciones de naranjas. / P. BORRÁS

	2021-22	2022-23	Dif Tm	Dif %
Naranjas	95.316	132.453	37.137	38,96%
Mandarinas	23.832	23.790	-42	-0,18%
Pomelos	2.450	2.152	-298	-12,18%
Limones	22.467	19.279	-3.188	-14,19%
Tot Cítricos	144.066	177.674	33.608	23,33%

Cuadro 15. Datacomex. Importaciones españolas septiembre a abril. / P. BORRÁS

Y, en consecuencia, si ahora analizamos el valor absoluto aportado por las exportaciones en comparación a lo aportado la campaña pasada tenemos los resultados que se aprecian en el **cuadro 12**, lo que convierte, aparentemente, a este cítrico en el de mayor aporte en términos globales de € por hectárea, respecto a la campaña pasada.

■ IMPORTACIONES CÍTRICOLAS DE SEPTIEMBRE A ABRIL

Si observamos las importaciones cítricas españolas en el mismo periodo que

estamos analizando, ya podemos anticipar que estamos ante uno de los años con mayor volumen de importaciones consecuencia directa de nuestra campaña tan corta. Hacía muchos años, desde la campaña 2015/16, que España no llegaba a los 6.000.000 de toneladas de producción.

En el cuadro que nos facilita Datacomex, los datos de importación globales de septiembre 2022 a abril 2023 tenemos los resultados que se aprecian en el **cuadro 15**.

Como se observa, las importaciones de mandarinas, pomelos y limones en el

periodo han bajado. Pero, las de naranjas han subido en 37.127 toneladas lo que supone un 38,96%. Y, como era de esperar, ese crecimiento ha sido todo durante marzo y abril, ya que las importaciones de naranjas durante septiembre y octubre fueron prácticamente las mismas que años anteriores, como podemos ver en el **cuadro 13**.

Por ello las cifras en el periodo correspondiente al hemisferio sur son similares y el incremento corresponde todo a países del hemisferio norte.

El detalle del origen de las importaciones del **cuadro 14** nos lo muestra. Hemos situado las importaciones de Portugal, Países Bajos y Francia como reexportaciones del hemisferio sur; ya que se han dado sobre todo en septiembre y octubre. La mayoría de las importaciones de Egipto se han dado durante los meses de marzo y abril.

■ CÓMO SE INTUYE LA CAMPAÑA 2023/24

Evidentemente es muy pronto para realizar una valoración sobre la próxima campaña, pero hay algunos aspectos que se pueden señalar. La primavera ha sido menos agresiva que lo fue la pasada en el tema de la floración y el cuaje en general.

Pero la sequía en el valle del Guadalquivir es un hecho que influirá a la baja en la cosecha de cítricos del próximo año en esa cuenca. Sevilla y Córdoba representan el 60% de la producción de Andalucía, por lo que la merma será representativa.

Por lo tanto, no podemos esperar una recuperación significativa de la campaña de cítricos 2023/24 respecto de la pasada. Probablemente estemos ante una campaña cercana a las cifras del año pasado.

Otro tema será cómo nos enfrentaremos a las plagas, especialmente al Cotonet de Sudáfrica que aparentemente este año no está siendo tan virulento y cómo lidiaremos con la mosca del Mediterráneo si se alarga el verano, pero vamos a imaginar que nos saldrá mejor.

(*) Consultor hortofrutícola

CITROPOST

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

Tecnología postcosecha para alargar la vida comercial de los pimientos

El pimiento (*Capsicum annuum* L.) ocupa el primer lugar en el ranking de exportaciones de las hortalizas que se producen en España, tanto en volumen exportado como en valor. Además, de acuerdo a los datos de la FAO, España está entre los países que más ingresa en todo el mundo por la exportación de este producto hortofrutícola.

En pimientos, el podrido postcosecha es la principal causa de reclamaciones y pérdidas en destino, y también una importante causa de mermas durante el almacenamiento y transporte. Entre los principales patógenos causantes de podrido postcosecha en este producto podemos mencionar los hongos *Alternaria* spp. y *Botrytis* spp. (Figura 1), y la bacteria *Pectobacterium carotovorum* (=Erwinia) causante de la podredumbre blanda o bacteriana. Otros géneros de hongos como *Rhizopus*, *Geotrichum* o *Mucor* también pueden ocasionar podrido en pimiento.

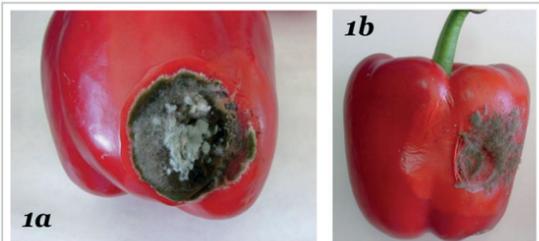


Figura 1: pimientos con podrido causado por *Alternaria* spp. (1a) y *Botrytis* spp. (1b).

Buenas prácticas de recolección e higiene: el manejo postcosecha para reducir estos podridos y las pérdidas que de ellos derivan comienza con buenas

prácticas de recolección en el invernadero. La desinfección controlada y sistemática de las herramientas utilizadas para recolectar el pimiento, así como de los envases de campo, disminuye la incidencia de podridos postcosecha.

El material utilizado en campo para la recolección está expuesto a una continua contaminación, lo que aumenta considerablemente el peligro de contaminación cruzada y como consecuencia el riesgo de pudrición bacteriana, principalmente en la zona peduncular. Asimismo, el establecimiento y mantenimiento de un correcto programa de Limpieza y Desinfección en toda la central hortofrutícola, mejorará sensiblemente los resultados en el control del podrido.

Alargar la vida comercial del pimiento: el Sistema CITROCIDE® PC P constituye una mejora radical para alargar la vida comercial en pimientos. El Sistema realiza una aplicación automática, controlada y eficiente de CITROCIDE® PC, producto a base de ácido peracético certificado para agricultura ecológica,

Tabla 1: eficacia (%) del SISTEMA CITROCIDE® PC P en el control del podrido en pimientos con herida. TVC = Test de Vida Comercial a 20°C y 85 HR; R = Réplica. % Eficacia = [(podrido en testigo - podrido en tratamiento)/podrido en testigo]*100

Pimiento	California	Lamuyo	Wonder
TVC	13 días	10 días	13 días
R1	100%	80%	92%
R2	83%	80%	92%
R3	92%	100%	76%
R4	92%	100%	92%
Promedio	92%	90%	88%

en el proceso de lavado de pimientos. Esta aplicación permite reducir de forma significativa los niveles de podrido postcosecha en este producto (Tabla 1).

Garantía de seguridad alimentaria: asimismo, el Sistema CITROCIDE® mantiene el agua de lavado y la lavadora en condiciones de higiene (Figura 2).

De esta manera se minimiza cualquier riesgo de contaminación cruzada que pueda ocurrir durante el proceso de lavado, ya sea por microorganismos peligrosos para el ser humano, como por aquellos patógenos que pueden producir podrido en el producto final.

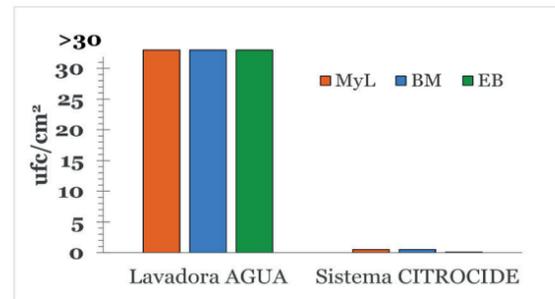


Figura 2: higiene en la superficie de 2 lavadoras de pimiento, una lavando solo con agua (Lavadora AGUA) y otra con un Sistema CITROCIDE® PC P. Contaminación superficial por Mohos y Levaduras (MyL), Bacterias totales (BM) y Enterobacterias (EB). ufc/cm² = unidades formadoras de colonia por cm² de lavadora; ND = No Detectado.

Dr. Martin Mottura

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE CITROSOL

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

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, aseguró el pasado lunes, 26 de junio, que España va a recibir 81 millones de euros extraídos de la reserva de crisis de la Política Agrícola Común (PAC) para hacer frente a las consecuencias de la sequía en el campo.

“España recibirá 81 millones de euros de la reserva agrícola destinada a responder a la situación de sequía que habíamos indicado”, declaró Planas a su llegada a la reunión de ministros de Agricultura de la Unión Europea que se celebró en Luxemburgo.

Según el ministro, España sería el Estado miembro que más dinero recibiría de este nuevo paquete de ayudas que la Comisión Europea presentó a los países el pasado lunes, al margen de la reunión de ministros de Luxemburgo. La aprobación definitiva del proyecto de reglamento con las ayudas tendrá lugar más adelante.

“De confirmarse en su momento por la aprobación de este reglamento correspondiente, seríamos el primer país receptor de la Unión Europea. Es una excelente noticia que, evidentemente, hoy pasa la primera fase”, comentó Luis Planas.

El titular de Agricultura señaló que la aprobación final de las ayudas tendrá lugar “probablemente, en los próximos días o en las próximas semanas”, pero recaló que la propuesta de la Comisión es ya una respuesta a la petición que España había hecho al Ejecutivo comunitario.

En la anterior reunión de ministros de Agricultura de la



España va a recibir 81 millones de euros extraídos de la reserva de crisis de la PAC ante la situación de sequía. / ARCHIVO

La Comisión Europea propone movilizar la reserva agrícola

España recibirá 81 millones de euros en ayudas de la Unión Europea para afrontar efectos de la sequía

UE, celebrada a finales de mayo, la Comisión Europea se mostró dispuesta a distribuir 250 millones de euros de la reserva agrícola de crisis para apoyar

a los agricultores y ganaderos más afectados por la sequía y las inundaciones de las últimas semanas, tal y como habían reclamado España, Portugal, Francia

e Italia. Se espera que el paquete presentado el lunes a los países incluya en total 330 millones de euros, 250 de ellos procedentes de la reserva agrícola.

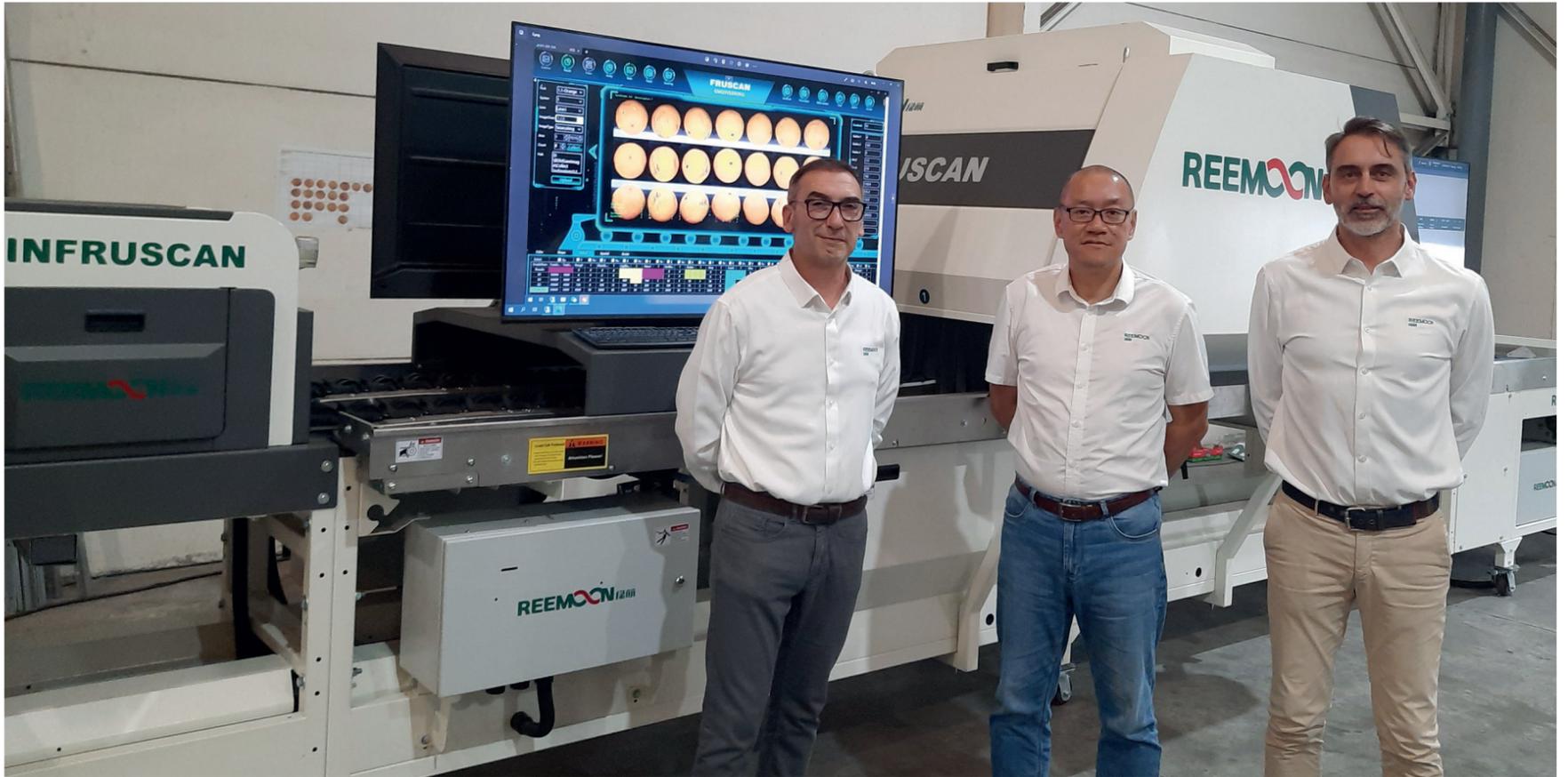
Luis Planas, asimismo, indicó que la semana pasada se mantuvieron reuniones con las comunidades autónomas y con las organizaciones agrarias “justamente para movilizar lo que se refiere a las decisiones adoptadas por el Consejo de Ministros en el 11 de mayo de este mismo año en relación con la sequía y la situación de mercados agrarios derivados de la guerra de Ucrania”.

“Como recordarán, movilizamos desde el Gobierno de España 784 millones de euros, una parte de ellos en ayudas directas, otros en bonificación de seguros agrarios, otros en medidas de liquidez”, expuso el ministro.

Planas añadió que 355 millones “están ya en curso para ser abonados a nuestros ganaderos en los próximos meses” y que hay 276 millones “pendientes de reparto en materia de agricultura”, a lo que se sumarán los 81 millones de euros de la reserva agrícola.

“La suma de ambos conceptos serán 357 millones de euros, con lo cual nos situaremos en una cifra de 712 millones de euros de ayudas directas a agricultura y ganadería por concepto de sequía, más los 5 millones que hemos movilizado para la apicultura”, especificó.

“Creo que es una excelente noticia que quiero compartir. Vamos a continuar trabajando en los próximos días y en las próximas semanas para alcanzar el máximo consenso en la distribución de esos fondos para nuestros agricultores y ganaderos”, concluyó Luis Planas.



José Manuel Asensi, Merwyn Xiao y Paco López son los encargados de comandar el equipo de Reemoon Sorting Spain y afianzar su posición en el mercado español. / REEMOON SORTING SPAIN

REEMOON SORTING SPAIN

“El desarrollo tecnológico, la investigación y la implantación de soluciones forman parte de nuestro ADN”

Reemoon es una multinacional de origen chino con una dilatada trayectoria en el desarrollo de equipos y soluciones tecnológicas para el sector postcosecha, que llega a España constituyendo la sociedad Reemoon Sorting Spain, formada por un equipo de profesionales con experiencia contrastada en el sector hortofrutícola. La expansión a nivel internacional es parte fundamental de la filosofía de Reemoon, para ello adapta su filosofía de empresa a las características o particularidades de cada mercado en el que está presente. “Pretendemos que Reemoon Sorting Spain se convierta en un partner estratégico”. Reemoon ofrece al mercado equipos robustos y fiables desde el punto de vista del funcionamiento, pero tecnológicamente muy avanzados y en continuo desarrollo focalizando esfuerzos en el desarrollo y la mejora de soluciones para el proceso de calibrado de frutas y vegetales con una tecnología accesible y adecuada a las necesidades de cada proyecto, pero con la ventaja de ser escalable.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cuál es la historia de Reemoon?

Reemoon Sorting Spain. Reemoon es una multinacional de origen chino, constituida en el 2001, cuyo principal objetivo es el desarrollo de equipos y soluciones tecnológicas para el sector postcosecha que permitan a sus clientes desarrollar, de forma eficaz y eficiente, cada uno de los procesos de tratamiento, selección y confección, teniendo en cuenta las particularidades y características de los productos y la filosofía de trabajo de cada una de las firmas que constituyen la cartera de clientes de la compañía.

VF. ¿Cuáles son los valores y pilares bajo los cuales se rige Reemoon como empresa?

RSS. Reemoon es una compañía con una clara vocación de expansión internacional, a través de la cual queremos implantar con garantía soluciones para una gama extensa de frutas y verduras en clientes de diferente tipología, los cuales quieren ofrecer a sus mercados

objetivo aquello que les demandan de forma satisfactoria. Por lo tanto es muy importante para Reemoon ofrecer su tecnología y su *know-how* como empresa, pero considerando las particularidades de los diferentes países/áreas en las que estamos implantados.

Por otra parte, como pilares fundamentales que permiten sustentar la vocación de internacionalización de la compañía, consideramos que el desarrollo tecnológico, la investigación y la implantación de soluciones focalizadas en la búsqueda de aplicaciones que permitan dar respuesta a los diferentes retos que encuentran nuestros clientes, son valores que forman parte del ADN de la sociedad.

Otro pilar fundamental de la filosofía de Reemoon es la atención al cliente, por ello la estrategia de implantación de la empresa a nivel internacional está basada en la proximidad. Ofrecemos al mercado un producto de calidad, pero entendemos como una parte fundamental de nuestra estrategia de posiciona-

miento, la introducción en los mercados objetivo, a través de personal con la experiencia y conocimiento suficiente del mismo, unido a la inversión y la creación de una infraestructura local que nos permita dar solución integral a las necesidades de nuestros clientes. Por lo tanto, estamos presentes en todas las fases de desarrollo; participamos con el cliente en la fase inicial del diseño del proyecto, ofrecemos al cliente, si así lo requiere, la posibilidad de soluciones “llave en mano”, y completamos el círculo con la cercanía de un servicio postventa propio integrado por personal local, técnicamente cualificado, con experiencia y conocedor del mercado objetivo.

VF. Una multinacional china especialista en soluciones postcosecha, ¿cómo llega a España? ¿por qué esa apuesta por nuestro país?

RSS. Tal y como indicábamos anteriormente, es parte fundamental de la filosofía de Reemoon la expansión a nivel internacional. La compañía tiene

claramente definida su política de internacionalización, y parte importante del éxito es adaptar esa estrategia general a las particularidades de cada uno de los mercados en los que nos establecemos.

Actualmente Reemoon está presente en 22 países y regiones alrededor del mundo siendo consciente de que el desarrollo tecnológico continuo, la adaptación a los mercados objetivo, y la atención 360° a las necesidades/proyectos del cliente, es la clave del éxito.

Reemoon llega a España, constituyendo la sociedad Reemoon Sorting Spain, la cual está formada por un equipo de profesionales con experiencia contrastada en el sector, que pretende ofrecer al cliente, a través de una estrecha y continua colaboración en ambos sentidos, soluciones que den respuesta a sus necesidades inmediatas, pero que a su vez, establezcan las bases para el desarrollo futuro.

VF. ¿Cuál es la ‘hoja de ruta’ de Reemoon Sorting Spain en esta primera etapa?

RSS. Pretendemos que Reemoon Sorting Spain se convierta en un partner estratégico, que sea capaz de acompañar a sus clientes en proyectos de afianzamiento de la sociedad en el presente, pero también en el crecimiento futuro, buscamos relaciones a largo plazo que permitan intercambiar experiencias que seguro resultarán positivas y que nos permitirán a clientes y proveedores, adaptarnos a los cambios de nuestro entorno.

Reemoon a través de su filial Reemoon Sorting Spain ofrece al mercado equipos robustos y fiables desde el punto de vista del funcionamiento, pero tecnológicamente muy avanzados y en continuo desarrollo, lo que permite a nuestros clientes retroalimentarse de la experiencia de los clientes de la compañía a nivel internacional, y a su vez, introducir avances y mejoras tecnológicas asumiendo inversiones totalmente razonables y justificadas en cuanto a su retorno económico.

Por otra parte, Reemoon Sorting Spain tiene claro y es pilar fundamental de la cultura de la empresa, que el soporte 360° a nuestros clientes no es una mera herramienta comercial. La filial española se crea considerando y siendo conscientes de la madurez, de la complejidad, de la profesionalidad y competitividad del sector del producto en fresco de nuestro país, y como tal se diseña un proyecto de empresa que cuenta con los medios humanos y técnicos adecuados para dar respuesta a cualquier necesidad que planteen nuestros clientes.

VF. ¿Qué soluciones tecnológicas aporta Reemoon al mercado español y, por extensión, al mercado europeo?

RSS. Reemoon es una compañía que ha basado su evolución en la continua interacción con el mercado con la finalidad de adaptarse y anticiparse ofreciendo soluciones tecnológicas a las empresas, que les permiten ofrecer a sus clientes aquello que demandan, cuidando al máximo la calidad del producto en fresco, pero mejorando de forma considerable la productividad de sus procesos.

Reemoon principalmente focaliza esfuerzos en el desarrollo y la mejora de soluciones para el proceso de calibrado de frutas y vegetales, y en ese sentido la empresa ofrece una tecnología accesible y adecuada a las necesidades de cada proyecto, pero con la ventaja de ser escalable. Es decir, partimos de soluciones tecnológicas básicas que permiten dar solución técnica a las necesidades de selección planteadas, pero que pueden ser completadas a futuro, asumiendo inversiones en dichas mejoras totalmente realizables desde el punto de vista operativo, y desde el punto de vista económico.

La gama de equipos para la selección y el calibrado es amplia, como también lo es la cantidad de frutas y vegetales que



Reemoon ha inaugurado una nueva planta de producción en China de 110.000 m² incrementando así, de forma considerable, su capacidad de producción. / RSS

“Actualmente Reemoon está presente en 22 países y regiones alrededor del mundo siendo conscientes de que el desarrollo tecnológico continuo, la adaptación a los mercados objetivo, y la atención 360° a las necesidades/proyectos del cliente, es la clave del éxito”

“Reemoon a través de su filial Reemoon Sorting Spain ofrece al mercado equipos robustos y fiables desde el punto de vista del funcionamiento, tecnológicamente muy avanzados y en continuo desarrollo”

“Reemoon es una empresa que pretende crecer y afianzar su posición en aquellos mercados en los que se implante, a través de contribuir al crecimiento de sus clientes”

son susceptibles de selección utilizando los calibradores Reemoon. Pero con el ánimo de focalizar y sintetizar, actualmente Reemoon, está comercializando dos marcos tecnológicos generales cuyo desarrollo está basado en el autoaprendizaje de los sistemas a través de la inteligencia artificial y de la introducción en el sistema de modelos de selección específicos, hablamos pues del sistema FRUSCAN y del sistema INFRUSCAN.

El módulo FRUSCAN, formado por un sistema de cámaras de alta definición, permite el análisis de la fruta tras la visión de la superficie de la misma en 360°, obteniendo la selección de la misma en parámetros tales como diámetro, color y calidad externa.

La posibilidad de adaptar la velocidad de rotación de la fruta en función de las

características propias de cada producto durante el análisis de la misma por las cámaras de visión, da como resultado una extraordinaria valoración del color, y además una selección del producto en función de la detección de defecto externo extremadamente resolutive. La calidad de las imágenes obtenidas y la potencia del sistema, permite la detección de defectos apenas apreciables para la vista, además de la detección de problemas evolutivos que pueden suponer reclamaciones por parte del cliente final.

En lo que se refiere al módulo INFRUSCAN, se trata de un módulo que ofrece al cliente la posibilidad de analizar diferentes parámetros relacionados con la calidad interna de la fruta o la veridura que se pretenda seleccionar. Es el complemento a la tecnología FRUSCAN

que permite a nuestros clientes ofrecer a sus clientes finales el producto en las condiciones de comercialización que están demandando.

Tanto la tecnología FRUSCAN como la INFRUSCAN, están en continuo desarrollo y son notables los avances que estamos obteniendo en la interacción de ambos sistemas con el objetivo de obtener parámetros de selección que garanticen la calidad del producto que están ofreciendo nuestros clientes, y que a su vez permitan la llegada a los lineales, de productos en condiciones óptimas para el consumo. Trabajamos en entornos muy exigentes, donde la globalización y las diferentes normativas obligan a nuestros clientes a disponer de herramientas que les permitan aproximarse al tan perseguido “ready to eat”.

VF. ¿Cuál es el tipo de cliente al que se dirige Reemoon? ¿Cuál es la versatilidad de la compañía para adaptar su oferta a las diferentes necesidades y tipologías de clientes dentro del mundo hortofrutícola?

RSS. Reemoon no hace distinción entre sus clientes en función de su tamaño. Reemoon es una empresa que pretende crecer y afianzar su posición en aquellos mercados en los que se implante, a través de contribuir al crecimiento de sus clientes.

Desde Reemoon se consolida la colaboración estrecha con las empresas a través del aporte de soluciones tecnológicas que se ajusten a lo que el cliente necesita, que les permitan alcanzar sus objetivos mejorando sus procesos y manteniendo la calidad de sus productos, y que las soluciones surjan a través de la colaboración y de la participación estrecha de los clientes en el proyecto que se pretenda desarrollar.

La empresa gracias a la reciente inauguración de su nueva planta de producción en China de 110.000 m², ha incrementado de forma significativa su capacidad de producción, por lo que la compañía es capaz de dar respuesta a los diferentes proyectos que llegan desde aquellos países en los que la marca está presente.

Por otra parte y respecto a la capacidad de la empresa de adaptar su oferta, como hemos comentado anteriormente, un aspecto destacable de la estrategia de internacionalización de Reemoon es el de adaptar su filosofía de empresa a las características o particularidades de cada mercado en los que estamos presentes. La llegada a los diferentes países creando equipos de profesionales locales que conocen perfectamente el mercado objetivo, apoyado por la inversión en infraestructura y medios que permitan no sólo el desarrollo y la implantación de los proyectos, sino también la asistencia postventa de proximidad y el seguimiento a través de técnicos locales propios, es una estrategia de implantación que claramente permite a Reemoon y por extensión a Reemoon Sorting Spain, dar respuesta de forma inmediata y personalizada a cada uno de los proyectos en los cuales estamos participando.



Las tecnologías FRUSCAN y INFRUSCAN están en continuo desarrollo y su interacción está obteniendo avances notables. / REEMOON SORTING SPAIN

Agrocultivos

Sequía y tormentas provocan pérdidas de 173 millones en el campo murciano

Las lluvias torrenciales y el granizo han afectado a una superficie de 19.000 hectáreas

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La sequía y las tormentas de mayo y junio han provocado pérdidas en el campo murciano que ascienden a 173 millones de euros. El balance de los daños producidos por las lluvias torrenciales y las tormentas de granizo desde el 15 de mayo hasta mediados de junio supone unas pérdidas en la Región de alrededor de 103 millones de euros, con una superficie afectada de cerca de 19.000 hectáreas y unas pérdidas de más de 201.000 toneladas. Todo ello, a falta de valorar por los técnicos los daños producidos por la tormenta sufrida el 21 de junio. Una granizada de gran intensidad y con pedriscos que alcanzaron las dimensiones de la palma de la mano, acompañado con abundante lluvia, que llegó a descargar en algunas zonas más de 60 litros por metro cuadrado en unos pocos minutos.

El Gobierno regional de Murcia pondrá a disposición de los agricultores afectados por las intensas lluvias y granizadas del pasado 21 de junio en el noroeste de la Región los tratamientos fitosanitarios adecuados para curar con cicatrizante los cultivos leñosos, para lo que podrán dirigirse a la Oficina Comarcal Agraria de Caravaca de la Cruz.

El consejero en funciones de Agua, Agricultura, Ganadería



El consejero en funciones Antonio Luengo, durante su visita a las zonas afectadas por la lluvia y el granizo del 21 de junio. / CARM

y Pesca visitó la zona más golpeada por las inclemencias meteorológicas. Antonio Luengo anunció que el Ejecutivo regional solicitará al nacional la declaración de zona catastrófica ya que el total de pérdidas entre sequía y tormentas asciende ya a 173 millones de euros, “y el Ejecutivo central no está dando la respuesta urgente que venimos reclamando ni atiende a la petición de una reunión para abordar esta grave situación”.

El Gobierno regional de Murcia pondrá a disposición de los agricultores afectados los tratamientos fitosanitarios adecuados para curar con cicatrizante los cultivos leñosos

El consejero incidió en que muchos de los daños que se vienen produciendo por la sequía o por las lluvias no tienen cobertura en el actual sistema del seguro

agrario, “cuya contratación no es rentable para una parte importante de los productores de la región, especialmente para los cultivos de secano, en los cuales

su rentabilidad es muy baja”. Por eso, volvió a subrayar la necesidad urgente de que el Gobierno central “modifique el modelo actual y lo haga compatible con las necesidades reales de nuestros agricultores y ganaderos”.

INDEMNIZACIONES

Agroseguro ha abonado en los últimos días 5 millones de euros a fructicultores asegurados de la Región de Murcia para compensar los daños sufridos en la última campaña. En concreto, corresponden a siniestros registrados en 11.500 hectáreas aseguradas de variedades tempranas y extratempranas de albaricoque (3,6 millones de euros) y melocotón (1,4 millones de euros), ha señalado la entidad en un comunicado.

Este pago es el primero de los numerosos que se esperan para la actual campaña de fruta en la Región de Murcia, ya que, tras el paso de constantes frentes tormentosos, la estimación de indemnizaciones se eleva en la actualidad hasta los 40 millones de euros. El resto de abonos se realizarán a lo largo de las próximas semanas y meses, tras finalizar las evaluaciones definitivas de daños en el momento de recolección de las variedades, destaca Agroseguro.

La Agrupación Española de Entidades Aseguradoras de los Seguros Agrarios Combinados señala que es importante recordar que durante 2023 los productores asegurados en la Región de Murcia han comunicado siniestro en más de 48.000 hectáreas agrícolas en total, sumando todas las líneas de seguro y riesgos, con especial incidencia de los daños causados por fenómenos meteorológicos y climáticos como el pedrisco, la lluvia y las inundaciones o los efectos de la falta de precipitaciones. La estimación de indemnizaciones se sitúa, a pocos días de cerrar el primer semestre del año, por encima de los 60 millones de euros en total.

COMUNITAT VALENCIANA

El granizo afecta a más de 4.300 hectáreas de cultivo

La Unió estima que las pérdidas ascienden a 4 millones de euros

VF. REDACCIÓN.

La Unió Llauradora ha informado de que las tormentas del pasado 21 de junio, coincidiendo con el inicio del verano, afectaron por la incidencia del pedrisco a unas 4.300 hectáreas de cultivo, principalmente en la comarca de la Ribera Alta y ya con menor grado de intensidad en la Ribera Baixa, la Costera y la Canal de Navarrés. La organización cuantifica las pérdidas, en una primera evaluación de urgencia, en una cantidad que ronda los 4 millones de euros.

Aunque las lluvias se concentraron en la parte central de la Comunitat Valenciana (Hoya de Buñol, La Serranía, Camp de

Túria, Valle de Cofrentes-Ayora, Vall d'Albaida, La Costera, Canal de Navarrés, La Ribera Baixa y La Ribera Alta); el pedrisco únicamente afectó sobre todo a las cuatro últimas comarcas, según los datos recabados por La Unió.

Del número de hectáreas afectadas, la mayor parte se centra en la Ribera Alta con 3.755 ha, lo que supone el 85% de los daños. En la Ribera Baixa hay un 5% de superficie y el resto se encuentra entre la Costera y la Canal de Navarrés.

El principal cultivo perjudicado es el de los cítricos con 2.470 hectáreas y 56% de daños, con unas pérdidas estimadas en más de 1,5 millones de euros. Le sigue

el kaki con 1.660 hectáreas y el 38% de los daños en producciones, con pérdidas cuantificadas en 1,4 millones de euros.

También se ha visto afectada la fruta de verano (principalmente melocotones y en menor medida ciruelos). La cosecha de albaricoques ya estaba prácticamente toda recolectada. Otros frutales con pérdidas son el aguacate, granado y kiwi.

Entre las hortalizas más afectadas están las sandías, melones, calabazas, berenjenas, pimientos, pepinos, etc, es decir, todos los cultivos de verano.

La organización agraria señala que en aquellos lugares donde no afectó el pedrisco, las lluvias



Efectos del granizo. / LA UNIÓN

son muy positivas y sirven para paliar el estrés hídrico en algunos cultivos de secano como las viñas, almendros, olivar y algarrobos, así como para los cultivos de regadío donde permitirá ahorrar en riegos que últimamente estaban aumentando, limpiar los árboles ante la amenaza de posibles plagas y recargar acuíferos y embalses ya bastante mermados. Para la ganadería servirán para

regenerar los pastos y evitar así el aumento de los costes por los piensos para alimentación de los animales.

La Unió solicitará una serie de medidas para compensar los daños de las personas afectadas por el siniestro del 21 de junio, los ocurridos anteriormente y los que puedan originarse este verano. En este sentido reclamará entre otras cosas la concesión de ayudas directas, la agilización de las peritaciones de los campos siniestrados con póliza de seguro, la condonación del IBI de las parcelas cultivadas y construcciones presentes en ellas, la bonificación de las cuotas de la Seguridad Social durante un año y el establecimiento de préstamos con interés subvencionado. Asimismo, solicitará a la Conselleria de Agricultura incrementar en los seguros agrarios la subvención a las personas agricultoras profesionales hasta el máximo permitido por la UE del 70% del recibo de prima con objeto de incrementar los niveles de aseguramiento.

El Tomate Rosa de Barbastro espera una producción de tres millones de kilos

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La campaña intensiva del Tomate Rosa de Barbastro ha comenzado de forma progresiva con unas buenas expectativas. Si todo va bien, este año será la mayor temporada por cifras con cerca de tres millones de kilos, según algunos productores.

El aumento permitirá llegar hasta los 20 millones de kilos de producción en trece años, de 2009 a 2022. En buena medida, este crecimiento se deberá a la empresa Terra Agronómica, del grupo oscense Correas, que ha apostado por ampliar las hectáreas de superficie en los invernaderos donde comenzó el proyecto que le ha convertido en el mayor productor de Tomate Rosa en Aragón.

La denominación Cebolla de Fuentes de Ebro espera 2,5 millones de kilos

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Denominación de Origen Protegida Cebolla de Fuentes de Ebro prevé esta campaña una cosecha similar a la del año pasado, algo más de 2,5 millones de kilos, pese al descenso de la superficie dedicada a este cultivo.

La recolección de esta cebolla dulce, que desde 2010 luce el distintivo de denominación de origen, se iniciará a finales de junio. El presidente de la denominación, Jesús Berdusán, ha declarado que, "si no pasa nada, la campaña se presenta bien", algo superior a la del año pasado en que las altas temperaturas de los meses de verano mermaron la cosecha.

No obstante, si la cosecha no es mayor se debe principalmente al descenso de superficie dedicada al cultivo de cebolla, pues, frente a las 60 hectáreas cultivadas el pasado año, esta campaña ocupa unas 50.

El problema con el que se encuentran los productores es que no encuentran parcelas suficientes para producir todas las cebollas que hubieran querido.

Están obligados a la rotación de cultivos, es decir, si un año cultivan cebollas al año siguiente no pueden hacerlo en ese terreno. Y cuando van a alquilar las tierras a otros propietarios se encuentran con que prefieren esperar a ver si salen alquileres para almendros o para parques de energía solar.

La denominación pone sus expectativas de crecimiento en la transformación de regadíos que se está realizando en Fuentes de Ebro desde mayo de 2019. Entonces se firmó un acuerdo para la ejecución de las obras, con el que se desbloqueaba, después de 25 años de espera, la transformación de 1.800 hectáreas de secano en regadío. En esas tierras es donde la denominación espera que avance la superficie y la producción de Cebolla de Fuentes de Ebro.

Dicha empresa tiene previsto el inicio de la campaña a comienzos de julio y, según las previsiones, será la mayor en su historia por volumen gracias a la ampliación hasta 14 hectáreas de superficie dedicada al cultivo de tomate. Esto lleva consigo la creación de 60 puestos de traba-

jo de temporada, extensivos a la nave que dispone en el Polígono Industrial Valle del Cinca.

La festividad de San Ramón, 21 de junio, es la referencia que marca el inicio de la campaña. Los primeros tomates de esta temporada que salieron a la venta fueron adquiridos de forma



El Tomate Rosa de Barbastro tiene gran aceptación entre los consumidores. / JO

rápida en la plaza y establecimientos de Barbastro, signo inequívoco de la gran aceptación que ha adquirido entre los consumidores.

Antes, el pasado mes de mayo, el Ayuntamiento de Barbastro y

la Asociación para la Producción, Transformación y Comercialización del Tomate Rosa de Barbastro celebraron la Fiesta del Plantero durante la que se repartieron más de 2.000 plantas de tomate.



15 años

Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas

LIVE Connect
IMPACTA 365D · CREA COMUNIDAD · CRECE

Región Invitada

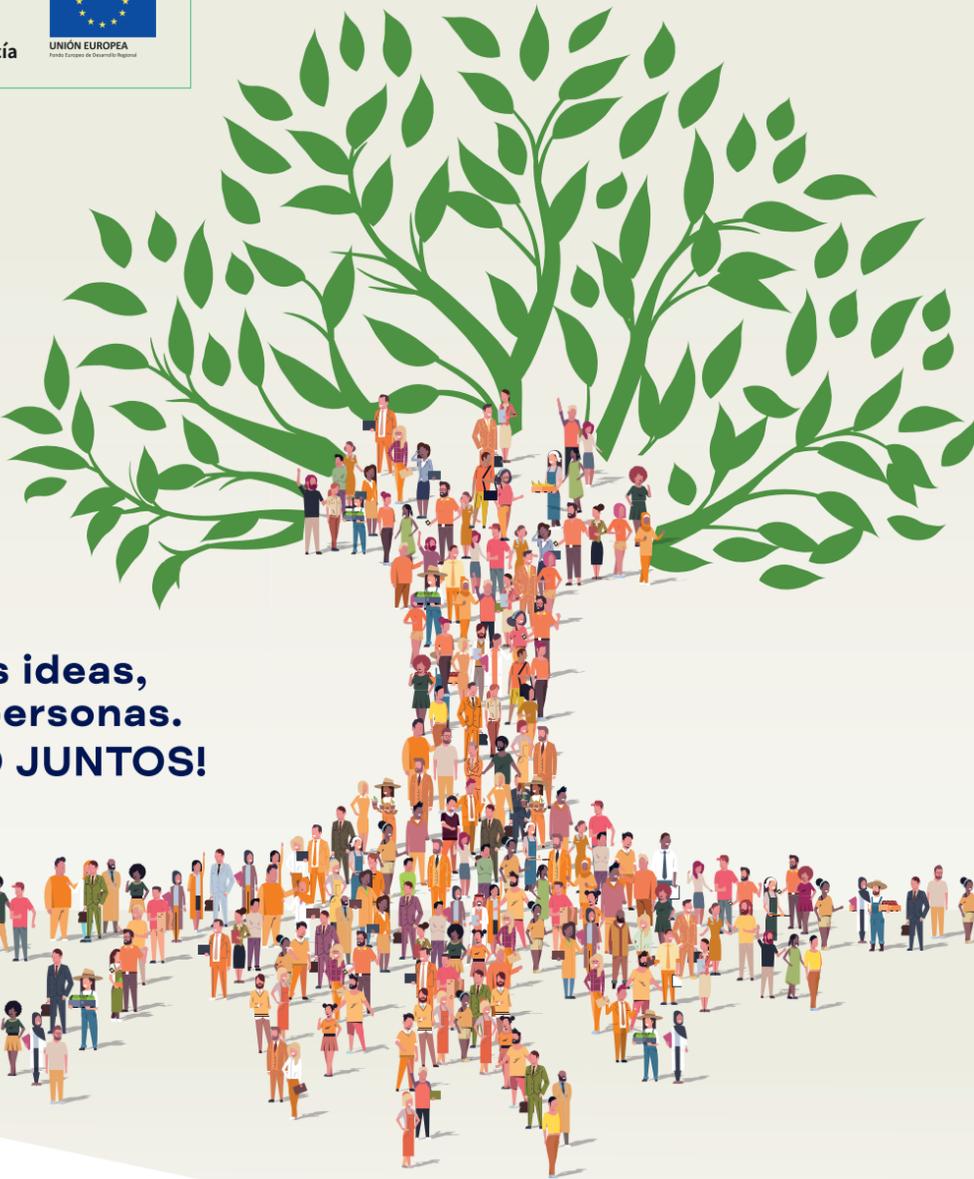


Andalucía se mueve con Europa

gusto del Sur

Junta de Andalucía

UNIÓN EUROPEA



**Conectamos ideas,
negocios y personas.
¡CRECIENDO JUNTOS!**

03-05 Oct

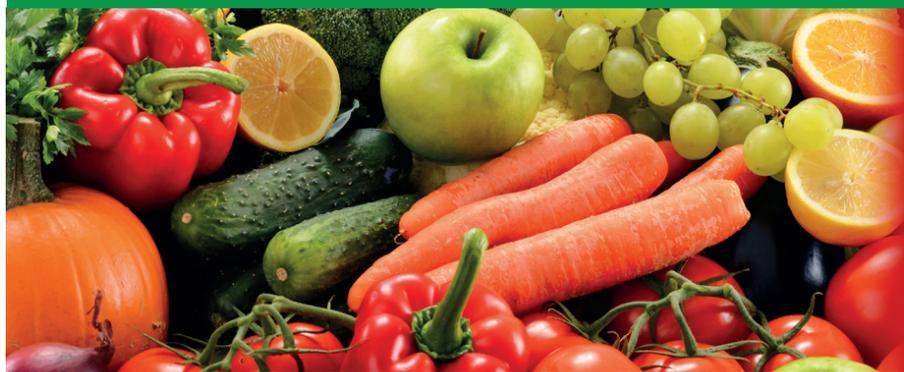
2023

Recinto Ferial
ifema.es



FEPEX

IFEMA MADRID



Países Bajos Bélgica

Información elaborada por Nerea Rodríguez

Los Países Bajos, el principal centro logístico y comercial de frutas y hortalizas del 'viejo continente'

Desde el centro de Europa, domina las importaciones internacionales y controla el 20% de los productos frescos procedentes de países terceros

Los Países Bajos desempeñan un papel clave en el comercio de frutas y hortalizas frescas. Desde el centro de Europa, domina las importaciones internacionales siendo actualmente el principal centro logístico y comercial de frutas y hortalizas del 'viejo continente'. Alrededor del 20% de los productos frescos procedentes de países terceros llega a Europa a través de los Países Bajos.

El valor total de exportación de frutas y hortalizas frescas de los Países Bajos es igual a su valor total de importación y producción. Esto significa que la mayoría de los productos frescos se reexportan y al hacerlo se crea un valor adicional.

Rotterdam alberga el mayor puerto marítimo de Europa con grandes proveedores logísticos que ofrecen una amplia selección de servicios, desde la simple reventa hasta instalaciones de envasado y maduración y pequeña distribución. Así mismo, el aeropuerto de Amsterdam es otra destacada puerta de entrada para el transporte aéreo de frutas y hortalizas.

Aunque el mayor volumen de las importaciones holandesas sigue procediendo de países europeos, en valor comercial los países terceros han superado a los suministros europeos (más de 4.000 millones de euros y 20% del total de las importaciones). Los principales proveedores son Perú y Sudáfrica, con una oferta muy variada; Brasil, con mangos y melones principalmente; y Costa Rica, líder en el comercio del plátano y la piña. En plátano también Panamá y Ecuador están incrementando sus exportaciones en los últimos años a los Países Bajos; y Colombia sigue cosechando éxitos con su exportación de aguacate.

■ POR PRODUCTOS

Tomando como referencia el informe "The Dutch market potential for fresh fruit and vegetables" del consultor hortofrutícola, Piet Schotel, entre los productos que más oportunidades tienen en los Países Bajos, el primero, sin duda, es el aguacate. Después de EEUU, los Países Bajos son el segundo importador y el tercer exportador mundial, sin producir un solo kilo. "Este dato deja claro el papel tan importante que juegan los comercializadores y la logística de país neerlandés en la distribución europea de aguacates", destaca Schotel en su informe.

Según Statistics Netherlands (CBS), los Países Bajos represen-



Rotterdam alberga el mayor puerto marítimo de Europa con grandes proveedores logísticos que ofrecen una amplia selección de servicios, desde la simple reventa hasta instalaciones de envasado y maduración y pequeña distribución. / POR

tan el 63% de las importaciones de aguacates producidos fuera de la Unión Europea. El comercio de aguacates ha evolucionado hasta convertirse en una especialización logística de los importadores holandeses y las empresas de maduración, y son el producto que tiene el mayor valor global de importación de todos los productos frescos que los Países Bajos importan desde países terceros. Perú es el mayor proveedor seguido de Chile y Colombia, junto con Sudáfrica, México o Kenia. La mayoría de los aguacates son reexportados por comercializadores holandeses, principalmente a Alemania, Francia y los países escandinavos.

El plátano es otra de las frutas que tienen a los Países Bajos como su principal puerta de entrada en Europa. Concretamente a Vlissingen y Rotterdam son los puertos especializados en la logística del plátano con empresas logísticas que disponen de instalaciones de almacenamiento y manipulación climatizadas, y con operadores de transporte frigorífico que ofrecen conexiones directas con varios países de Sudamérica. Panamá y Costa Rica encabezan la lista de proveedores de los Países Bajos, seguidos de Ecuador. En los últimos, el país ha reforzado su posición en el comercio del plátano incrementando de forma considerable el valor de las importaciones procedentes de países terceros. "Alrededor del 80% de los plátanos se reexportan, siendo Alemania el primer destino" apunta como dato a destacar el informe de Piet Schotel.

El mayor volumen de las importaciones holandesas sigue procediendo de países europeos, pero en valor comercial los países terceros han superado a los suministros europeos (más de 4.000 millones de euros)

El aguacate es el producto hortofrutícola que más oportunidades tiene en el mercado neerlandés. Tras EEUU, los Países Bajos son el segundo importador y el tercer exportador mundial, sin producir un solo kilo

En uva de mesa, el mercado europeo es un mercado maduro en el que los Países Bajos desempeñan un papel importante en la organización de la disponibilidad durante todo el año, con un control total de las importaciones de contraestación. Durante la temporada europea (julio-noviembre), las uvas italianas, griegas y españolas están disponibles en los lineales de los minoristas neerlandeses. En cuanto esta termina, las importaciones neerlandesas aumentan considerablemente. Debido a la competitividad existente en este mercado de uva de mesa, los países terceros proveedores se suceden rápidamente. Sudáfrica, Perú e India son responsables del 60% del suministro fuera de temporada. El resto de la contraestación está asegurado principalmente por Brasil (principios de temporada), Chile y Egipto (finales de temporada), y Alemania, Polonia y Bélgica son los principales destinos de la uva que pasa por los puertos de los Países Bajos.

Si siguiendo con las frutas tropicales, en mango, los Países Bajos tradicionalmente es un país de tránsito para los mangos procedentes de países terceros. Es responsable de aproximadamente el 30% de las importaciones europeas totales de mango procedentes de países terceros. Brasil y Perú son los principales socios de los importadores neerlandeses de mango, y África occidental completa el suministro durante el verano europeo. Las empresas neerlandesas reexportan el 88% de los mangos a países europeos, con Alemania y Francia a la cabeza.

En el grupo de frutos rojos, los arándanos se han convertido en un producto valioso en el mercado neerlandés de importación, así como en las ventas al por menor nacionales. Las importaciones de bayas están experimentando un fuerte crecimiento. Según el informe The Dutch market potential for fresh fruit and vegetables, "el valor total de las importaciones de bayas de la familia Vaccinium

aumentó de 200 millones de euros en 2016 a 500 millones de euros en 2020".

Perú, Chile y España son los principales proveedores. El mercado del arándano es un mercado para productores experimentados que pueden competir con excelentes producciones y manipulación del producto. Precisamente, "la oferta de calidad ha generado una demanda creciente en toda Europa, y parte de esta demanda la satisfacen los comercializadores de arándanos y las oficinas de venta integradas en los Países Bajos".

■ EL CONSUMIDOR NEERLANDÉS

Los consumidores neerlandeses suelen comprar frutas y hortalizas frescas buscando una buena relación calidad-precio. Otra de las particularidades es su fuerte preferencia a los productos de conveniencia. Junto con el Reino Unido, los Países Bajos son uno de los países más desarrollados en comida precocinada. El consumidor neerlandés elige cada vez más la opción rápida y fácil, como los pack de comida, la fruta recién cortada y madurada. Esta preferencia ha hecho que la IV Gama sea un segmento en crecimiento, aunque limitado a mango, piña, melón y manzana. En el caso del mango y el aguacate, la maduración y el envasado listo para el consumo han experimentado un importante desarrollo.

En cuanto a la exigencia de calidad y expectativas de los productos frescos, estas son muy altas en los Países Bajos, pero también es un mercado rentable y competitivo. Los consumidores neerlandeses dan mucha importancia a la relación calidad-precio. "Por ello, los supermercados suelen dar más importancia a una larga vida útil y a un producto atractivo que a un sabor perfecto".

Los consumidores neerlandeses también dan importancia a la sostenibilidad tanto en la producción como en la logística. "Una de las iniciativas neerlandesas para hacer sostenibles las importaciones de frutas y hortalizas es la Iniciativa para la Sostenibilidad de las Frutas y Hortalizas (SIFAV). La nueva estrategia para 2025 se centra claramente en la reducción de la huella medioambiental en toda la cadena de suministro, la mejora de las condiciones laborales, los salarios y los ingresos, y el refuerzo de los informes de actividad debida y la transparencia", explica el consultor Piet Schotel.

Por último, la creciente atención por los productos sanos y sostenibles ha disparado el crecimiento de las frutas y hortalizas ecológicas desde el año 2020 entre los consumidores neerlandeses. Se prevé que las ventas de productos ecológicos sigan creciendo pero a un ritmo más lento que en los demás países del norte de Europa. En los Países Bajos, el precio sigue siendo un factor importante en las decisiones de compra. El 65% de los consumidores compraría más alimentos ecológicos si los precios fueran más bajos.

España ocupa el sexto puesto en exportación mientras que como importador es el cuarto

En 2022, el valor de las exportaciones neerlandesas a países de la UE creció un 17,2%, una cifra similar de las exportaciones a países no pertenecientes a la UE (un 17,1%), según se desprende del informe "Wageningen Economic Research Rapport 2023", elaborado por Wageningen University & Research.

Desde el Brexit, el Reino Unido es un socio comercial fuera de la UE. Las exportaciones al Reino Unido aumentaron un 14% en 2022, algo menos que en el total de las exportaciones agrícolas (17%). Este país sigue siendo el cuarto destino de las exportaciones agrícolas neerlandesas en 2022, al igual que en 2021, con casi un 8% de cuota.

Los tres primeros también se mantienen sin cambios, con Alemania (29 600 millones de euros o 24% del total), Bélgica (12% de cuota) y Francia (8,5% de cuota), respectivamente.

De acuerdo a los datos del informe de la Wageningen University & Research, los 10 principales destinos de las exportaciones neerlandesas representan el 71,2% del total de las exportaciones agrícolas en 2022, ligeramente menos que en 2021 (71,9%). Después de los cuatro principales destinos tradicionales, siguen Italia, España, China, Polonia, EEUU y Suecia. Reino Unido, China y EEUU son los únicos países no pertenecientes a la UE que figuran entre los diez primeros a este respecto.

Las exportaciones agrícolas a España (un 25%) y EEUU (un 24%) fueron las que más crecieron, mientras que el crecimiento de las exportaciones a China (un 13%) y a Polonia (un 12%) fue algo menor. Como resultado, España es ahora el sexto destino más importante de las exportaciones agrícolas, frente al séptimo en 2021. Esto se produce a expensas de China (de seis a siete). Suecia es el nuevo número diez, en sustitución de Dinamarca.

Los cinco países con mayor crecimiento en términos de valor absoluto de las exportaciones son países de la UE: Alemania (+3.400 millones de euros), Bélgica (+2.300 millones de euros), Francia (+1.700 millones de euros), Reino Unido (+1.100 millones de euros) y España (+0.800 millones de euros). En conjunto, los cinco países representan el 52% del crecimiento total de las exportaciones agrícolas neerlandesas.

En las exportaciones a los países vecinos y a España, el mayor crecimiento absoluto corresponde a las exportaciones de productos lácteos/huevos, seguidas de las grasas naturales/aceites. Entre las exportaciones a Alemania, las de carne y bebidas también crecieron significativamente en valor. En las exportaciones a Francia, el mayor crecimiento corresponde también a las exportaciones de productos lácteos/huevos, pero seguidas por las de carne y bebidas.

Las exportaciones agrícolas al Reino Unido registraron



Las exportaciones agrícolas a España (un 25%) y EEUU (un 24%) fueron las que más crecieron en 2022. / TONY TATI®

¿Cuál es el destino y origen del comercio neerlandés de productos agrícolas?

La cuota del 69,7% de la UE en el total de las exportaciones se mantiene sin cambios entre 2021 y 2022

el mayor crecimiento absoluto en las exportaciones de carne y hortalizas.

■ LAS CIFRAS EN IMPORTACIÓN

El crecimiento de las importaciones procedentes de países de la UE se estima en un 20% y el de las procedentes de países no pertenecientes a la UE en un 29% para 2022 en comparación con 2021. Como resultado, la cuota de la UE en las importaciones agrícolas totales ha disminuido del 58,8% en 2021 al 57,1% en 2022.

Los 10 principales países de origen de las importaciones agrícolas para los Países Bajos

Alemania, Bélgica, Francia, Reino Unido e Italia encabezan el ranking de los principales mercados de las exportaciones agroalimentarias de los Países Bajos

en 2022 consisten en seis países de la UE (Alemania, Bélgica, Francia, España, Polonia e Italia) y cuatro países no pertenecientes a la UE: Brasil, Estados Unidos, Reino Unido y China. Son los mismos países que en 2021, a excepción de China.

Este país ha pasado del puesto 13 al 10 (en detrimento de Indonesia). Además, Brasil (del puesto cinco al cuatro) y España

han intercambiado posiciones. Brasil es también el principal proveedor de productos agrícolas de fuera de la UE este año. Lo mismo ocurre con la UE en su conjunto. De hecho, la UE se abastece de productos agrícolas de Brasil por más valor que del Reino Unido. De todos los países de la UE, Holanda es el mayor importador de productos agrícolas de Brasil. Se trata sobre

El crecimiento de las importaciones desde países de la UE se estima en un 20%

todo de soja, pero también de harina de soja, carne, fruta y zumo de fruta.

El crecimiento de las importaciones agrícolas en 2022 se estima en 16.800 millones de euros; de este crecimiento, el 43% procederá de los mayores productores absolutos: Alemania, Bélgica, Brasil, Francia y China. Las grasas/aceites naturales desempeñan aquí un papel destacado, debido al gran aumento de los precios de estos productos.

Entre los cinco países mencionados, salvo Brasil, estos productos encabezan el crecimiento del valor de las importaciones. Los productos lácteos/huevos y las bebidas también desempeñan un papel importante en el crecimiento de las importaciones procedentes de los países vecinos.

En el aumento de las importaciones procedentes de Brasil también son importantes los residuos de la industria alimentaria y los piensos para animales; las importaciones de carne de Brasil también aumentaron mucho en valor.

En el caso de Francia, el aumento del valor de las importaciones se debe principalmente a los cereales.

Las importaciones de productos agrícolas procedentes de China aumentaron mucho en 2022 (un 70%), pero se trata de un aumento absoluto mucho menor que en el caso de Alemania (+2.500 millones de euros). En el caso de China, se trata de un crecimiento absoluto de 935.000 millones de euros, lo que sitúa a este país en quinto lugar, justo por detrás de Brasil y Francia. Las grasas/aceites naturales y los residuos de la industria alimentaria/alimentos para el ganado explican conjuntamente más de la mitad del crecimiento de las importaciones agrícolas procedentes de China.

En el lado negativo se encuentran Ucrania y Rusia. En el caso de Ucrania, se trata de un fuerte descenso de 533 millones de euros (-33%) en un año, y en el de Rusia, de un ligero descenso (11 millones de euros o -3%).



MOVIMIENTO RESPONSABLE DE MERCANCÍAS

Grupaje diario internacional



Enjoy with us

ITALIA
FRANCIA
BÉLGICA
HOLANDA

www.molbo.es

+34 96 164 31 40

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 5 al 11 de junio de 2023, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante. (Últimos precios recibidos).

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	4,50
Fuerte.....	1,50
Albaricoque Galta Roja.....	1,94
Moniqui.....	2,03
Breva Colar.....	8,85
Cereza Burlat.....	3,00
Picota.....	1,80
Chirimoya Fina de Jete.....	2,34
Ciruela Golden Japan y Songold.....	1,32
Santa Rosa.....	0,55
Reina Claudia.....	1,15
Coco en Seco.....	0,95
Dátil Deglet Nour.....	5,55
Medjoul.....	9,50
Frambuesa Otras Variedades.....	10,50
Fresón Ventana.....	1,00
Granada Mollar Elche.....	3,29
Kaki Rojo Brillante o Persimon.....	1,00
Kiwi Pulpa Verde.....	2,50
Kiwigold.....	4,50
Lima Persian.....	2,09
Limón Verna.....	0,74
Fino o Primaflori.....	0,77
Mandarina Fortuna.....	0,45
Ortanique.....	0,50
Otras Variedades.....	2,02
Mango Tommy Atkins.....	2,30
Manzana Fuji.....	1,55
Golden.....	1,30
Granny Smith.....	1,75
Otras Variedades.....	1,50
Pink Lady.....	2,10
Royal Gala.....	1,27
Melocotón Meryll Franciscano	
o Fresquilla o Pavia.....	1,38
Baby Gold.....	1,27
Meryll y Elegant Lady.....	2,00
Melón Piel de Sapo.....	0,45
Amarillo.....	0,57
Galia.....	0,68
Mora.....	15,00
Naranja Lane Late.....	0,77
Salustiana.....	1,25
Valencia Late.....	1,10
Nectarina Carne Blanca.....	2,54
Carne Amarilla.....	1,21
Níspero Algerie o Argelino.....	2,75
Nuez.....	4,41
Papaya o Papayón.....	2,08
Grupo Solo y Sunrise.....	2,80
Paraguay Ufo 4.....	1,44
Pera Agua o Blanquilla.....	2,60
Conferencia.....	1,50
Ercolini / Morettini.....	3,00
Otras Variedades.....	1,63
Piña Golden Sweet.....	1,50
Pitahaya Amarilla.....	6,60
Plátano Americano o Banana.....	0,90
De Canarias 1ª.....	1,05
De Canarias 2ª.....	0,59
Extra.....	1,26
Pomelo Rojo.....	1,49
Amarillo.....	1,53
Resto de Frutas.....	1,50
Sandía Con Semillas.....	0,72
Sin Semilla.....	1,00
Uva Red Globe.....	2,86
Sin Semilla Blanca.....	4,20
Blanca Otras Variedades.....	3,80
Negra Otras Variedades.....	3,59
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas.....	0,60
Hojas Rizadas Lyon.....	0,75
Ajo Blanco.....	2,74
Morado.....	2,41
Tierno o Ajete.....	2,50
Alcachofa.....	
Blanca de Tudela.....	2,37
Apio Verde.....	0,80

Berenjena Morada.....	1,06
Boniato o Batata.....	1,60
Brocoli o Brócoli o Brecol.....	1,50
Calabacín Verde.....	0,60
Blanco.....	0,65
Calabaza De Verano.....	1,00
Otras Variedades.....	2,09
Cardo.....	0,80
Cebolla Tierna.....	2,40
Blanca Dulce.....	1,40
Grano de Oro.....	0,83
Morada.....	1,09
Chirivía.....	1,00
Col de Hojas Lisas.....	0,50
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,60
Repollo de Hojas Rizadas.....	1,25
Otras Variedades.....	0,25
Coliflor.....	1,50
Espinaca.....	0,80
Jengibre.....	4,13
Judía Verde Fina.....	3,47
Verde Perona.....	3,21
Otras Variedades.....	8,00
Lechuga.....	
Cogollo.....	2,25
Hoja de Roble.....	1,00
Iceberg.....	1,00
Romana.....	0,50
Lollo Rosso.....	1,00
Nabo.....	0,80
Similares.....	0,45
Perejil.....	0,60
Pepino Corto o Tipo Español.....	0,40
Alpicoz.....	1,00
Pimiento.....	
Rojo Lamuyo.....	1,50
Verde Italiano.....	1,21
Otras Variedades.....	1,30
Puerro.....	1,00
Resto de Hortalizas.....	0,60
Tomate Daniela / Long Life / Royesta.....	0,50
Asurcado Verde Raf.....	1,69
Liso Rojo Pera.....	0,80
Otras Variedades.....	1,00
Liso Rojo Rama.....	0,86
Verde Mazarrón.....	0,90
Muchamiel.....	2,07
Zanahoria Nantesa.....	0,90
PATATAS	Euros/kg
Blanca Agría (Granel).....	1,05
Blanca Monalisa (Granel).....	0,85
Blanca Otras Variedades (Granel).....	2,25
Blanca Spunta (Granel).....	1,00
Blanca Spunta (Confec).....	1,15
Roja Otras Variedades (Confec).....	2,40
Roja Red Pontiac (Confec).....	0,85
Mercabarna	
Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 22 de junio de 2023, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.	
FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	1,20
Aguacate.....	2,50
Almendra.....	7,00
Pomelo.....	1,50
Avellana.....	6,50
Kaki.....	2,00
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	3,50
Cerezas.....	5,00
Cocos.....	1,10
Membrillo.....	1,00
Dátiles.....	3,40
Feijoa.....	8,00
Higo.....	4,00
Higos Chumbos.....	2,20
Frambuesa.....	1,00
Grosellas.....	10,00
Kiwis.....	3,00
Lichis.....	12,50
Lima.....	1,05
Limón.....	1,00
Fresa.....	2,80
Fresón.....	3,50
Granada.....	2,50

Mandarina Clementina.....	1,80
Satsuma.....	2,10
Otras.....	2,60
Mangos.....	2,50
Maracuyá.....	8,00
Melón Galia.....	1,00
Amarillo.....	0,65
Piel de Sapo.....	1,00
Otros.....	0,80
Moras.....	16,50
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca.....	1,20
Amarilla.....	1,20
Níspero.....	3,50
Nueces.....	2,00
Olivas.....	1,80
Papayas.....	3,00
Pera Blanquilla.....	1,40
Verano.....	2,50
Invierno.....	2,10
Temprana.....	1,10
Piña.....	1,40
Pitahaya.....	8,50
Plátanos Canario.....	1,60
Importación.....	1,00
Manzana Bicolor.....	1,60
Amarilla.....	1,20
Verde.....	1,50
Roja.....	1,60
Otras.....	1,40
Melocotón Amarillo.....	1,60
Rojo Pulpa Blanca.....	1,20
Rojo Pulpa Amarilla.....	1,20
Ciruela.....	1,20
Uva Blanca.....	2,00
Negra.....	2,50
Rambután.....	12,50
Sandía con semilla.....	0,40
Sin semilla.....	0,65
Naranja.....	1,40
Chirimoya.....	3,00
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	0,40
Redonda.....	1,10
Ajo Seco.....	3,00
Tierno.....	0,70
Apio.....	0,90
Acelgas.....	0,60
Batata.....	1,30
Borrajá.....	1,00
Brócoli.....	0,90
Brécol.....	1,80
Calçots.....	0,11
Calabaza.....	1,00
Calabacín.....	0,30
Cardo.....	1,10
Alcachofa.....	2,00
Cebolla Seca.....	0,80
Figueras.....	1,60
Tierna.....	0,90
Pepino.....	0,30
Col Repollo.....	0,70
Bruselas.....	1,60
Lombarda.....	0,50
China.....	0,70
Coliflor.....	1,10
Pomelo.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,70
Larga.....	0,90
Otras.....	0,70
Endivia.....	1,35
Escarola.....	0,70
Espárragos Blancos.....	12,00
Verdes.....	5,50
Espinaca.....	0,70
Haba.....	1,00
Hinojo.....	1,00
Perejil.....	0,40
Judía Bobi.....	2,50
Perona.....	1,50
Fina.....	1,80
Otras.....	3,50
Nabo.....	0,80
Zanahoria.....	0,80
Patata Blanca.....	0,85
Temprana.....	0,80
Roja.....	0,90

Pimiento Lamuyo.....	1,30
Verde.....	1,10
Rojo.....	1,50
Guisante.....	2,50
Puerro.....	1,15
Rábano.....	0,40
Remolacha.....	0,70
Tomate Maduro.....	0,50
Verde.....	0,80
Chirivía.....	1,00
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola.....	6,50
Rovellón-Niscallo.....	8,00
Champiñón.....	2,10
Otras Setas.....	10,00
Maíz.....	0,95
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 20 al 23 de junio de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	2,80-2,70
Cerezas.....	5,50-5,25
Fresones.....	6,75-6,40
Melocotones Rojos.....	1,70-1,65
Melón Piel de Sapo.....	0,80
Nectarinas.....	1,80-1,50
Pera Sanjuanera.....	3,00
Sandías.....	0,70-0,70
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga.....	0,50
Berenjenas.....	0,90
Calabacines.....	0,70-0,65
Cebolla.....	0,95
Judías Verdes Perona.....	3,00-2,90
Patatas Primor.....	0,85
Pimientos Verdes.....	1,60-1,70
Tomate Maduro.....	0,70
Tomate Verde.....	0,90

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 12 al 18 de junio de 2023. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	3,34
Albaricoque.....	2,20
Almendra.....	8,52
Cereza / Picota.....	4,07
Ciruela.....	1,94
Dátil.....	5,48
Fresa / Fresón.....	2,98
Breva.....	5,21
Kaki.....	4,00
Kiwi / Zespri.....	3,24
Lima.....	2,11
Limón.....	1,07
Mandarina Clementina / Fortuna /	
Nadorcott.....	2,61
Mango.....	3,06
Manzanas O.V.....	2,55
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,67
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,58
Royal Gala / Cardinale.....	1,62
Starking / Red Chief / Glostes /	
Galaxia.....	1,74
Granny Smith.....	1,82
Pink Lady.....	2,33
Melocotón / Baby Gool.....	1,98
Melón / Galia / Coca.....	0,72
Naranja Navel.....	1,71
Navel Late / Nanelate / Lanelate... 1,67	
Late / Miaknight.....	1,10
Nectarina.....	1,80
Nuez.....	4,02
Papaya.....	2,20
Paraguay.....	1,67
Pera Conferencia / Decana.....	2,11
Ercolini / Etrusca.....	2,93
Castell o San Juan.....	2,30

Piña.....	1,42
Plátano.....	1,49
Banana.....	0,95
Pomelo / Rubi Start.....	1,60
Sandía.....	0,57
Uva.....	3,19
Otros Frutos Secos.....	13,28
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	1,04
Ajo Seco.....	2,77
Tierno o Ajete.....	12,50
Alcachofa.....	2,33
Apio.....	1,24
Berenjena.....	0,82
Boniato / Batata.....	1,80
Brócoli / Brecol.....	1,65
Calabacín.....	0,77
Calabaza / Marrueco.....	1,09
Cebolla / Chalota.....	1,03
Cebolleta.....	0,99
Champiñón.....	2,45
Col Repollo.....	0,62
Lombarda.....	0,95
China.....	1,35
Coliflor / Romanescu.....	1,06
Endivia.....	2,40
Espárrago Verde.....	4,95
Espinaca.....	1,81
Guisante.....	1,91
Judía Verde Fina (Brasileña).....	3,21
Boby / Kora / Striki.....	1,50
Perona / Elda / Sabinal / Emerite... 2,53	
Lechuga O.V.....	0,72
Cogollo.....	2,30
Iceberg.....	1,04
Maíz.....	2,70
Pepino.....	0,59
Perejil.....	1,53
Pimiento Verde.....	0,96
Rojo (Asar).....	2,15
Puerro.....	1,61
Rábano / Rabanilla.....	2,00
Remolacha.....	2,27
Seta.....	3,40
Tomate O.V.....	0,91
Cherry.....	2,95
Daniela.....	0,79
Zanahoria.....	1,02
Hierbabuena.....	2,00
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana.....	0,92

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 20 al 23 de junio de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	2,00
Cerezas.....	3,93
Fresones.....	3,13
Melocotones Rojos.....	1,63
Melón Piel de Sapo.....	1,05
Nectarinas.....	1,64
Nísperos.....	5,00
Pera Sanjuanera.....	3,08
Sandías.....	0,41
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga.....	0,75
Berenjenas.....	0,81
Calabacines.....	0,76
Cebolla.....	0,75
Judías Verdes Perona.....	2,94
Patatas Calidad.....	0,95
Pimientos Verdes.....	1,17
Tomate Verde.....	1,13

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 19 al 23 de junio de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	7,95
Otras Variedades.....	5,45
Albaricoque Moniqui.....	2,70
Otras Variedades.....	2,71

MERCADOS NACIONALES

Cereza Picota.....	8,13
Ciruela Otras Familia Black.....	2,75
Golden Japan y Songold.....	2,71
Santa Rosa.....	3,45
Claudia.....	1,65
Coco Otras Variedades.....	0,95
Dátil Deglet Nou.....	4,45
Fresa.....	7,95
Fresón Otras Variedades.....	9,95
Granada Otras Variedades.....	3,45
Guayaba Otras Variedades.....	2,70
Higo Chumbo.....	1,45
Breva Colar.....	7,95
Kiwi Kiwigold.....	5,70
Pulpa Verde.....	4,08
Limón Fino o Primafiori.....	0,99
Otras Variedades.....	1,14
Verna.....	0,97
Mandarina Clemenlate.....	3,00
Ortanique.....	3,78
Manga Kent.....	6,05
Mango Tommy Atkins.....	1,75
Manzanas Fuji.....	1,95
Golden.....	2,00
Royal Gala.....	2,09
Staking o Similares.....	1,93
Otras Variedades.....	1,60
Granny Smith.....	1,80
Melocotón Merrill y Elegant Lady.....	3,45
Baby Gold.....	3,45
Melón Piel de Sapo.....	1,22
Otras Variedades.....	1,35
Galia.....	1,70
Amarillo.....	1,15
Naranja Valencia Late.....	1,75
Navelina.....	1,55
Nectarina Carne Blanca.....	2,65
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,68
Papayón (2-3 kg/ud).....	1,60
Paraguay OTRAS Variedades.....	2,91
Pera Conferencia.....	2,27
Piña Golden Sweet.....	4,95
Plátanos Canarias Primera.....	1,20
Canarias Segunda.....	0,85
Canarias Extra.....	1,45
Pomelo Rojo.....	1,90
Amarillo.....	1,10
Sandía Sin Semilla.....	0,77
Con Semilla.....	0,70
Uva Red Globe, Roja.....	2,99
Blanca Otras Variedades.....	3,71
Negra Otras Variedades.....	3,45
Zapote.....	3,15
Resto de frutas.....	1,30
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga de Hojas Rizadas Lyon.....	2,75
Ajo Blanco.....	3,25
Tierno o Ajete.....	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95
Apio Verde.....	1,80
Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada.....	0,98
Berros.....	1,95
Boniato o Batata.....	1,55
Brócoli, Brecol o Brócoli.....	1,73
Calabacín Blanco.....	1,02
Verde.....	0,63
Calabaza De Invierno.....	1,00
De Verano.....	0,97
Cebolla Grano Oro o Valenciana.....	1,15
Morada.....	1,29
Recas o Similares.....	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna.....	0,95
Col China o Pekinensis.....	1,75
Lombarda o Repollo Rojo.....	1,19
Repollo Hojas Rizadas.....	0,64
De Bruselas.....	3,95
Coliflor.....	1,54
Endivia.....	0,95
Escarola Rizada o Frisée.....	0,81
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Espinacas.....	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Roja.....	2,50
Hinojo.....	2,45
Judía Verde Bobby.....	3,08
Verde Otras Variedades.....	6,02
Elda.....	4,95
Lechuga Otras Variedades.....	0,30
Romana.....	0,35
Maíz o Millo.....	0,82
Pepino Corto o Tipo Español.....	0,75
Largo o Tipo Holandés.....	0,94
Perejil.....	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	1,75
Roja Lamuyo.....	1,78
Verde Italiano.....	2,46
Verde Padrón.....	2,64
Otras Variedades.....	0,96
Puerro.....	1,17
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.....	0,97
Liso Rojo Canario.....	0,85
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	1,15
Jengibre.....	2,25
Ñame o Yame.....	3,85
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	0,95
Hortalizas IV Gama.....	5,50
Resto Hortalizas.....	0,80
PATATAS (Granel) Euros/kg	
Blanca, Otras Variedades.....	1,41
Blanca Spunta.....	1,75
Otras Variedades.....	1,15
Roja Otras Variedades.....	1,42

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 20 al 23 de junio de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Albaricoques.....	2,13-0,93
Cerezas.....	5,00-4,60
Fresones.....	2,60-2,80
Melocotones Rojos.....	1,50-1,40
Melón Piel de Sapo.....	0,90-0,78
Nectarinas.....	2,12-1,51
Nísperos.....	4,00
Pera Sanjuanera.....	2,00
Sandías.....	0,71-0,60
HORTALIZAS Euros/kg	
Lechuga.....	0,52
Berenjenas.....	0,68-0,69
Calabacines.....	0,78-0,60
Cebolla.....	0,86-0,80
Judías Verdes Perona.....	3,00-1,50
Patatas Calidad.....	0,81-0,79
Primor.....	1,00
Pimientos Verdes.....	0,86-0,91
Tomate Maduro.....	0,86-0,73
Verde.....	0,87-0,83

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 20 al 23 de junio de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Albaricoques.....	2,25-2,00
Cereza.....	4,00-3,50
Fresones.....	3,00
Melocotones Rojos.....	1,00
Melón Piel de Sapo.....	0,70-0,90
Nectarinas.....	1,50-1,75
Nísperos.....	2,00
Pera Sanjuanera.....	2,25
Sandías.....	0,70-0,75
HORTALIZAS Euros/kg	
Lechuga.....	0,60
Berenjenas.....	0,60
Calabacines.....	0,75-0,35
Cebolla.....	0,65-0,60
Judía Verde.....	3,00
Patatas Calidad.....	0,60
Primor.....	0,70
Pimientos Verdes.....	1,00-1,20
Tomate Maduro.....	0,40
Verde.....	0,90-0,75

Generalitat Catalunya

Evolución semanal de precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas y hortalizas de la semana 24, del 12 al 18 de junio de 2023, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

HORTALIZAS Euros/kg	
Tarragona	
Acelga.....	0,35
Calabacín.....	0,40
Habas.....	1,23
Puerro.....	0,90
Tomate.....	0,45
El Llobregat	
Acelga.....	0,80
Calabacín.....	0,80
Cebolla Tierna.....	0,85
Pepinos.....	0,70
Lechuga Romana.....	0,60
Espinacas.....	0,65
Zanahoria.....	0,95
Tomate híbrido.....	1,00
El Maresme	
Apio.....	0,55

Acelga.....	0,60
Calabacín.....	0,70
Cebolla Tierna.....	0,75
Tomate Cherry.....	0,50
Lechuga Romana.....	0,60
Lechuga Hoja Roble.....	0,60
Espinaca.....	0,60
Perejil.....	0,40
Judía Tierna Perona.....	3,50
Zanahoria.....	0,65
Puerro.....	1,00
Tomate Híbrida.....	1,00

FRUTAS Euros/kg	
Mercolleida	
Manzana Golden I 65+.....	0,70
Verde Americana 75+.....	0,68
Fuji 70+ / 75+.....	0,65
Pera Conferencia 60+.....	0,80
Albaricoque A 67-73.....	1,50

(Las semanas corresponden a los días que se fijan los precios, independientemente de su vigencia)

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 16 de junio de 2023, comercializados en el Mercado Mayorista de Frutas y Verduras, Mercovasa.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacate.....	1,45
Melocotón.....	0,95
Nectarina.....	0,85
Limón.....	0,90
Manzana Golden.....	0,85
HORTALIZAS Euros/kg	
Judía.....	1,50
Guindilla.....	0,75
Pimiento Verde Italiano.....	1,00
Pimiento Padrón.....	0,75
Boniato Rojo.....	0,85
OTROS Euros/kg	
Almendra.....	14,00
Dátil Seco.....	4,00
Nuez California.....	1,40

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 15 de junio de 2023. Información de EFEAGRO.

CEREALES Euros/Tm	
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª.....	350,00
Rama campo 2ª.....	S/C
AVENA	
Avena.....	
Blanca.....	S/C
Rubia.....	S/C
Forraje Avena.....	200,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada.....	
Pienso -62 kg/hl.....	S/C
Pienso +62 kg/hl.....	S/C
CENTENO	
Centeno.....	S/C
GIRASOL	
Pipa.....	
Alto Oléico.....	S/C
Pipa de Girasol.....	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero.....	250,00
PAJA	
Paja Empacada.....	110,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo.....	
Duro Proté=13%.....	S/C
Duro Proté=12%.....	S/C
Extensible Chamorro.....	S/C
Forrajero.....	250,00
Gran Fuerza w 300.....	350,00
Media Fuerza w -300.....	340,00
Panificable.....	S/C
Triticales.....	S/C
LEGUMINOSAS	
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 20 de junio 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES Euros/Tm	
ALFALFA	
Harina de Alfalfa.....	320,00
CEBADA	
Importación.....	242,00
Nacional P.E. (62-64).....	240,00
CENTENO	
Centeno.....	S/C
COLZA	
Importación 34/36%.....	380,00

Ailimpo. Coyuntura mercado de limón y pomelo

Resumen informativo de la coyuntura de mercado del limón y pomelo en España facilitada por Ailimpo-Consejería de Agricultura de Murcia, durante el periodo comprendido del 12 al 18 de mayo de 2023. Precios origen. Semana 24/2023.

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): 0,45-0,55 €/Kg

Final de la campaña de Verna. El mercado europeo continúa en su transición hacia los limones de ultramar, con una campaña de Verna ya en su terminación. El mercado en mayo y junio ha dado señales de demanda muy floja con una caída notable de la exportación española en torno al 20% por lo que será interesante monitorear el comportamiento del consumidor este verano. Aunque las llegadas de África del Sur han experimentado las últimas 3 semanas un sube y baja como consecuencia de las lluvias en origen, la campaña de exportación comenzó antes de lo previsto con volúmenes inéditos en Europa. Por otra parte, Argentina sigue sin ritmo alegre en el mercado de la UE debido al aumento de los costes que están reduciendo la rentabilidad del origen y le impiden competir con RSA. Como resultado, los volúmenes argentinos representan un porcentaje muy bajo en comparación con Sudáfrica. A estas alturas de junio la mayoría de los programas de venta se orientan claramente hacia el hemisferio sur coincidiendo con el fin de los Vernas y facilitando una transición ordenada.

POMELO

Mercado de pomelo lento donde a pesar de la reducción voluntaria del potencial de exportación sudafricano, las cuestiones logísticas han provocado un aumento de las llegadas de pomelos a Europa que cuesta digerir a ritmo adecuado. En paralelo la demanda no está alegre, cuestión normal en estas fechas del año. La situación se ve perjudicada por la ligera presión en el mercado mayorista sobre todo en Holanda, que es el principal receptor de las llegadas europeas.

GARROFA	
Harina.....	340,00
Troceada.....	350,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha.....	306,00
GIRASOL	
Importación 34%.....	325,00
Semillas de Girasol.....	405,00
Importación 28/3.....	270,00
MAÍZ	
DDGs de.....	
Maíz Importación.....	350,00
Importación.....	243,00
Importación CE.....	254,00
MIJO	
Importación.....	650,00
SOJA	
Harina.....	
Soja Import. 47%.....	495,00
Harina.....	
Soja Nacional 47%.....	500,00
Aceite Crudo de Soja.....	1.049,00
Salvados de Soja.....	235,00
SORGO	
Importación.....	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos.....	245,00
Forrajero.....	264,00
Panificable, mín. 11.....	274,00
Triticales.....	S/C
FRUTOS SECOS Euros/Tm	
ALMENDRAS	
Común 14 mm.....	5.950,00
Largueta 12/13 mm.....	6.750,00
Largueta 13/14 mm.....	7.550,00
Marcona 14/16 mm.....	11.750,00
Marcona 16 mm.....	11.950,00
AVELLANA	
Negreta en grano.....	7.300,00
PIÑÓN	
Castilla.....	44.000,00
Cataluña.....	43.500,00
LEGUMBRES Euros/Tm	
GUISANTE	
Forrajero.....	290,00
Forrajero.....	
Importación.....	S/C
ACEITE	
Palmiste.....	
Importación.....	220,00
Crudo.....	
de Palma.....	970,00

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 13 de junio de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES Euros/Tm	
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	S/C
Grupo 2.....	S/C
Grupo 3.....	S/C

Grupo 4.....	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo 1.....	S/C
Grupo 2.....	S/C
Grupo 3.....	S/C
Grupo 4.....	S/C
Grupo 5.....	S/C
OTROS PRODUCTOS	
Tricale.....	S/C
Cebada.....	S/C
Avena.....	S/C
Maíz.....	S/C
Sorgo.....	S/C
Habas.....	S/C
Guisantes.....	S/O
Girasol Alto Oleico.....	455,00
Girasol.....	435,00
Colza.....	S/O
Nota: Sin definición de precios por incertidumbre en las calidades. Próxima sesión 27 de junio de 2023.	
Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 13 de junio de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.	
ALMENDRAS Euros/Tm	
Floración Tardía Monovarietal.....	3,80
Soleta.....	3,80
Belona.....	S/O
Guara.....	S/O
Antoñeta.....	S/O
Constantí.....	S/O
Comuna Tradicional.....	3,45
Ecológica.....	S/O
Nota: Escasas operaciones. Próxima sesión 4 de julio de 2023.	

Lonja de Murcia

Información de los precios de las almenbras, del 22 de junio de 2023. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidador, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS Euros/kg	
Comuna.....	3,70
Largueta.....	5,35
Marcona.....	7,30
Ferragnes.....	3,90
Garrigues.....	4,64
Guara.....	3,75
Ramillete.....	4,64
Ecológica.....	5,81

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 21 de junio de 2023, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES Euros/Tm	
Trigo Pienso.....	S/C
Cebada.....	S/C

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 24, del 12 al 18 de junio 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>		
LIMÓN VERNA		
Limón Verna	0,45-0,55	Alicante
FRUTAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Ciruela Tipo Black	0,70-1,78	Valencia
Breva	2,86	Alicante
Melocotón Temprano	0,50	Valencia
Paraguay	0,40-0,45	Valencia
Nectarina Amarilla	0,55-0,65	Valencia
Blanca	0,60-0,65	Valencia
Sandía Sin Semillas	0,21-0,35	Alicante
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Apio Verde	0,30-0,47	Alicante
Berenjena Rayada	0,54-0,56	Alicante
Rayada	0,53-0,75	Valencia
Negra	0,44-0,50	Valencia
Boniato Rojo	1,11	Alicante
Blanco	1,00	Castellón

Calabacín	0,24-0,28	Alicante
Calabacín	0,35-0,40	Castellón
Calabacín	0,35-0,62	Valencia
Blanco	0,43-0,45	Castellón
Cebolla Spring	0,46-0,57	Valencia
Babosa	0,64-0,80	Castellón
Col Lombarda	0,28-0,30	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,08-0,33	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,46-0,65	Castellón
Judía Blanca	4,00-5,10	Castellón
Roja	2,98-3,00	Castellón
Roja	1,76-2,46	Valencia
Verdes Perona	2,13-2,25	Castellón
Verde Herradura	3,50	Castellón
Verde Boby	1,89-2,80	Alicante
Lechuga Romana	0,18-0,43	Castellón
Trocadero	0,41-0,63	Alicante
Maravilla	0,33-0,51	Castellón
Patata Blanca	0,47-0,59	Alicante
Blanca	0,50-0,85	Castellón
Blanca	0,46-0,57	Valencia

Roja	0,45-0,57	Castellón
Pepino Blanco	0,20-0,25	Alicante
Blanco	0,43-0,51	Castellón
Pimiento California Rojo	0,80-1,29	Alicante
California Amarillo	0,60-0,80	Alicante
California Verde	0,60-1,11	Alicante
Dulce Italia	0,61-0,91	Alicante
Dulce Italia	0,65-1,00	Castellón
Dulce Italia	0,62-0,88	Valencia
Lamuyo Rojo	0,50-1,49	Alicante
Lamuyo Rojo	2,50	Castellón
Lamuyo Verde	0,40-1,33	Alicante
Lamuyo Verde	1,80	Castellón
Industria	0,30-0,50	Alicante
Tomate		
Valenciano	0,85-1,48	Castellón
Valenciano	0,70-1,30	Valencia
Acostillado	0,85-1,13	Alicante
Pera	0,65-0,85	Castellón
Pera	0,53-1,00	Valencia
Redondo Liso	0,60-0,90	Castellón

Redondo Liso	0,53-1,06	Valencia
Daniela	0,70-0,75	Alicante
Zanahoria	0,22	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS	Euros/Kg	Zona
Comuna	3,36-3,46	Alicante
Largueta	4,86-4,96	Alicante
Marcona	6,66-6,76	Alicante
Planeta	3,51-3,61	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
ACEITE	Euros/Kg	Zona
Oliva Lampante >2°	5,00-5,90	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	6,00	Castellón
Oliva Virgen Extra	5,15-6,30	Castellón
Garrofa Entera	0,40-0,50	Castellón
MIEL	Euros/Kg	Zona
De Azahar	3,50-3,70	Castellón
De Milflores	3,00-3,20	Castellón
De Romero	4,50-5,00	Castellón

TriticaleS/C
CentenoS/C
AvenaS/C
Maíz244,00
FORRAJES	Euros/Kg
Alfafa --	
Paquete Rama430,00
Paquete Deshidratado430,00
Paja 1ª (Cebada)120,00
Veza	
Forraje de 1ª370,00
Forraje300,00

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 19 de junio de 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALMENDRA	
Guara3,45
Comuna	
Ecológica5,60
Pelona2,40
Belona4,55
Constantí4,60
Vairo3,40
Lauranne3,40
Común3,30
Largueta4,80
Marcona6,55
PIÑÓN	
Alameda44,00
Castilla44,00
AVELLANA	Euros/Libra
San Giovanni1,67
Tonda1,78
Corriente1,79
Negreta2,05

Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados hoy en la Lonja de Segovia del día 22 de junio de 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALFAFA	
Alfafa	
Empacada275,00
AVENA	
Avena245,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada232,00
CENTENO	
Centeno225,00
COLZA	
ColzaS/C
GIRASOL	
Girasol385,00
PAJA	
Paja Empacada120,00
TRIGO	
Trigo Nacional247,00

Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 19 de junio de 2023. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO	
Blando265,00
Cebada	
P. E. (+64)248,00
Avena259,00
Centeno243,00

Tricale257,00
Maíz (14°)254,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
GuisantesS/C
Garbanzo	
PedrosillanoS/C
Lenteja ArmuñaS/C
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44)S/C
Girasol (Alto Oleico)S/C
ColzaS/C
FORRAJES	Euros/Tm
Forrajes (Avena)280,00
Forraje de Primera260,00
Alfafa	
Empacada400,00
Veza (Henificada)325,00
Paja Paquete PequeñoS/C
Paja Paquete Grande119,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 20 de junio de 2023. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1S/O
Grupo 2S/O
Grupo 3S/O
Grupo 4S/O
Grupo 5S/O
Pienso Importación254,00
TRIGO DURO	
Grupo 1S/O
Grupo 2S/O
Grupo 3S/O
Grupo 4S/O
Triticale NacionalS/O
ImportaciónS/O
Avena	
Importación290,00
NacionalS/O
Cebada	
Igual y más de 64S/O
Menos de 64450,00
Importación Origen Puerto240,00
Maíz	
Importación origen Puerto250,00
NacionalS/O
Habas	
NacionalS/O
Importación444,00
Guisantes NacionalS/O
Importación325,00
Girasol Alto oleico +80%455,00
Convencional435,00
Colza390,00
Próxima sesión el 20 de junio de 2023.	

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 23 de junio de 2023. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2022-2023).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero270,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl236,00
Pienso -62 kg/Hl228,00
AVENA	
Rubia245,00
Pienso245,00
TRIGO	

Duro Pr>12S/C
Pienso +72 Kg/HlS/C
Fuerza +300w +14 prS/CO
Fuerza -300 +12,5 prS/C
Panificable	
Pr>11, W<200S/C
ChamorroS/C
TriticaleS/C
CentenoS/C
Guisante305,00
YerosS/C
Garbanzo	
sin limpiarS/C
VezaS/C
Alfafa 1ªS/C
Paja 1ªS/CO
NOTA: Ya más avanzada la cosecha, dan comienzo las primeras cotizaciones de cebadas, avenas y guisantes, con los valores reflejados en la tabla. Repite el maíz su precio.	
Próxima reunión el 30 de junio de 2023.	

Lonja de Valencia

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 22 de junio de 2023.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible ValenciaS/C
J. Sendra,	
disp. ValenciaS/C
Monsianell,	
disp. ValenciaS/C
Fonsa,	
disp. ValenciaS/C
Guadamar,	
disp. ValenciaS/C
Furia,	
disp. ValenciaS/C
Gladío y Tahibonnet,	
disp. ValenciaS/C
Sirio, disp. ValenciaS/C
PuntalS/C
Bomba,	
disp. ValenciaS/C
Precios según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado,	
disp. Valencia1.050,00-1.100,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disp. Valencia1.200,00-1.260,00
Guadamar Extra,	
disp. Valencia1.300,00-1.370,00
Largo Índica,	
disp. Valencia1.100,00-1.200,00
Precios por tonelada a granel.	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia300,00-305,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia480,00-500,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia520,00-550,00
CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Maíz Importación,	
disp. Puerto ValenciaS/C
Maíz Nacional,	
destino Valencia280,00
Cebada	
Nacional, dest. Val.S/O
ImportaciónS/C
Avena Rubia,	
dest. ValenciaS/O
Blanca, dest. ValenciaS/O

Guisantes Importación,	
dest. Valencia310,00
Veza ImportaciónSin operaciones
Semilla Algodón,	
destino Valencia482,00-485,00
Trigo Pienso Nacional,	
Tipo 1S/C
Tipo 2S/C
Tipo 3S/C
Tipo 4S/C
Tipo 5S/C
Trigo importaciónS/C
Precios por tonelada a granel.	
TURTOS Y HARINAS Euros/Tm	
Soja 47% baja proteína,	
disponible Tarragona506,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Cartagena235,00
Cascarilla de Avena,	
disponible Valencia125,00
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida320,00-330,00
14% prot., Aragón/Lérida380,00-420,00
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona270,00-271,00
disponible Andalucía290,00-291,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona325,00-326,00
Palmiste,	
disp. Valencia235,00-236,00
Harina de Colza, dest. Valencia360,00
Gluten Feed,	
disp. Valencia295,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia360,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona306,00-307,00
Import. disp. Andalucía310,00-311,00
Pulpa Seca de NaranjaS/C
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia263,00
Hojas, destino Valencia370,00
Tercerillas, destino ValenciaS/C
Precios por tonelada a granel.	
GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm	
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona ValenciaSin operaciones
Zona AlicanteSin operaciones
Zona CastellónSin operaciones
Zona TarragonaSin operaciones
Zona MurciaSin operaciones
Zona IbizaSin operaciones
Zona MallorcaSin operaciones
Precios tonelada a granel s/rendimientos	
Troceada Integral,	
disp. orig.Sin operaciones
Troceada sin Harina	
disponible origenSin operaciones
Troceado Fino,	
disp. origenSin operaciones
Garrofin,	
disp. origenCasi sin operaciones
LEGUMBRES Euros/Tm	
Disponible origen	
ALUBIAS	
Redonda MantecaS/C
Pintas	
Granberry2.100,00
Michigan1.600,00
Canellini	
Argentina 170/1001.800,00
Blackeyes1.850,00

Negras1.500,00
Garrofin2.750,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/462.050,00
Nuevos 34/362.800,00
Nuevos 50/52	
(tipo café americano)S/C
LENTEJAS	
USA Regulars1.700,00
Laird Canadá1.600,00
Nacionales 6/7 mmS/C
Nacionales 7/9 mmS/C
Stone1.400,00
Pardina Americana1.700,00
Precios por tonelada, mercancía envasada.	
FRUTOS SECOS Euros/Tm	
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11,	
disponible origen2.600,00
Chino 11/13,	
disponible origen2.500,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Jumbo Americano 38/42	</

MERCADOS NACIONALES

Cebada Pienso..... 23,00
Tricale..... 24,10
El tiempo inestable de los últimos días de la semana ha provocado el parón de las cosechadoras que apenas habían comenzado la labor en Rioja Media y Rioja Baja, a la espera de que el tiempo mejore y se reduzca la humedad del grano hasta su grado óptimo de recolección. La sequía sufrida en los meses anteriores ha adelantado el ciclo del trigo, cuya cosecha también ha comenzado, junto con la de las cebadas tempranas, en algún municipio de Rioja Baja. Como es costumbre, el final de campaña viene acompañada de una escasa actividad comercial, por lo que se deja de poner precios hasta que comience la comercialización de la nueva campaña.

CHAMPIÑÓN Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón 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
Shii-Take granel.....	5,00

Con la mayoría de los productores de champiñón terminando esta campaña, ya se están preparando para abordar la siguiente, donde uno de los principales problemas con los que se van a encontrar va a ser la escasez de paja originada por los efectos de la sequía de esta primavera, lo que va a provocar un incremento en el precio del compost y, por tanto, en los costes de producción, así como una reducción de la producción de champiñón. Una semana más, los precios se mantienen estables.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla.....	0,90
Verde.....	0,60
Borraja.....	0,75
Lechuga Rizada.....	2,55
Repollo Hoja Rizada.....	0,30
Coliflor.....	11,20
Brócoli.....	0,70
Cebolleta.....	0,60
Alubia Verde Fresco.....	2,50
Pocha.....	4,00
Calabacín.....	0,45
Tomate 1ª.....	0,60
Tomata.....	0,40
Tomate Pera.....	0,50
Pepino Corto.....	0,40
Pimiento Verde Cristal.....	1,90
Pimiento Verde Italiano.....	1,00

Continúa la cosecha del guisante verde para industria, sin anotar incidencias negativas pese a las tormentas sufridas en estos días, alcanzando el 50% de la superficie recogida. Respecto a la demanda de hortalizas, el consumo se mantiene flojo y cualquier incremento en la oferta provoca una bajada en los precios de los productos, tal como muestra la tabilla en cultivos como la lechuga, el tomate o el repollo.

FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO PERA	
Industria.....	0,08
GRUPO MANZANA	
Golden 70+.....	0,75
Manzana Industria.....	0,10
GRUPO CEREZA	
24-26 mm.....	1,35
26-28 mm.....	1,75
28-30 mm.....	2,75
>30 mm.....	3,60

Esta semana aparece en la tabilla el precio para los primeros albaricoques recogidos en la zona de Rioja Baja, mientras se da por finalizada la campaña de fruta de pepita. Continúa la recolección de cereza en el municipio de Quel y alrededores sin incidentes, donde ha caído alguna tormenta, pero sin granizo, por lo que el fruto que está entrando en los almacenes mantiene una excelente calidad.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRA	
Común.....	0,65
Largueta.....	1,11
Marcona.....	1,46
Floración tardía.....	1,22
Ecológica.....	1,31

Las lluvias que han caído durante estos días seguro que han sido bien recibidas para los almendros que se encuentran en seco.

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 12 al 18 de junio de 2023.

CEREALES

■ **De invierno:** **Cádiz:** En la comarca de la **Sierra** ha habido parcelas afectadas por granizo y también zonas con plantas encamadas. Los rendimientos hasta el momento están siendo bajos, la vitrosidad ha bajado tras las lluvias y el peso específico y la proteína dan parámetros de calidad muy bajos. En la zona de la comarca de **la Janda, en Naveros**, se están cosechando los **trigos duros** con unos rendimientos aproximados de 2.400 kg/ha. Por la misma zona, las parcelas de **avena** se están cosechando con unos rendimientos de aproximadamente unos 750 kg/ha. **Córdoba:** La recolección de los **cereales de invierno** está generalizada en la provincia, pero hasta esta semana la humedad no ha permitido trabajar a pleno rendimiento. En las parcelas cosechadas para grano los rendimientos son bajos y con baja calidad comercial, ya que se han unido las escasas precipitaciones y las altas temperaturas de marzo y abril a las no habituales lluvias y bajas temperaturas de las últimas semanas de mayo y primeras de junio, cuando el grano estaba terminado. Han comenzado las labores de empacado de paja. **Granada:** En las comarcas de **La Vega, Alhama, Montefrío e Iznalloz**, se han recolectado algunas parcelas. En zonas dónde se han podido aplicar riegos, las parcelas de **trigos y cebadas** estaban algo mejor. Debido a los fuertes vientos se observa un buen número de parcelas encamadas. En las parcelas de secano, las que no se han segado para heno presentan espigas pequeñas y granos sin alcanzar el peso específico necesario. La vitrosidad en el **trigo duro** sí presenta valores más altos. **Huelva:** Después de las lluvias de la semana anterior han continuado las faenas de recolección rematando las labores. Hasta el momento se están obteniendo los siguientes rendimientos, en **trigo duro** unos 900-1.400 kg/ha, en trigo blando 900-1.300 kg/ha, en **cebada cervecera** 900-1.100 kg/ha, en **cebada caballero** 700-1.000 kg/ha y en **triticales** 800-1.200 kg/ha. En las fincas recolectadas se siguen realizando faenas de empacado y retirada de éstas del campo para su almacenaje. **Jaén:** En la comarca **La Loma y El Condado**, se han recogido parcelas dejando zonas para su valoración por el perito del seguro, debido a los malos rendimientos. Los datos hasta el momento son de unos 1.000 kg/ha en los **trigos blandos**. En los **trigos duros** se esperan menos kilos. Las **cebadas** también están dando unos rendimientos entre 900-1100 kg/ha. **Málaga:** Cada vez son más las parcelas recolectadas de **cereal** en la provincia. Después de las precipitaciones se ha retomado la actividad de cosechado y empacado. Se estima que se ha segado para heno un 30-40% de la superficie para grano. Los rendimientos en la **comarca Norte**, secano, de **Campillos** hacia **Ronda** están siendo muy bajos, en la **cebada cervecera** unos 300 kg/ha, **triticales** unos 600 kg/ha y la **avena** unos 400-500 kg/ha. **Sevilla:** Con el tiempo seco y caluroso se ha reanudado la recolección de los **cereales de invierno**, que se encuentra muy avanzada en la provincia. Las últimas lluvias caídas han afectado de forma negativa a la calidad del grano en las parcelas que no se habían cosechado. El peso específico del grano y la vitrosidad, en el caso del **trigo duro**, están resultando bajos en muchos casos, lo que unido a los problemas por la proliferación de hongos que genera la humedad va a complicar la comercialización de muchas partidas. ■ **De primavera:** **Sevilla:** Las pocas parcelas que hay este año de **arroz** se ven favorecidas por la elevación de las temperaturas y, en la mayoría de los casos, se está iniciando el ahijado.

LEGUMINOSAS

Córdoba: Los **garbanzos** han tenido un desarrollo irregular según zonas, con parcelas secando las vainas y frutos maduros y otras en fase de desarrollo de vainas y engorde del grano. Debido a las lluvias de las últimas semanas la hierba está invadiendo el cultivo en algunas parcelas. **Huelva:** Se recolectan las primeras parcelas de **garbanzo**. Los **guisantes** se han recogido en muchas parcelas, con datos de rendimientos de sobre unos 500-700 kg/ha. Las **habas** se han recogido con 300-500 kg/ha de producción. Se obtienen malas producciones en las plantaciones de altramuz. **Málaga:** Los **garbanzos** se espera que no se sieguen o que den pocos kilos. Los **guisantes** están saliendo sobre 250-500 kg, siendo ésta última casos excepcionales de tierras frescas y que les haya caído alguna precipitación a lo largo del ciclo. Las **habas** también están dando pocos kilos. **Sevilla:** Los **garbanzos** se encuentran madurando el fruto, amarilleando las hojas de los más atrasados y en recolección los más adelantados en las comarcas de la **Campaña y Estepa**.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

Sevilla: Tras la **patata temprana** y sin interrupción, se ha iniciado esta semana la campaña de recolección de la **patata** de media estación, con buena demanda y precios sostenidos.

CULTIVOS INDUSTRIALES

Con la apertura esta semana de la industria azucarera del **Guadalete** se inicia la campaña de recolección de la **remolacha azucarera**. En la mayoría de los casos, este cultivo puede verse en **Sevilla** con entre el 90 y el 100% del tamaño final de raíz estimado, en **Cádiz**, se muestra algo más atrasado, con el BBCH 46-49 (60-90 % tamaño raíz estimado). El estado fenológico predominante del **tomate de industria** en **Cádiz** es el BBCH 51-59 (Aparición del órgano floral) y el más adelantado es el BBCH 71-79 (Engorde del fruto). La superficie del cultivo en la provincia de **Cádiz** ha aumentado en los dos últimos años dada la reducción en zonas de **Sevilla** por la falta de riego. Se prevé que gasten en torno a 3.900 m3/ha, no es lo ideal pero dará para llevar el cultivo hasta el mes de agosto. En **Sevilla**, se observa la fructificación, engorde y virado de color del tomate de industria. Las lluvias han mejorado mucho el aspecto de las parcelas de **girasol**, aunque en muchas fincas ya estaba la floración finalizada y comenzando el engorde de semillas. Se observa disparidad en el estado fenológico, presentando escaso desarrollo de tallo y densidad del cultivo en las siembras tempranas, mientras que se aprecia mejor aspecto y desarrollo en muchas de las parcelas de siembra más tardía. Las parcelas más adelantadas están comenzando la maduración de plantas y amarilleando y perdiendo las hojas liguladas. Las lluvias le han venido bien al cultivo del **algodón**, que se encontraba en fase de nascencia con un terreno muy seco y hace un mes con pocas posibilidades de progresar. En **Sevilla**, principal productor de **algodón** de nuestra comunidad, el estado fenológico dominante es el de desarrollo vegetativo, aunque se ven parcelas con medio metro de altura, cerrando los lomos y mostrando los primeros botones y otras, sembradas a finales de mayo, apenas desplegando las primeras hojas. Se aplican regabinas y escardas.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** En los cultivos protegidos del **Poniente Almeriense**, la mayoría de los invernaderos están sin cultivo, realizando labores de limpieza, desinfección o solarización, preparando las instalaciones para el próximo cultivo. Sobre los cultivos de primavera, en **melón y sandía** se ha terminado prácticamente la campaña, quedan algunas plantaciones de **calabacín y berenjena** en recolección. En los semilleros, ha aumentado el volumen de las siembras de **pimientos**, para las plantaciones más tempranas. En los invernaderos de la **Comarca de Níjar-Bajo Andarax**, la mayoría de los invernaderos están sin cultivo, realizando labores de limpieza, desinfección o solarización, preparando las instalaciones para el próximo cultivo. Sobre los cultivos de primavera, en **melón y sandía** se ha terminado prácticamente la campaña, quedan algunas plantaciones de **calabacín, berenjena** y muy pocas de **pepino** en recolección. También se están recolectando algunas plantaciones de **tomate** de ciclo muy corto en **Níjar**. En los semilleros de la comarca del **Bajo Andarax-Campo de Níjar** están saliendo plantas para otras zonas con ciclos de cultivo muy tempranos, como la comarca del **Poniente**. **Granada:** La situación de los cultivos hortícolas en los invernaderos de **la Costa** está siendo mala en muchas explotaciones, que tienen que vender sus productos por debajo de los costes de producción. Los **pepinos, sandías, melones, tomates Pera, tomates ensalada** e incluso **habichuelas** no están teniendo precios óptimos. La situación climática no ha ayudado, debido a las lluvias caídas se han tenido que pintar muchos techos de invernaderos. En la costa, los invernaderos de **pimientos** están comenzando campaña con unos precios algo mejores que los descritos anteriormente. Los **tomates Cherrys y Rama** también se están defendiendo algo mejor.

Huelva: Fin de campaña adelantado de la **fresa**, debido a la falta de calidad en el producto hacia el final de temporada por problemas de abastecimiento de agua y climatología adversa. Algunos de los resultados de rendimientos por variedades, fechas de plantación y marcos de plantación son los siguientes: **San Andreas** (Septiembre). 75.000 plantas/ Ha. 450-550 gramos/planta; **Rociera** (Octubre). 75.000 plantas/ Ha. 575-675 gramos/planta; **Marisma** (Octubre) 75.000 plantas/ Ha. 500-550 gramos/planta; **Red Saira** (Octubre) Septiembre. 75.000 plantas/ Ha. 400-500 gramos/planta. ■ **Al aire libre:** **Almería:** En la comarca del **Bajo Almanzora**, sigue la recolección de **sandías y melones**, estando aún en fase de engorde y maduración algunas parcelas. **Cádiz:** El estado fenológico dominante esta semana en las plantaciones de **calabacín, sandía y tomate** es el de "Floración-Inicio recolección"; y en las de **melón, pepino y pimiento** el de «Recolección-Final cultivo». **Granada:** En la comarca de **La Vega**, las esparragueras están en crecimiento, con alturas por encima de los 50 cm. La campaña ha estado marcada por los bajos rendimientos y por un comportamiento anómalo debido a las condiciones climáticas, calor, falta de lluvias, entre otras. Se cosechan algunas **alcachofas** y han finalizado los **ajos Spring**. En la comarca de **Alhama**, se recolectan **lechugas Romanas** e **Iceberg**, además de sus tipos minis. La plantación ha sido escalonada, con parcelas en crecimiento y otras recién plantadas. Los **calabacines** están comenzando recolección, plantados en dos hileras y con plantas en floración y cuaje. Los **tomates de pera** se encuentran plantados, variedades como **Mesías, Sargento y Obelix**, se encuentran en floración-cuaje-engorde de los primeros frutos. Las cañas están puestas y las plantas entutoradas. Las **judías verdes** se encuentran entutoradas, en crecimiento, con altura de un metro y algunas en floración. Se recogen **alcachofas** en la zona, con buenos rendimientos. **Sevilla:** Las plantaciones de **sandía temprana** se encuentran en plena campaña de corte. Finalizada la recolección de la **cebolla temprana**, que ha resultado corta de calibre en general, se continúa con la de media estación. Recolectación de las mazorcas de **maíz dulce**. Se produce el desarrollo vegetativo de los **espárragos**.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Córdoba:** Los **almendros** se encuentran en fase de fruto desarrollado, con el endocarpio endurecido en la mayoría de las fincas y en las más adelantadas con el exocarpio cambiando de color. Se observa un buen estado del cultivo, con abundancia de hojas nuevas y sin presencia de plagas y/o enfermedades que destacar. **Granada:** En las explotaciones de regadío las **almendras** alcanzan un buen tamaño. Las de secano se han beneficiado de las lluvias, aunque en algunas zonas el cuaje no había sido bueno. La mayoría de variedades se encuentran con los frutos desarrollados y endureciendo el endocarpio. **Jaén:** El estado fenológico predominante en los **almendros** es el J (Fruto desarrollado). En las comarcas de **La Loma, El Condado y Campiña Norte**, la fenología es la de engorde del fruto. Presenta un desarrollo normal. Se le van a dar dos riegos, cuando Confederación autorice, cada 20 días o un mes. Una de las variedades más empleadas es **Sirora**, con marcos 7x4m y antigüedad de 3 años. **Sevilla:** En las plantaciones de **almendro**, se observa el fruto desarrollado y el endurecimiento del hueso. ■ **Frutos subtropicales:** **Córdoba:** Los **membrillos** se encuentran en fase de engorde de fruto, al 50% del tamaño de cosecha, el cultivo se muestra muy favorecido por la meteorología de las últimas semanas. **Sevilla:** En las plantaciones de **kakis**, los frutos se encuentran en torno al 40% de su tamaño final. Comienza la recolección de las primeras **brevas**. ■ **Frutales de hueso y pepita:** **Málaga:** En la comarca **Centro** se observan parcelas de **aguacates Hass y Bacon** con marco de 6x6m y antigüedad de más de 30 años. El fruto está en fase de engorde. El cuaje no ha sido bueno y se estima una media cosecha este año. La falta de lluvias y riego hasta mayo han provocado que se pierda mucha fruta. Las precipitaciones han sido ligeras pero constantes. Los que han podido regar han dado agua en días alternos pero sólo para que el árbol subsistiera, no para coger cosecha.

CÍTRICOS

Córdoba: La fenología dominante en la mayoría de las zonas **citrícolas** es la I2 (cierre del cáliz) y en las variedades más tempranas J (fruto al 40 % desarrollo). Se realizan labores de poda y desvareto. **Málaga:** La fenología de los **limones Verna** en la comarca **Centro** es la de frutos en fase de maduración. Se están recolectando, los calibres son pequeños y la carga ha sido normal. Una vez recogidas las últimas **naranjas Valencias** la fenología de la nueva campaña es la de frutos en fase de engorde. Se labran las calles en algunas explotaciones y en otras se deja la cubierta. Los riegos están siendo deficitarios a pesar del agua caída. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de los **cítricos** en general es el de cierre del cáliz y fruto al 40% en las variedades tempranas. Finalizada por este año la campaña de recolección. Con el aporte de agua de riego de este año limitado al máximo y el cultivo sufriendo escasez, las lluvias caídas semanas atrás se siguen notando favorablemente en el estado vegetativo de la arboleda.

OLIVAR

Cádiz: El estado fenológico predominante es el H (Endurecimiento del hueso). En la comarca de la **Sierra, zona de Olvera**, los frutos se encuentran en fase de crecimiento de la aceituna con tamaño similar al del hueso de la **aceituna**. Las más adelantadas en las comarcas de **La Janda, y Campiña de Cádiz**, presentan un tamaño de 15-20 mm, y comenzando a endurecer el hueso. El 100% de las explotaciones son de secano y el 50% de las mismas se encuentran en no laboreo. La zona biológica de **Setenil** es la única que están aún en fruto cuajado (G2). **Córdoba:** El estado fenológico dominante en la provincia es el G2 (Fruto cuajado) (64%), seguido de H (Endurecimiento del hueso) (36%). Se realizan labores de control de malas hierbas y de mantenimiento de las cubiertas vegetales. La meteorología de estas últimas cuatro semanas han mejorado el estado de la arboleda, pero presenta poco fruto debido a que el cuajado se hizo, en general, en condiciones muy desfavorables. **Granada:** En las comarcas de **Guadix, Baza, Huéscar, Valle de Lecrín**, se observa la fase de crecimiento de la **aceituna** y comienzo del endurecimiento del hueso. La carga ha tenido mermas de un 20-40% debido a pérdidas en floración. Las lluvias en la zona han caído bien y han sido beneficiosas para la aceituna ya cuajada. Los riegos en comunidades tienen muchas restricciones y poca dotación, como por ejemplo en **Benamaurel** con 400 m3/ha. **Jaén:** En las comarcas de **La Loma y El Condado**, el **olivar** presenta un estado fenológico próximo a endurecimiento del hueso. Como consecuencia de las lluvias habidas en la segunda quincena de mayo y primera de junio, ha habido un aumento del tamaño del fruto. Se está procediendo al desbrozado de la cubierta vegetal. Los riegos ahora están siendo deficitarios, con pozos que tienen poca agua y con tomas de los ríos que van prácticamente sin agua. En zonas de **La Loma, Villacarillo** y limítrofes de **Sierra de Cazorla**, los **olivos** predominantes son **Picuales**, con marcos 10x10m y 12x12m. **Málaga:** En la comarca **Centro** encontramos parcelas de **manzanilla Aloreña** con marcos 10x10m y centenarios. Los frutos se encuentran con un tamaño similar a un **guisante** y engordando. La cosecha se prevé corta. Está faltando el agua de lluvias, la mayoría de explotaciones son de secano. **Sevilla:** La fenología dominante del **olivar** es la de fruto cuajado en las zonas más tardías de las sierras y endurecimiento del hueso en el resto de las comarcas. Las lluvias caídas han mejorado en muchos casos el estado vegetativo de la arboleda, pero el volumen del cuaje en general no ha sido muy positivo y se ve poco fruto en la mayoría de las parcelas.

VIÑEDO

Cádiz: El estado fenológico predominante es L (Cerramiento del racimo). En la comarca **Costa Noroeste y Campiña de Cádiz** observamos el **viñedo** con el racimo cerrado y compacto. Se observa un buen número de los mismos y los granos aumentando de tamaño. Las lluvias han ayudado en estas últimas semanas. Se dieron labores para eliminar malas hierbas. **Huelva:** En las comarcas **Condado Litoral y Condado Campiña**, el cultivo se manifiesta en un estado fenológico de "racimo cerrado" y "engordando" los granos principalmente. **Jaén:** En la comarca de **La Loma** el estado fenológico es el de cerramiento del racimo y engorde de frutos. Se desarrolla en su fecha natural. Las variedades tintas observadas son **Garnacha y Cencibel**.



Imagen de la inauguración de la 8ª edición del Congreso Internacional de Frutos Rojos, que ha contado este año con un gran programa de conferencias técnicas. / RAQUEL FUERTES

El sector de los frutos rojos español se reivindica

Las jornadas del 8º Congreso Internacional de Frutos Rojos sirvieron para poner de relieve el valor de la unión y el trabajo conjunto y destacar la excelencia y la calidad de los productos onubenses

► RAQUEL FUERTES. HUELVA.

La octava edición del Congreso Internacional de Frutos Rojos se convirtió en una plataforma para defender el sector por parte de todas las administraciones y agentes implicados como garante de excelencia y sostenibilidad.

El congreso, celebrado en la Casa Colón de Huelva los días 20 y 21 de junio, contó con la participación de representantes institucionales, expertos e interesantes conferenciantes que se sumaron a la oferta expositiva de más de 60 empresas auxiliares.

Para dar una idea de la relevancia del sector, muy en el punto de mira tras la campaña alemana contra los freseros onubenses, según destacan fuentes oficiales, España es el principal productor de frutos rojos de la Unión Europea y el sexto del mundo. Las exportaciones medias anuales alcanzan un valor superior a los 1.500 millones de euros, lo que convierte al sector en el primer proveedor de frutos rojos del mercado comunitario, un mercado con demanda creciente. Razones más que suficientes para que los representantes del sector, las instituciones y las industrias auxiliares se volcasen en estos dos días en una reivindicación conjunta de los frutos rojos españoles.

■ APERTURA Y ESPACIO EXPOSITIVO

En la inauguración oficial del congreso participaron la consejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la

Junta de Andalucía, Carmen Crespo; la alcaldesa de Huelva, Pilar Miranda, la presidenta de la Diputación, María Eugenia Limón; el presidente de la Caja Rural del Sur, José Luis García-Palacios; y el presidente de Freshuelva, Francisco José Gómez, en un acto que contó también con la presencia de numerosos alcaldes de municipios agrícolas, así como de otros representantes institucionales, políticos, sindicales y empresariales.

Este sector, en el punto de mira tras la campaña alemana contra los freseros onubenses, es el principal productor de frutos rojos de la UE y el sexto del mundo

Luis Planas reafirmó el apoyo del Gobierno de España al sector, destacando los 356 millones de euros invertidos para la mejora de los acuíferos de Doñana

Destacaron las palabras de la consejera de Agricultura quien manifestó la clara intención del Gobierno andaluz de seguir apostando “por una defensa a ultranza del sector de los frutos rojos de Huelva”, y aseguró que al sector “se le defiende actuando y poniendo en marcha acciones concretas”, por lo que reclamó que “ahora debe aprovecharse la presidencia de turno del Consejo de la UE para hacer, entre todos, un lobby europeo de nuestros

productos”. De esta forma, la consejera Carmen Crespo apostó por “repensar nuestra posición en Europa para defender con más fuerza nuestros productos”, e hizo hincapié también en la necesidad de seguir avanzando en las necesarias obras hidráulicas para la provincia de Huelva.

“La clave es estar unidos y actuando para que el consumidor final sepa que los frutos rojos son un producto lleno de excelencia y sostenibilidad”.

Por su parte, el presidente de Freshuelva, Francisco José Gómez, explicó que el sector se enfrenta a retos importantes a través del agua, la mano de obra y la desinfección de suelos, temas sobre los que “Freshuelva ha trabajado y sigue trabajando por mejorar de manera constante”. Además, aseguró que “esta campaña difícil que hemos vivido debe hacernos reflexionar a todos para estar más unidos que nunca”.

Previamente, el empresario y conferenciante Emilio Duró abrió el 8º Congreso Internacional de Frutos Rojos con la conferencia inaugural ‘Viajar por la vida con optimismo, esperanza e ilusión’, en la que hizo una clara reivindicación del optimismo como forma de enfrenarse a la vida con garantías de éxito. “La vida es igual para todo el mundo, lo importante es cómo percibirla”.

Hay que destacar que en el apartado expositivo participaron en esta edición más de 60 empresas auxiliares del sector de los frutos rojos, que exponen sus productos y servicios. La zona de exposición, repartida por los jardines y las instalaciones de Casa Colón, fue un importante punto de intercambio de opiniones, novedades e innovación entre los empresarios del sector, los representantes institucionales y las empresas auxiliares. Algunas de ellas, además, presentaron interesantes conferencias técnicas.

■ CONFERENCIAS TÉCNICAS

Entre las conferencias técnicas hubo espacio para las presentaciones de las empresas Symborg, Brandt, SP Soluciones Agrícolas, Garrigues, Vertech, Agrofresas, Atens, Asfert Global y Molari. La Autoridad Portuaria de Huelva también intervino con la presentación ‘Puerto de Huelva: Nodo logístico Multimodal al servicio del sector de los frutos rojos’, mientras que Interfresa habló sobre ‘Preli 2.0: implantación del nuevo Canal Ético’.

La vertiente técnica del congreso incluyó en la segunda jornada la conferencia impartida por Daniel Buchmüller, el CEO de la empresa PPO Services, compañía suiza que se dedica desde hace 70 años a la venta de frutas y verduras frescas, quien analizó los nuevos mercados internacionales para el sector de los frutos rojos. Buchmüller, aseguró que el “gran impulso experimentado por los frutos rojos en Europa ha sido gracias al sector onubense”, que ha sido vanguardia para todos los mercados y que “ha sabido ofrecer siempre lo que los consumidores europeos han demandado, que no es otra cosa que sabor vida prolongada del producto”.

Las conferencias continuaron con la presentación de la Fundación de la Buena Cultura del Agua y los Regadíos en Huelva, a cargo de su futuro presidente y presidente también de la asociación de Comunidades de Regantes de Huelva (Corehu), Juan Antonio Millán, una entidad que tendrá como objetivo “un nuevo ecologismo y una nueva cultura del agua, basadas en la conciliación del desarrollo agrícola con la sostenibilidad”.

Una de las conferencias divulgativas más aplaudidas fue la del catedrático de Nutrición Deportiva y especialista en Endocrinología y Nutrición y responsable del Departamento Científico de Interfresa, Antonio Escribano, quien en ‘Frutos rojos, fuente de vida’, hizo un repaso por los múltiples beneficios que para la

salud tiene el consumo de fresas, frambuesas, arándanos y moras.

“Sus principales beneficios son dos: su poder antiinflamatorio y sus cualidades como antioxidante”, dijo Escribano, quien aseguró que estos dos elementos son clave para prevenir enfermedades como el cáncer, autoinmunes o problemas cardiovasculares.

Por su parte, los representantes de la consultora LLYC, Carlos Ruiz Mateos y Fernando Moraleda, presentaron un avance de un reportaje audiovisual sobre el sector y analizaron igualmente el ‘Boicot a la fresa: Claves para la gestión reputacional’, en torno a la campaña en contra de la fresa nacida en Alemania.

Los consultores destacaron que ante una situación “descontrolada” como la vivida hace unas semanas, el sector “supo responder de manera rápida y coordinada, consiguiendo revertir los mensajes y ganar apoyos ante las noticias falsas que se estaban extendiendo”.

Finalmente, tuvo lugar una mesa redonda, moderada por el gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, para presentar el proyecto piloto de desaladora como método alternativo para la consecución de agua de riego. En ella, intervinieron el gerente de la Comunidad de Regantes de Palos de la Frontera, Fernando Sánchez; el representante de la Junta Directiva de Freshuelva en la Comisión de Agua, Enrique Molina; y el director técnico de Tempero, Manuel Lahuerta, responsable del proyecto.

Los participantes coincidieron en destacar “la enorme utili-



La Casa Colón de Huelva ha sido un año más —y ya son ocho— el epicentro del sector de frutos rojos. / RAQUEL FUERTES

dad de este proyecto”, para el que ya habría ubicación en su planta piloto, que estaría situada en el Puerto de Huelva. En este sentido, Lahuerta aseguró que las ventajas de la desalación del agua del mar “son innegables, tanto por su coste como por su inmediatez”.

■ CIERRE INSTITUCIONAL

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas participó en la clausura oficial del 8º Congreso Internacional de Frutos Rojos, en un acto en el que también intervinieron la alcaldesa de Huelva, Pilar Miranda; la presidenta de la Diputación, María Eugenia Limón; el delegado territorial de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía

en Huelva, Álvaro Burgos; el director de la Fundación Rural del Sur, Emilio Ponce; y el presidente de Freshuelva, Francisco José Gómez.

En este sentido, el ministro de Agricultura, destacó que el sector de los frutos rojos de Huelva “está en el epicentro de la producción de Europa”, y abogó por la “continua especialización” como clave del éxito futuro en un mercado “cada vez más competitivo”. El ministro destacó el progreso del sector “por el incremento de su producción, de la calidad y de su presencia en los mercados internacionales, hasta convertir las fresas, frambuesas, arándanos y moras en algunos de los productos más señeros de la agroalimentación española”.

Luis Planas, asimismo, reafirmó el apoyo del Gobierno de España al sector; destacando los 356 millones de euros invertidos para la mejora de los acuíferos de Doñana o los 73 millones destinados al desdoble del túnel de San Silvestre y ofreció su apoyo para que el sector apueste por un marchio de calidad que valore la producción de estos alimentos en un entorno natural privilegiado. “Doñana debe ser un activo para el sector, y no un problema”, afirmó, “desde el punto de vista de la sostenibilidad, calidad, biodiversidad y de respeto al medio natural, para que tenga un futuro aún más brillante”.

Por su parte, Pilar Miranda alabó el trabajo del sector “para seguir haciendo de este

congreso un punto de referencia internacional ineludible”, y aseguró que “el tiempo de la crispación ya ha terminado”, por lo que abogó por “el trabajo conjunto entre todas las administraciones y los agricultores para conseguir que el sector siga avanzando”.

La presidenta de la Diputación, María Eugenia Limón, por su parte, pidió “no hacer ni un solo cuestionamiento a los frutos rojos”, un sector que “ha alcanzado niveles altísimos de excelencia por medio del trabajo duro y constante”.

El director de la Caja Rural del Sur, Emilio Ponce, recordó el apoyo de la entidad al congreso de frutos rojos “desde su primera edición”, un evento “que siempre redunda en el beneficio y el crecimiento del sector”. Así, destacó la cita como “una oportunidad siempre aprovechada para la consolidación de nuestros frutos rojos en los mercados internacionales”.

El presidente de Freshuelva, Francisco José Gómez, mostró su agradecimiento a todos los participantes en la octava edición del congreso, “quienes han contribuido a mostrar la fortaleza del sector ante el mundo”. En este sentido, aseguró que la cita que hoy acaba “ha sido todo un éxito del que nos podemos sentir muy orgullosos”.

Todos los representantes institucionales coincidieron en destacar el “éxito” de la octava edición de un congreso que ha vuelto a aglutinar al sector en torno a las principales novedades, retos y trabajos en común para su futura evolución.



Tus aliados naturales y sostenibles en el cultivo de frutos rojos



Bioiberica



8º CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS

IMÁGENES





Fumispore®

Fumispore® vuelve a ocupar su puesto

La combinación [materia activa + sistema de ignición]
(ácido glicólico) (ultradifusión)
que permite alcanzar elevadas eficacias biocidas en
cualquier zona del recinto.

Fumispore® tiene eficacias muy elevadas en desinfección
ambiental, de superficies y de cajones y bins de
recolección. Eficacias que solo se conseguían por mojado
con potentes biocidas como los amonios cuaternarios.

Fumispore® ayuda a prevenir contaminaciones cruzadas y
a controlar podridos de frutas y hortalizas. Teniendo la
misma eficacia frente a las cepas S (sensibles) y las R
(resistentes) a los fungicidas en uso.

DESINFECCIÓN EFICAZ SIN RESIDUOS



@Citrosol_com



CITROSOL

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com

info@citrosol.com



LLEIDA Y VALLE DEL CINCA

Información elaborada por Óscar Ortega

valencia fruits
dossier

Lleida lucha por minimizar los efectos adversos de la sequía

Los diferentes episodios de lluvia en Cataluña durante el mes de junio han sido una buena noticia

La sequía está a la orden del día en las diferentes zonas productoras de frutas y hortalizas del territorio español. Algunos titulares ya publicados en **Valencia Fruits** durante los últimos meses son explícitos: la recolección del ajo nuevo se adelanta unos 15 días debido a la sequía en España, la sequía en Málaga reduce un 35% la producción de fruta de hueso y amenaza a los tropicales, la sequía condiciona la producción de la almendra en España.

■ MEDIDAS DE URGENCIA

Cataluña no se escapa de esta situación. En semanas atrás Afrucat, Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña, había demandado medidas de urgencias para paliar el golpe de la falta de agua y poder salvar ya no parte de la producción de fruta de hueso, sino los árboles frutales para que la afectación fuera la mínima posible en campañas venideras y, en consecuencia socioeconómica, salvar el mayor número de puestos de trabajo directos del campo e indirectos de los sectores auxiliares.

En este sentido, Afrucat ya calculó por allá finales de abril que el cierre del canal de Urgell hará perder en la fruticultura catalana el 58% de la manzana y el 52% de la pera con más de 8.600 hectáreas afectadas por la falta de riego. Según Manel Simon, director general de Afrucat, “las consecuencias directas de estas cifras se traducen en una pérdida de facturación de unos 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 inac-



La lluvia condicionará el desarrollo de la campaña de fruta de hueso a pie de campo. / AFRUCAT

tivas” y añade que “también hay que tener en cuenta el impacto económico sectorial que tendría el cierre por en todo el territorio y para todos los eslabones de la cadena que podría alcanzar los 600 millones de euros”.

Afrucat considera que estas afectaciones climáticas no asegurables lastarían mucho el sector productor catalán y, por este motivo, pedirá a las Administraciones competentes que se solicite autorización a la Unión Europea para habilitar “ayudas de Estado” suficientes para cubrir las pérdidas económicas.

■ EPISODIOS DE LLUVIA

El pasado 22 de mayo en la presentación de la previsión de cosecha de melocotón y nectarina los responsables de Afrucat avisaron que “con independencia de los datos numéricos de la previsión de campaña de melocotón y nectarina, la lluvia condicionará la producción de campaña. En este sentido, la gestión del agua



Las pérdidas del sector ascienden a 164 millones de euros. / IRTA

semana a semana marcará las oscilaciones de las previsiones aunque todo apunta que será a la baja” y anunciaron que “la previsión de cosecha para esta campaña se situaría en un 5% por debajo de la media de los últimos años, es decir, en 413.330 toneladas”.

Una buena noticia han sido los diferentes episodios de lluvia del mes de junio, que aunque no han solventado el problema de la sequía sí ha servido para, al menos, confirmar las dotaciones de riegos de junio y julio y con la expectativa positiva para el mes de agosto y, de esta manera,

Los agricultores demandan medidas de urgencia para paliar el golpe de la falta de agua para regar

El cierre del canal de Urgell hará perder en la fruticultura catalana el 58% de la manzana y el 52% de la pera

que las previsiones de cosecha se cumplan y no sufrir afectaciones por sequía. En clave acciones inmediatas y como comentó Carmel Mòdol, secretario de Alimentación del Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural, en la misma presentación: “hay que tender hacia una gestión detallada del agua”.

■ NUEVA LÍNEA DE AYUDAS

El pasado 15 de junio el Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya propuso una nueva línea de ayudas directas dirigidas al sector de la fruta dulce de semilla y de hueso por la sequía.

En términos generales, la propuesta pasa por que se haga la cosecha en verde y se realice la compensación del volumen de fruta que no haya acabado el ciclo de maduración y, en clave operativa, trabajar en el ámbito técnico para el cálculo de los costes que representarán estas nuevas líneas de ayuda y, en los próximos días, se cerrará el acuerdo con las organizaciones agrarias y se acabará de articular para poder tirar adelante la convocatoria y se puedan comenzar a solicitar las ayudas.

#MotorCooperativo

el impulso
que nos
mueve

www.fruitsponent.com



AgroFresh

We Grow Confidence™

Mayor vida útil en fruta de pepita

SmartFresh™

SmartFresh™: mantenga la firmeza durante el almacenamiento y evite el escaldado superficial en manzanas y peras.

 **Scholar®**

Scholar® 230 SC: controle las enfermedades postcosecha y aumente la vida comercial de su fruta.

 **FreshStart™**

FreshStart™: desinfecte el agua de tratamiento en contacto con sus manzanas.

 **FRESHCLOUD™**
Powered by AgroFresh

FreshCloud™: plataforma digital integrada que monitorea y analiza datos en tiempo real, ayudándole a simplificar las comunicaciones dentro de su operación y en toda la cadena de valor.

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

RESPONSABLE COMERCIAL - NORTE DE ESPAÑA:

Hugo Rodríguez Torres
Tel: 608 092 423
hrodriguez@agrofresh.com

RESPONSABLE COMERCIAL - SUR DE ESPAÑA:

Daniel Fernández Pastrana
Tel: 696 447 137
dpastrana@agrofresh.com

Gregorio Melgar
Tel: 680 232 876
gmelgar@agrofresh.com

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

AgroFresh no emite ninguna declaración ni garantía en cuanto a la integridad o exactitud de cualquier información contenida en este documento. Los términos completos están disponibles en www.agrofresh.com/terms-conditions

©2022 AgroFresh. Reservados todos los derechos. SmartFresh™ es una marca registrada de AgroFresh. Scholar® es una marca registrada por Syngenta.

Según los datos presentados a finales de mayo por Afrucat, Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña, y por el DACC, Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat de Cataluña, el potencial productivo catalán de melocotones y nectarinas crecería un 4%, situándose en 448.330 toneladas, sobre media de los últimos 5 años excepto el pasado año.

■ POR VARIEDADES

Por variedades y orden de volumen de producción, se esperan cosechar 208.400 toneladas de nectarina, 125.750 t de melocotón plano o paraguayo, 92.060 t de melocotón, y 22.120 t de pavia. Sobre el mencionado promedio de los años 2017 a 2021, nectarina y melocotón plano incrementan un 12% y 6%; en cambio, melocotón redondo y pavia descienden un 12% y 6%.

Los números reflejan que Cataluña presenta una buena cosecha de melocotón y nectarina con buena calidad, aunque desde Afrucat apunta que “con independencia de los datos numéricos de la previsión de campaña de melocotón y nectarina, la lluvia condicionará la producción de campaña. En este sentido, la gestión del agua semana a semana marcará las oscilaciones de las previsiones aunque todo apunta que será a la baja”.

■ POR DEMARCACIONES

Respecto a la media de los últimos años, Lleida, zona productora de estas frutas de referencia en España y Europa, cosecharía un 5% más de melocotones y nectarinas (149.570t), Tarragona un 10% menos (25.460t), Barcelona un 59% menos (2.300t) y Girona un 28% menos (1.180t).

Por demarcaciones, Girona registra una disminución debido a los arranques en fruta de hueso que hacen que se especialice cada vez más en manzana. Barcelona acusa la sequía ya que se caracteriza por una fruticultura de secano, que este año no cosechará nada, y también disminuirán las cosechas en las zonas con riego. Tarragona, pese a no haber tenido todavía incidencias, baja las previsiones por los arranques y, finalmente, Lleida, sin afectaciones, muestra la recuperación de los efectivos productivos.

■ OBSERVACIONES

Después de varios años de muy baja producción y afectaciones climáticas —sobre todo heladas— en 2020, 2021 y 2022, este sería el primer año en que

Cataluña incrementaría un 4% su potencial productivo en melocotones y nectarinas en la campaña 2023

Afrucat realizó una estimación de las afectaciones ocasionadas por el cierre del Canal de Urgell que situaría la previsión en un 5% por debajo de la media de los últimos años



Un momento de la presentación de la previsión de cosecha de melocotón y nectarina de Catalunya celebrada en la sede de Afrucat y dirigida por Benjamín Ibars, Carmel Mòdol y Manel Simon. / ÓSCAR ORTEGA

Cataluña podría recuperar su potencial productivo en fruta de hueso.

Según Manel Simon, director general de Afrucat, “tenía que ser una cosecha excelente con una muy buena floración y cuajado y con necesidades de aclareo más elevadas que hacían incrementar este año el coste de producción. Las restricciones de agua, sin embargo, aportan incertidumbre y deberemos afrontar la campaña semana a semana”.

Hasta el 19 de mayo, sólo ha habido un episodio de piedra y granizo importante (7 de mayo) que ha afectado al Noguera (Albesa, Castelló de Farfanya, Algerrí, Menàrguens...) con de 856 hectáreas afectadas, de las cuales unas 70 ha pertenecen a fruta dulce, con daños entre el 80 y el 100%.

A diferencia del año anterior, no ha habido afectación grave por heladas, sólo de forma puntual. La época de cosecha depende de los municipios aunque inicialmente se obser-

Por variedades y orden de producción, se espera cosechar 208.400 toneladas de nectarina, 125.750 t de melocotón plano o paraguayo, 92.060 t de melocotón redondo, y 22.120 toneladas de pavia

Los datos se han calculado considerando que no habrá falta de agua, sin embargo ya se ha hecho una primera estimación de las afectaciones que se están dando y se ha eliminado la producción de las hectáreas regadas por el canal de Urgell

Los elevados costes de aclareo, de mano de obra en general y del resto de inputs de los que depende el campo, hará con toda seguridad incrementar los precios de la fruta

varon entre unos 7 y 10 días de retraso respecto al año pasado, pero las buenas temperaturas han acortado este retraso.

■ AFECTACIÓN DE LA SEQUÍA

Los datos se han calculado considerando que no habrá falta de agua, sin embargo, Afrucat

ya ha realizado una primera estimación de las afectaciones que se están dando y se ha eliminado la producción de las hectáreas regadas por el canal de Urgell.

Y es que, si se tienen en cuenta estas pérdidas, la previsión de cosecha de fruta de hueso para esta campaña se situaría en un 5% por debajo de la media de los últimos años, es decir, en 413.330 toneladas.

Sin embargo, habrá que esperar a la evolución de la grave sequía que sufre el territorio para evaluar finalmente la producción.

Para Simon “la zona afectada por el canal de Urgell produce básicamente manzana y pera, el corazón de la producción de fruta de hueso se sitúa en el Baix Segre donde ahora mismo se está regando con unas restricciones que representan la mitad de la dotación de un año normal” y describe que “en general si un productor puede gestionar escalonadamente su producción, entonces gestionará mejor”.

El presidente del Comité de fruta de hueso de Afrucat, Benjamín Ibars, ha afirmado que “el riego en la zona del Baix Segrià está muy tecnificado, regamos de noche para evitar la evaporación y los campesinos vamos controlando los contadores, pero con las dotaciones restringidas, lo que parece claro es que el agua no será suficiente para salvar a toda la cosecha. Haremos fruta de calidad pero seguramente no llegaremos a toda la cantidad”.

“Ahora mismo, la supervivencia de los árboles no está en juego, pero todavía quedan tres meses de cosecha y estamos a 30°C desde el 1 de abril”.

■ COSTES DE ACLAREO

Los participantes en la rueda de prensa posterior a la presentación de las previsiones coincidieron en que este riesgo de elevados costes de aclareo, de mano de obra en general y del resto de inputs de los que depende el campo, hará con toda seguridad incrementar los precios de la fruta.

El Secretario de Alimentación del Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural, Carmel Mòdol, afirmaba que el objetivo compartido entre todos es “que el campesinado reciba la compensación justa por su fruta” y, en este sentido, anunció la publicación de un estudio que analizará los costes reales de campo con el ánimo de favorecer el cumplimiento de la ley de la cadena en las transacciones comerciales.

G 50 Años Vistiendo la Fruta
ERVISAN S.A.
Artes Gráficas

Pol. Ind. Masía de Juez • Calle Els Moliners, 12 • 46900 TORRENT, Valencia
comercial@embalajesgervisan.com • www.embalajesgervisan.com

Tel.: +34 96 155 00 21

• Cubre cajas Polietileno • Flow pack • Cubre cajas OPP con adhesivo • Forros - Cubrefondos •

Cubres para todo tipo de Cajas de Frutas **CONSULTENOS**
TAMBIÉN CON MATERIAL BIODEGRADABLE



DIEGO MARTÍNEZ / Director general de Grupo Diego Martínez

“Los mercados de destino valoran la calidad de la fruta de hueso de Cataluña y Aragón”

En esta entrevista Diego Martínez, director general de Grupo Martínez, empresa ubicada en la unidad alimentaria de Mercabarna, repasa diferentes puntos relacionados con la producción y comercialización, destacando la exportación, de fruta de hueso de la zonas de Cataluña y Aragón

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. En clave comercial y como empresa de referencia en exportación, ¿cómo responde la fruta de Lleida y Valle del Cinca en estos destinos?

DM. Nuestra intención es poder defender un precio óptimo de la fruta para que el agricultor pueda obtener rendimientos positivos. Si las sucesivas campañas de fruta de hueso de producción nacional van apareciendo en el mercado de forma escalonada es un factor que ayuda a desarrollar la campaña comercial sin solapamientos, es decir, con continuidad de oferta que desemboca en, a priori, una mejor gestión del precio de la fruta.

“Cada mercado demanda fruta de hueso según sus preferencias y costumbres”

VF. En concreto, la fruta de hueso de esas zonas productoras...

DM. La primera característica que diría, y muy valorada por los diferentes mercados de destino, es la calidad excelente —para nosotros, básico— de la fruta de hueso de Lleida y Aragón, resultado de las condiciones agroclimáticas de estas zonas productoras, que dotan a la fruta de sabor y color característico, junto con la insustituible y encomiable labor del agricultor y productor. Luego y al hilo de la respuesta anterior, la fruta no se acumula sin solapamiento entre variedades, siendo una venta dinámica y activa. Hablamos de las producciones de Huelva, Sevilla y Murcia que damos continuidad con la fruta de hueso de Lleida y Aragón.

VF. Grupo Diego Martínez exporta un elevado porcentaje de la frutad de hueso de Lleida y Aragón a países europeos. ¿Qué demandan?

DM. El melocotón amarillo es muy pretendido en el sur de Italia pero, en cambio, para los clientes de Francia y Alemania no es una prioridad; los calibres pequeños tienen éxito entre las cadenas de supermercados de Alemania e Inglaterra; el calibre grande tiene salida en el mercado interior... son ejemplos de las

demandas de diferentes mercados. Esta diversidad de demanda favorece la comercialización de prácticamente toda la fruta de hueso ya sea por variedad, color, gusto, calibre... que junto a la

regularidad de producto durante toda la campaña es un factor muy valorado por los clientes. En definitiva, cada mercado demanda la fruta de hueso según sus preferencias y costumbres.



Diego Martínez: “El objetivo es defender un precio óptimo de la fruta”. / GDM

“ Cuando eliges frutas y verduras **”**

BOUQUET ...

DAS VIDA PARA EL CAMPO

Comprando **BOUQUET** das más

RACIONES DE VIDA PARA EL CAMPO

Y más valor a lo nuestro. A lo tuyo.

- Afianzas la **POBLACIÓN** al **MEDIO RURAL**
- Limitas el **ABANDONO** de **CAMPOS**
- Facilitas el **RELEVO** **GENERACIONAL**

Otras iniciativas en **»» bouquet.es**

RACIONES DE COOPERACIÓN · LIBERTAD · RECONOCIMIENTO · VALENTÍA · FUTURO

HUGO RODRÍGUEZ TORRES / Comercial Lead Spain de AgroFresh

“La postcosecha es un pilar fundamental en las empresas productoras de fruta”

En esta entrevista Hugo Rodríguez habla sobre la importancia de Lleida como zona productora y detalla cuáles son las soluciones de AgroFresh para las diferentes frutas, así como el papel de la investigación y la innovación para esta compañía.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cuáles son las particularidades de Lleida como zona productora?

Hugo Rodríguez. La combinación de diversos factores como clima, suelo fértil, riego, tradición agrícola y el acceso a mercados han convertido a esta región en una importante zona productora en España.

VF. ¿Cómo ven la campaña 2023 para los diferentes cultivos de esta zona?

HR. Hay buena perspectiva en algunos cultivos como fruta de hueso, sin embargo, en algunos cultivos como fruta de pepita hay cierta incertidumbre en algunas zonas debido a la situación de restricciones de riegos por la falta de agua al inicio de la primavera. No obstante, las lluvias de la última semana han ayudado a mitigar esa falta de riego.

Desde AgroFresh somos conscientes que las dificultades de producir fruta, es por ello por lo que la postcosecha es un pilar fundamental en las empresas productoras de fruta, ayudando a conservar y mantener la calidad de la fruta para los diversos destinos.

VF. ¿Para qué cultivos de esta zona ofrece productos AgroFresh en su catálogo?

HR. AgroFresh ofrece un amplio catálogo de soluciones, servicios y tecnologías para múltiples cultivos. En Lérida prima la fruta de hueso, así como la fruta de pepita. Para ambas familias de cultivos aportamos diversos productos tales como SmartFresh™, el 1-MCP original que pone la maduración “en pausa”, ayudando a mantener la calidad de melocotones, nectarinas, ciruelas, peras y manzanas, entre otros. Así mismo contamos con una variedad de fungicidas como Scholar® y Tecto®, desarrollados por Syngenta, y nuestra línea de fungicidas ActiSeal™ con diferentes formulados.



Hugo Rodríguez señala que AgroFresh desarrolla nuevos productos y soluciones sostenibles en el ámbito de la postcosecha “con el fin de contribuir al crecimiento y la competitividad del sector agroalimentario”. / AGROFRESH

Además, disponemos de los desinfectantes FreshStart™ a base de peróxido de hidrógeno y ácido peracético. Por último, en este momento estamos lanzando nuestra plataforma digital FreshCloud™.

VF. ¿Qué servicio proporciona AgroFresh en Lleida? ¿Además de equipo técnico comercial, tiene instalaciones?

HR. En Lleida, contamos con Fruitcentre, el centro de investigación de fruta del IRTA, donde se encuentra nuestro propio centro de innovación y desarrollo en Europa. Nuestro enfoque

“Colaboramos estrechamente con el IRTA en varios proyectos de investigación”

“Sin duda, SmartFresh es la solución más demandada por los productores y comercializadores de Lleida”

principal es la investigación de nuevos productos sostenibles en el ámbito de la postcosecha.

Por otra parte, colaboramos estrechamente con el IRTA en

varios proyectos de investigación innovadores que buscan impulsar la mejora continua de la industria de la fruta. Nuestro objetivo es promover la investi-

“Nuestro principal enfoque es la investigación de nuevos productos sostenibles en postcosecha”

gación y el desarrollo de nuevos productos y soluciones sostenibles en el ámbito de la postcosecha, con el fin de contribuir al crecimiento y la competitividad del sector agroalimentario.

VF. ¿Cuáles son los productos postcosecha más demandados en la zona? ¿Qué soluciones tienen una mejor acogida?

HR. Sin duda, SmartFresh es la solución más demandada en Lleida. Esta tecnología, que esta campaña cumple 20 años desde su primer uso en el mundo, no solo mantiene la calidad de las frutas por más tiempo, sino que también ayuda a optimizar la eficiencia energética, disminuir los costes de almacenamiento y reducir la huella de carbono a lo largo de la cadena de suministro.

La aplicación de SmartFresh reduce el metabolismo y, por lo tanto, la tasa de respiración de las manzanas conservadas en cámaras de atmósfera controlada.

De esta manera, tienen menores requerimientos en temperaturas, ventilación, desescarche, adición de O2 o absorción de CO2, entre otros. Además, SmartFresh permite cambios en los regímenes de almacenamiento (por ejemplo, enfriamiento inicial más lento, aumentar las temperaturas de almacenamiento, hacer un uso del frío en aquellas horas que son mucho más económicas), por lo que la eficiencia energética es aún más notable: la reducción de la huella de carbono y el ahorro de los costes son significativamente mayores.

Asimismo, para cerezas, destaca significativamente Scholar, un fungicida de contacto y de amplio espectro para el tratamiento postcosecha, que previene las principales enfermedades causadas por hongos como *Monilia sp.*, *Botrytis sp.*, *Colletotrichum sp.*, *Penicillium sp.*, y *Rhizopus sp.* Entre sus principales beneficios destaca su baja susceptibilidad a generar resistencias en hongos, según el FRAC (Fungicides Resistance Action Commite). Además, no presenta resistencia cruzadas con otros fungicidas utilizados en postcosecha y, está clasificado por la EPA (USA) como fungicida de baja toxicidad.

VF. ¿Por qué es importante para AgroFresh tener una presencia importante en Lleida?

HR. Como sabemos, Lleida es conocida por su producción frutícola de alta calidad, especialmente de melocotones, manzanas, ciruelas, peras o cerezas, y muchas de estas frutas se exportan ya sea a nivel nacional o internacional. AgroFresh cuenta con siete centros de investigación en localidades estratégicas alrededor del mundo, y la presencia en Lleida refuerza esta red global. Estos centros permiten a AgroFresh desarrollar y adaptar soluciones innovadoras específicas para cada zona de producción, teniendo en cuenta las características y necesidades propias de cada región.



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



“En cada plantación los productores conocen muy bien sus tierras y cultivos”

Desde La Coma Fruits, Carlos Lozano analiza la campaña de fruta de hueso poniendo en valor el papel de los productores

La Coma Fruits los últimos años trabaja potenciando nectarina, paraguayo, melocotón y albaricoco entre su oferta de fruta de hueso que comercializa bajo su marca propia La Coma. En menor volumen completa la oferta de fruta de hueso con cereza, ciruela y platerina.

En fruta de pepita, diferentes variedades de manzana —Golden, Granny, Fuji, Gala, Reineta, Roja americana— y de pera —Blanquilla, Alejandrina, Conference, Ercolini, Williams, Limonera—. Y siempre bajo la óptica de buscar aquellas variedades que son demandadas por el consumidor y puedan cultivarse según las características agroclimáticas de sus plantaciones.

■ CALIDAD Y SABOR

Uno de los pilares, la calidad y el sabor, de esta compañía está relacionado directamente con la reconversión varietal “hacia la obtención de fruta de calidad y de sabor que mejoren las actuales”, en palabras de Carlos Lozano, su director comercial.

■ LLEIDA Y VALLE DEL EBRO

Aunque la cuna de La Coma Fruits radica en Lleida y Valle del Ebro desde hace ya algunos años ha ido expandiendo sus plantaciones a otros territorios —Andalucía, Extremadura, Murcia— que reúnen las condiciones idóneas para el cultivo de determinadas variedades tempranas de fruta de hueso bajo la idea de “ofertar fruta durante toda la campaña nacional, que es uno de nuestros pilares”, afirma Lozano.

“Nos enfocamos en aquellas variedades que nos permitan mejorar el sabor de la fruta”

También expresa que “en cada una de las plantaciones los productores conocen muy bien sus tierras y cultivos, siendo una figura indispensable para nosotros” y añade que “estamos comprometidos con el agricultor”. En esta línea de trabajo Carlos Lozano, que junto a sus hermanos Jaume y Joan Lozano son la tercera generación en la empresa, analiza que “el cliente busca y está dispuesto a pagar más por una fruta de origen de máxima calidad y tamaño”.

■ MERCADOS

La Coma Fruits, empresa familiar con gran vínculo con los productores que recoge el fruto de la labor de más de 40 años de la familia Lozano-Jiménez en el sector fruta, destina su oferta de fruta de hueso entre exportación, destacando el conjunto de países de la UE como Alemania, Francia, Italia... y España.

■ DISTRIBUCIÓN EUROPEA

En clave comercial, esta compañía cuenta con una línea de negocio muy clara y consolidada

dirigida a abastecer a las principales cadenas de distribución europeas a través de programaciones con el objetivo de “inten-



Carlos Lozano, director comercial de La Coma Fruits. / ÓSCAR ORTEGA

“La Coma Fruits presenta fruta de hueso durante toda la campaña de producción nacional”

tar garantizar un precio óptimo y estable a los productores” y añade que “cada perfil de cliente tiene sus necesidades”, enfatiza Lozano. También concluye que “insistimos en nuestros valores: calidad y sabor, producción nacional y compromiso con el agricultor”.

LOS QUE PRODUCEN
SALUDAN...



... LOS QUE PREFIEREN
LA CALIDAD
Y UTILIDAD
DOMPLEX



PLASTIDOM
Plásticos Industriais e Domésticos, S.A.

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

“Uno de nuestros objetivos es seguir siendo competitivos en fruta de hueso”

Josep Presseguer, director general del Grupo Cooperativo de Fruits de Ponent, radiografía diferentes aspectos y proyectos del grupo en la presente campaña

El Grupo Cooperativo de Fruits de Ponent destaca por ser referencia en la producción y comercialización de fruta de hueso en Europa que cuenta con más de 2.000 hectáreas dedicadas a este cultivo. En esta línea de trabajo y en palabras de Josep Presseguer, su director general, “uno de nuestros objetivos es seguir siendo competitivos en fruta de hueso y satisfacer las demandas en esta campaña de la fruta de hueso” y añade que “lo que está claro es que, independientemente de la variedad, a manos del consumidor debe llegar calidad y sobre todo sabor. En esto no podemos fallar”.

Con extendida experiencia en el mercado exportador, con presencia en diversos países europeos, Presseguer señala que “lo que une a todos los clientes es la demanda de calidad”. Desde los responsables comerciales de Fruits de Ponent traducen calidad para la fruta de hueso en los grados de dulzor ‘brix’ correspondientes, el punto óptimo de madurez, el ‘crunch’ propio de esta fruta...

■ IMPULSAR SUS MARCAS

Otro de los objetivos de Grupo Cooperativo Fruits de Ponent para esta campaña es impulsar sus marcas propias, Fruits de Ponent para melocotón, nectarina, albaricoque, manzana y pera; y Oki, para melocotón plano.

También la comercialización de fruta de hueso redonda y plana de las marcas Regal'in y Ondine como consecuencia del



Josep Presseguer destaca que una de las líneas del Grupo es seguir avanzando hacia un ecosistema de cooperativa sostenible. / FRUITS DE PONENT

acuerdo alcanzado el año pasado con ASF Edition, empresa líder en la obtención y edición varietal junto con su matriz Frutaria. Estas marcas son una cuidada selección de variedades que se caracterizan por su excelente sabor, su coloración completa, su productividad, larga vida postcosecha y aspecto inmejorable. Josep Presseguer recuerda que “con este acuerdo el Grupo

da un paso de gigante en calidad, puesto que ofreceremos al consumidor fruta de hueso selecta con marcas de reconocido prestigio, como son Ondine i Regal'in”.

■ EXPECTATIVAS DE CAMPAÑA

En clave campaña de fruta de hueso de Lleida y Valle del Ebro, desde Fruits de Ponent apuntan que se ha recuperado volumen de producción, alcanzando ci-

180 familias

El Grupo Cooperativo de Fruits de Ponent está formado por 180 familias que aglutinan las cuatro cooperativas de base integrantes del Grupo: Camp d'Alcarràs i Secció de Crèdit; Agrària Progressiva Benavent-Portella; Ramell; y Agrària del Llobregós; todas de la demarcación de Lleida de Cataluña ■

fras de hace dos años, y con fruta de buena calidad exigida por los mercados. Por cronología de calendario, la producción de este año se ha avanzado alrededor de unos siete días, según variedad y zona de plantación. En cuanto a calibre, es posible que un porcentaje de la producción tienda a calibre corto.

Aunque durante este mes de junio ha habido episodios de lluvia, la sequía que acecha el campo es una preocupación por las restricciones de agua que pueden influir en el rendimiento productivo de determinadas plantaciones. En este sentido, Josep Presseguer exclama que “nos planteamos la sequía, sin dejar de ser una preocupación, como un reto”.

■ SOSTENIBILIDAD

En la línea de trabajo de “seguir avanzando hacia un ecosistema cooperativa sostenible”, en pa-

“A manos del consumidor debe llegar fruta de hueso de calidad y sabor”

“Fruits de Ponent se esfuerza por ofrecer un producto de calidad a los clientes y consumidores”

labras de Presseguer, Fruits de Ponent continúa implementado proyectos sostenibles que alcanzan diferentes ámbitos de la empresa y su actividad como, por ejemplo, la instalación de placas fotovoltaicas en la sede central, la utilización de envases reutilizables y la apuesta por maquinaria que se puede modernizar.

Recordar que El Grupo Cooperativo de Fruits de Ponent ha sido pionero en ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) en el sector agroalimentario e impulsa el desarrollo de acciones para su cumplimiento.

■ FINALISTA MEJOR EMPRESA DE CATALUÑA 2023

De hecho ser defensores de la sostenibilidad de su entorno, las personas y la economía de su cooperativa ha sido una, entre otras, de las características más valoradas para que Fruits de Ponent sea una de las cuatro finalista de la segunda edición de los Premio Empresa 2023, destacando el aspecto social, la defensa de los valores del cooperativismo y la apuesta por la sostenibilidad desde las perspectivas económica, social y medioambiental. Josep Presseguer traslada que “el Grupo funciona como un ecosistema que garantiza la viabilidad de sus negocios, vela por el desarrollo profesional de sus trabajadores, se esfuerza por ofrecer un producto de calidad a los clientes y consumidores, y se convierte en garante de la sostenibilidad en el entorno, las personas y la economía de la cooperativa”.

Afrucat, Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña, coordina una campaña de promoción de manzana en el mercado español, subvencionada por la Comisión Europea, en representación de las empresas productoras de manzana y con el apoyo de las empresas de la IGP Manzana de Girona (Cooperativa Agrícola Empordà, Giropoma y Girona Fruits) y la empresa Nufri.

Las dos oleadas de publicidad de la campaña de promoción de manzana en el territorio español “Cuida't com et cuida una poma” (Cuida-te como te cuida una manzana) han obtenido más de 141 millones de impactos entre los responsables de compra del hogar (RCLI).

La primera ola (del 10 de octubre al 13 de noviembre de 2022) fue exclusivamente en versión digital, con publicidad online, publicaciones en medios afines al target, y sobre todo, con el lanzamiento de la web, las redes sociales, los sorteos y los artículos para el blog.

En la segunda ola de publicidad (del 1 al 28 de febrero de 2023) se mantuvo la estrategia digital, combinándola con una campaña de televisión tradicional en las

“Cuida-te como te cuida una manzana” obtiene 141 millones de impactos en el primer año



Diferentes materiales de “Cuida-te como te cuida una manzana”. / AFRUCAT

Esta campaña coordinada por Afrucat pretende incentivar el consumo de manzana entre la población

principales cadenas líderes del Estado y con un refuerzo en la televisión catalana. Se han emitido casi 2.500 spots (entre un 36 y 38% en primetime) y 740 GRPs a nivel nacional entre los RCLI. Se ha producido una rotación entre los 3 spots de 10 segundos (el de la manzana roja, la amarilla y la verde).

En el global de las dos oleadas se ha llegado al 86,2% de los responsables de compra del Hogar (el 74% de entre 30 y 45 años y el 60% de entre 16 y 26 años).

■ UNA CAMPAÑA CON MUCHO SENTIDO DEL HUMOR

Ya desde el mismo claim “Cuida-te como te cuida una manzana” y de las creatividades, la campaña respira sentido del humor y un toque irreverente.

En esta misma línea se ha trabajado toda la imagen de las redes sociales y las colaboraciones de los influencers elegidos, que han repasado las virtudes y los momentos de consumo de la manzana de forma distendida y cercana.

■ ACCIONES EN LOS MERCADOS

La promoción del consumo de manzana se ha llevado a cabo en Mercamadrid, Mercabarna y Mercasevilla con reparto de kits de merchandising por parte de azafatas, rollups, lonas, pantallas digitales y un refuerzo de publicidad digital segmentada y geolocalizada.

También se hizo llegar la promoción a la gran distribución, a unas 2.700 tiendas de 5 de las principales enseñas de ámbito nacional. Las acciones en la tienda incluían degustaciones en algunos casos y megafonía, stoppers, mupis y folletos, entre otros.

“Ofrecemos envases de fruta atractivos, sostenibles y que favorezcan su preservación”

Francesc Pàmpols, director de Pampols Packaging Integral, apunta tendencias sobre los envases y embalajes hortofrutícolas

La gama de soluciones de packaging para frutas y verduras es muy amplia y el sector evoluciona rápidamente para satisfacer las exigencias del mercado, que pasan por una clara apuesta por los envases biodegradables, atractivos y que favorezcan la preservación del alimento envasado.

Bajo la experiencia de esta firma con más de 35 años en el sector de los envases y embalajes de fruta y hortaliza, también se desprende que los clientes buscan envases que sean bonitos, respetuosos con el medio ambiente y económicos. En este sentido, Francesc Pàmpols, director de Pampols Packaging Integral, afirma que “en las últimas campañas han primado los envases biodegradables y que minimizan la huella de CO2”.

■ MELOCOTÓN, NECTARINA Y CEREZA

En fruta de verano, en especial las diferentes variedades de fruta de hueso, el director de Pampols Packaging Integral desgrana que “las propuestas estrella suelen ser las cestas de cartón microcanal, nanocanal o en kraft (esta



Francesc Pàmpols, director de Pampols Packaging Integral. / ARCHIVO

última opción es la más resistente en ambientes húmedos) combinado con flow compostable o malla biodegradable como métodos de cerrado de las bandejas” y añade que “una ventaja destacable de los envases de cartón es el sinfín de posibilidades de personalización que ofrecen”.

Esta firma también registra un incremento de la demanda de alveolos de celulosa o fabricados a base de plástico reciclado du-

rante los meses estivales. En este sentido, Pàmpols recuerda que “los envases fabricados a base de plásticos reciclados, como el rPET, son una buena alternativa para esquivar el impuesto al plástico, que emerge de la ley 7/22 de Residuos y Suelos Contaminados para una economía circular y que ha acentuado el interés hacia envases hechos a base de plásticos reciclados (que no tributan), de gramajes más



Detalle de diferentes envases de cartón para melocotón y cereza. / ARCHIVO

bajos y fabricados con cartón o con materiales biodegradables”.

Lo importante es ser flexible a las necesidades del cliente y del producto fresco. “Cada fruta y verdura tiene sus particularidades, entre ellas su tamaño o proceso de maduración, y por ello debemos adaptar cada tipo de envase a las características intrínsecas del fruto”, matiza Pàmpols.

■ ECONOMÍA CIRCULAR

Respecto a los materiales de envasado, Pàmpols opina que “el plástico también es un buen aliado para según qué tipo de envases y funcionalidades en la industria hortofrutícola” y que “no se trata de dejar de utilizarlo, sino de encontrar fórmulas para fomentar la economía circular de este material y optar por soluciones de packaging fabricadas a partir de materiales reciclados y respetuosos con el medio ambiente”.

■ CERTIFICACIONES

Pampols Packaging Integral cuenta con los certificados BRC, ISO y recientemente han obtenido las certificaciones IFS Lo-

gística (International Food Standard), que vela por la seguridad alimentaria de los productos que comercializamos, y la FSC Cadena de Custodia que acredita que la materia prima de los productos con sello FSC provienen de bosques gestionados de manera responsable o de fuentes recicladas acreditadas (contenedor azul).

En palabras de Pàmpols, “son sellos de garantía y confianza que demuestran que trabajamos de forma segura y según unos protocolos de calidad muy exigentes”.

Pàmpols manifiesta que “la previsión es que sea una buena campaña de fruta de hueso y queremos estar a la altura de las demandas de los clientes, ofreciendo las mejores soluciones de packaging hortofrutícola e instalando y realizando el mantenimiento de equipos de final de línea”. Uno de los objetivos de esta empresa es garantizar que los equipos de envasado y embalaje instalados en las fábricas y centrales hortofrutícolas estén siempre operativos. Por ello, la compañía impulsa los contratos de mantenimiento preventivo.

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



Imagen de la primera edición del foro PostharvestTALKS dedicado a la fruta de pepita celebrado en Lleida. / FOTOGRAFÍAS ÓSCAR ORZANCO

► ÓSCAR ORZANCO. LLEIDA.

Cataluña lidera la producción española de manzana y pera y, por ello, DECCO eligió este escenario para celebrar el pasado 21 de junio el primer foro PostharvestTALKS. El salón de actos de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agraria (ETSEA) de la Universitat de Lleida se convirtió en un punto de encuentro para los profesionales de la fruta de pepita. El evento, organizado con la colaboración de Poscosecha.com, sirvió para analizar los resultados de la pasada campaña y las expectativas para el presente ejercicio. Se habló de consumo, los posibles efectos del cambio climático, los retos del sector y las estrategias para hacerles frente. Y en esta línea la compañía dedicada a la postcosecha mostró sus novedades enfocadas a la fruta de pepita.

Jaume Santonja, EAMEA Marketing Manager de DECCO, presentó AppleSmart, la tecnología alternativa registrada de 1-MCP 3,3 VP que permite mantener la máxima calidad de la fruta de pepita durante la conservación y el transporte. Bloquea los receptores de etileno ralentizando el proceso de maduración y de esta forma prolonga la vida útil del producto. Esto permite realizar una comercialización más estable y flexible.

“En DECCO creemos firmemente que debemos aportar flexibilidad, con soluciones que alarguen la vida útil de la fruta y que permitan la comercialización con calidad. Entre estas soluciones se encuentra AppleSmart; DECCO Pyr Pot, una solución fumígena de amplio espectro a base de Pirimetanil para ayudar a controlar determinadas enfermedades postcosecha; y la BioProtección con Nexy”, explicó en el arranque de su intervención Jaume Santonja.

Aunque el 1-MCP lleva en el mercado desde 2002, la alternativa con AppleSmart para fruta de pepita en España lleva desde el 2021, y desde ese momento DECCO ha ido acumulando experiencia en su utilización. El objetivo de la compañía es extender su aprobación a más cultivos y a otros países. Actualmente se puede utilizar en fruta de pepita, además de en España, en Italia, Francia, Portugal, Grecia, Polonia y Alemania.

DECCO muestra en el PostharvestTALKS sus soluciones para fruta de pepita

La firma especialista en postcosecha se gana la confianza del mercado aportando flexibilidad a los productores



Miguel Sanchis.

“Se ha verificado con pruebas realizadas en el CEFEL, centro de investigación referencia de Francia, la eficacia del AppleSmart y vamos incrementando la penetración en el mercado poco a poco. El año pasado entre España, Portugal, Francia e Italia ya tratamos unas 500 cámaras y un total de 122 millones de kilos. Además, hemos desarrollado una aplicación para poder compartir información en tiempo real sobre los tratamientos realizados en los almacenes con AppleSmart”, señaló el EAMEA Marketing Manager de DECCO.

Jaume Santonja indicó que habían comprobado que “una solución eficiente y efectiva de la aplicación del 1-MCP es la



Jaume Santonja.

El primer foro PostharvestTALKS, celebrado en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agraria (ETSEA) de la Universitat de Lleida, se convirtió en un punto de encuentro para los profesionales de la fruta de pepita

formulación 3,3 VP, y es con la que hemos lanzado al mercado el AppleSmart. Esta tecnología siempre debe utilizarse con estrategia de frío, en ningún caso es sustituto de la frigoconservación. Es cierto que hay investigadores que están estudiando subir algunos grados la temperatura de la cámara aplicando 1-MCP, pero estos trabajos todavía no han concluido y no ofrecen resultados comprobados”.

El representante de DECCO concluyó su intervención asegurando que “los resultados que ofrece AppleSmart son iguales a los obtenidos con el producto estándar, ni mejores ni peores”.

■ BIOPROTECCIÓN

Clara Montesinos, responsable de Investigación y Desarrollo de DECCO, centró su intervención en la bioprotección para la conservación y en este sentido la

compañía mostró los resultados de Nexy, el primer biofungicida registrado en España para uso industrial en postcosecha de manzanas y peras. Nexy es una levadura aislada de la piel de la manzana Golden Delicious, que actúa siendo la defensa natural contra el podrido. Se trata de una cepa específica de *Candida Oleophila* que compete con los patógenos por nutrientes impidiendo el desarrollo de los mismos. Este biofungicida crece a baja temperatura, se va desarrollando y colonizando los frutos, por lo que se trata de un modo de acción preventivo que se aplica en cámara de conservación. Nexy tiene exención de LMR en la Unión Europea y está aprobado para agricultura ecológica. Además de en España está registrado en Portugal, Italia y Estados Unidos.

“Para el mercado esto implica más fruta disponible sin residuos si únicamente se elige esta opción, ya que este biofungicida también es compatible y puede emplearse con otros productos pre y postcosecha. Es decir, no estamos limitados a una producción en ecológico, sino que puede utilizarse en programas convencionales y de residuo cero. No obstante, Nexy se convierte en una buena opción cuando no se pueden utilizar soluciones postcosecha sintéticas”, precisó en su intervención Clara Montesinos.

Estados Unidos fue el primer mercado en el que se comercializó Nexy a nivel industrial. En cuatro campañas se ha aplicado en más de 200 cámaras de conservación. En Italia se han tratado con el biofungicida más de 45 cámaras en las regiones de Campania, Piemonte y Veneto. En la península ibérica lleva utilizándose dos temporadas, sobre todo en Portugal donde se han gestionado unas diez aplicaciones. Y en España, en La Almunia de Doña Godina también se ha realizado un tratamiento. “Animó al sector a que pruebe esta solución. Contamos ya con una experiencia sólida de varias campañas con mucho volumen de fruta tratada. Hemos comprobado que funciona y es una herramienta más en producción convencional, ecológica o de residuo cero. DECCO tiene experiencia comercial con Nexy y estamos seguros del valor añadido que aporta. En

fruta bien trabajada, en buenas condiciones, con una aplicación óptima se ha logrado hasta un 92% de control de los patógenos”, confirmó la responsable de Investigación y Desarrollo de DECCO.

Por su parte, Ignacio Calavia, delegado de zona de fruta de pepita en DECCO, describió los problemas y desafíos que generó la meteorología en la campaña 2022, tanto a nivel de producción como en la etapa de postcosecha en los almacenes. Para la presente temporada indicó que “el incremento esperado de lluvias veraniegas tormentosas incrementará el problema de hongos. No obstante, se espera una buena cosecha, sobre todo en zonas en las que no afecten la sequía y las tormentas. Esto quiere decir que sólo tendrá buen precio la fruta de calidad. Y aquí entra en juego la postcosecha. Tenemos que conservar esa calidad de recolección realizando un uso correcto del drencher, fungicidas y recubrimientos, fumígenos o el 1-MCP. En este sentido los tratamientos en cámara con DECCO Pyr Pot, AppleSmart y Nexy son soluciones que ofrecen unos resultados óptimos”, explicó Calavia.

Miguel Sanchis, General Manager de DECCO Iberica, cerró la jornada incidiendo en la importancia y el reto que supone, según los datos aportados por los ponentes del evento, promocionar la fruta para incrementar un consumo que sigue descendiendo en los últimos años. Sanchis también resaltó la importancia de prepararse para afrontar los efectos que está provocando el cambio climático: “Hay zonas de España en una situación crítica



Clara Montesinos.

por la sequía y hay cultivos que se están perdiendo por la falta de agua para regar”. Miguel Sanchis también avanzó que, tras esta primera experiencia, se continuará fomentando este foro de encuentro para los profesionales del sector.

■ CAÍDA DEL CONSUMO

Por su parte, Philippe Binard, delegado general de Freshfel Europa, ofreció en su intervención datos detallados sobre la producción y la comercialización de frutas y hortalizas en el mercado europeo. También analizó el desarrollo de la pasada campaña de manzana y pera y aportó algunas pinceladas de lo que se espera para el ejercicio 2023. Una temporada de pepita que llega con mucha incertidumbre debido a los efectos de la meteorología sobre la producción.

“La campaña arrancará sin stocks y con menos fruta del hemisferio sur. En Europa el invierno ha sido muy frío y en España hay dificultades por la sequía en



Ignacio Calavia.

El evento sirvió para analizar los resultados de la pasada campaña y las expectativas para el presente ejercicio. Se habló de consumo, los efectos del cambio climático, los retos del sector y las estrategias para hacerles frente

algunas zonas. En Polonia han sufrido problemas de floración. En este contexto resulta complicado realizar una previsión. Hay que tomar decisiones para adaptarse al cambio climático”, señaló Philippe Binard.

El delegado general de Freshfel Europa incidió también sobre el tema del consumo y apuntó que “la fruta europea es sostenible, el impacto sobre el medioambiente es bajo y su ingesta beneficia a la salud. Hay buenas perspectivas pero es necesario estimular el consumo, ya que un 36% de los europeos no comen frutas y hortalizas en todo el año”.

Sara Ruiz, directora del Área de Vigilancia de Mercados y Estadística de Afrucat, también

incidió sobre este tema y señaló que “desde el covid el consumo de manzana y pera ha descendido entre un 22 y un 21%”.

Sobre la presente campaña de manzana y pera, Sara Ruiz comentó que la falta de agua para riego está generando una gran incertidumbre. Debido a la sequía se han cerrado el canal de Urgel y el Segrià-Garrigues y habrá que ver cómo afecta la falta de agua a la producción y los calibres de la fruta. En principio ya no se contempla un escenario con riesgo de muerte de los árboles, pero habrá que esperar cómo evoluciona la situación hídrica.

Joan Girona, investigador científico del IRTA en el Programa Uso Eficiente del Agua en

Agricultura, invitó a los profesionales del sector a prepararse ante los efectos que puede provocar el cambio climático y ofreció datos de investigaciones realizadas para gestionar el uso del agua. El investigador mostró resultados de estudios centrados en la caracterización de cómo el estrés hídrico puede afectar a las plantas y a su capacidad productiva, estrategias de riego deficitario controlado, y, en general, analizó cómo se puede mejorar la eficiencia productiva del agua.

Por último, Laura Molina, manager en el laboratorio de Analytica Alimentaria GmbH, compartió la importancia de garantizar la seguridad alimentaria y resaltó que los operadores del sector se enfrentan a la complejidad de los reglamentos actuales que garantizan el buen funcionamiento de la industria. “Nuestro objetivo es asesorar siempre al cliente en la toma de decisiones y asegurar sus productos con lo último que exige Europa en el sector alimentario. Es importante realizar análisis de la fruta en laboratorio porque al final las empresas del sector son los responsables de esos alimentos que llegan al mercado. El objetivo final es garantizar que se cumplen todas las normativas y prevenir crisis alimentarias”, explicó Laura Molina.

La firma Analytica Alimentaria GmbH cuenta con sedes en la provincia de Almería y Berlín, y colaboradora en el grupo de definiciones de residuos complejas en el círculo europeo de laboratorios de RELANA para la toma de decisiones en la evaluación sobre el producto final.

PAMPOLS
PACKAGING INTEGRAL

Tu packaging, del origen al punto de venta

+ info: 900 401 777 • www.pampols.es

JOSEP LLORENS / Gerente de Industrial Leridana del Frío, SL

“Nuestro departamento de I+D+i, creado recientemente, es clave en nuestro progreso”

En esta entrevista Josep Llorens, gerente de Industrial Leridana del Frío SL, con nombre comercial Ilerfred y con más de 36 años de experiencia en el sector de la refrigeración industrial y la atmósfera controlada, proclama que lograr una adecuada eficiencia energética en las instalaciones frigoríficas conjuntamente con la aplicación en el control y la gestión de inteligencia artificial es el futuro para la autogestión inteligente de las instalaciones frigoríficas.

Valencia Fruits. Cuentan con departamento propio de I+D+i...

Josep Llorens. Sí, así es. Nuestro departamento de I+D+i, creado desde hace ya 4 años, es clave en nuestro progreso y evolución como empresa.

En la actualidad está desarrollando un proyecto (CDTI) concedido por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España bajo el título ‘Nuevo sistema de frío para la mejora de la conservación y vida útil de la fruta’ que pretende desarrollar nuevas tecnologías para optimizar la frigoconservación de los productos hortofrutícolas. Entre otro tipo de investigaciones a nivel de empresas privadas, la mayoría enfocadas en técnicas de conservación para alargar la vida del producto.

Disponemos de cámaras experimentales y de un laboratorio propio para poder desarrollar proyectos para nuestros clientes. También disponemos de convenios con centros de investigación y universidades.

VF. Y también cuenta con el conocimiento acumulado de casi 40 años de trayectoria...

JLL. No cabe duda que después de tantos años contamos con un gran conocimiento de la industria hortofrutícola.

Las instalaciones son cada vez más sofisticadas, disponen de una gran cantidad de sensores y software especializado para realizar una gestión, control y mantenimiento eficiente de la instalación.

Trabajamos con el concepto de industria 4.0 y con la finalidad de automatizar todos los



Josep Llorens, gerente de Ilerfred. / ÓSCAR ORZANCO

procesos mediante tecnología de vanguardia asociada a la inteligencia artificial, evolucionando hacia la eficiencia global de las instalaciones e implementamos un nuevo software desarrollado in-house para derivar la producción de la instalación fotovoltaica a la generación de frío y otro para la automatización en el control del proceso de maduración de frutos climatéricos, en

concreto para la maduración del plátano, la banana, el aguacate y el mango.

VF. Ha nombrado eficiencia. ¿Este concepto está muy presente en la mentalidad del cliente?

JLL. Sí. Las nuevas instalaciones de la industria hortofrutícola buscan la eficiencia de los sistemas de refrigeración con un modelo ecoeficiente que incluye medidas de diseño y diversas ac-

tuaciones sobre el mantenimiento y la utilización de las instalaciones de refrigeración, durante todas las etapas de su vida. Los sistemas de refrigeración pueden llegar a suponer más del 60% del consumo eléctrico de una central hortofrutícola. Algunos de los elementos de la instalación frigorífica que mayor amplitud de mejora presentan son los compresores, los condensadores y el ciclo de los desescarches.

En esta línea de trabajo, proponemos diseños con las últimas tecnologías del mercado y siempre primando la eficiencia energética de la instalación frigorífica mediante el uso de los refrigerantes naturales y sin olvidar otro tipo de elementos de la instalación que ejercen un impacto energético importante durante su vida útil como puede ser el uso de ventiladores con conmutación electrónica (EC), variadores de frecuencia, sistema de condensación flotante y sistema de evaporación flotante.

VF. ¿Qué otros sistemas permiten ahorro energético?

JLL. Los sistemas de enfriamiento rápido, tanto por ducha de agua fría (hydrocooling) como los túneles de aire forzado, también permiten un ahorro energético significativo en la instalación frigorífica.

Por un lado, el hydrocooling permite eliminar el calor del fruto 10 veces más rápido que una cámara de frío convencional debido a que el medio de transferencia de calor es agua. Por otro y de igual forma, en los túneles de aire forzado se consigue enfriar aproximadamente dos veces más rápido, que, en

“Uno de los principales objetivos de Ilerfred es poder formar parte de la industria 4.0”

una cámara convencional, al aprovechar la totalidad del aire frío lanzado por el evaporador ya que forzamos su paso a través del producto.

VF. Entonces, ¿la sensibilidad por el cuidado del medio ambiente está presente en las empresas?

JLL. La industria hortofrutícola es uno de los grandes consumidores de energía y en gran parte este consumo de energía se debe a la instalación frigorífica. Por ello, la sensibilización por el cuidado del medio ambiente y la necesidad de optimizar el consumo de energía y realizar instalaciones frigoríficas más eficientes son uno de los principales objetivos a cumplir.

La instalación frigorífica destinada a la conservación de los alimentos obliga a cualquier empresa instaladora a utilizar sistemas de refrigeración, como los mencionados anteriormente, con la última tecnología para garantizar la viabilidad técnica y energética de la instalación.

VF. En esta línea de sensibilización, ¿puede explicar algunos ejemplos?

JLL. Los clientes cada vez están más concienciados en dejar de utilizar para sus instalaciones gases fluorados de efecto invernadero con un potencial de calentamiento atmosférico elevado. Por ello, Ilerfred propone soluciones alternativas con circuitos primarios mediante refrigerantes naturales como, por ejemplo, el dióxido de carbono (CO2) y el amoníaco (R-717). En instalaciones con una necesidad frigorífica menor, donde el uso de gases fluorados quede justificado, se proponen soluciones con gases con cero agotamiento de la capa de ozono y muy bajo potencial de calentamiento global como, por ejemplo, el R-1234ze.

También se ofrecen soluciones donde el refrigerante del circuito secundario sea agua mezclada con anticongelante (etilenglicol o polipropilenglicol). Donde el circuito primario encargado de enfriar esta agua puede estar compuesto por diferentes soluciones, como por ejemplo, el uso de gas propano (R-290), a parte de los refrigerantes comentados anteriormente.

Lleida, sede del Congreso Internacional de la Pera

Los días 28 y 29 de junio, la nueva edición de Interpera tendrá el cambio climático como uno de los ejes de las ponencias

Todo está a punto para la celebración del próximo Congreso Internacional de la Pera en Lleida; en concreto en la emblemática La Llotja, de la mano de Afrucat, Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña, y AREFLH (Asamblea de Regiones Europeas de Frutas, Hortalizas y Horticultura).

El miércoles 28 y jueves 29 de junio se citarán profesionales, expertos, operadores, produc-

tores, técnicos, agrónomos... que podrán debatir y escuchar ponencias sobre proyectos de adaptación de la pera al cambio climático con tres proyectos diferentes de Bélgica, Francia y España; la evolución del mercado de la pera, y las previsiones de la cosecha para el 2023.

Las ponencias correrán a cargo de refutados y prestigiosos expertos en la materia y miembros de diferentes asociaciones de

Bélgica, España Francia, Italia y Holanda.

■ VISTAS TÉCNICAS

El Congreso se complementará con visitas técnicas a diferentes plantaciones, centros logísticos y el IRTA (Institut de Recerca i Tecnologies Agroalimentàries) donde los asistentes podrán vivir de primera mano las evoluciones en cada una de estas localizaciones.

INTERPERA
Congrés internacional de la pera
Congress international of the pear
International pear congress

28-29 | Juny | Junio | June | 2023
La Llotja (Palau de Congressos) - LLEIDA (Spain)

Organitza:
Afrucat
AREFLH

Patrocina:
MAF RODA
AGROBOTIC

AgroFresh
GREEFA
Green Keeper
BASF

AgroModel
frutocoll
Ilerfred

Inscripció / inscripción / registration
www.interpera.org
https://congress.afrucat.com/

Durante dos días Lleida se convertirá en la capital mundial de la pera. / INTERPERA

A punto la promoción del Consell Català de Producció Integrada en supermercados

En la promoción de verano la fruta de hueso es la protagonista mientras que en invierno lo es la fruta de pepita

El Consell Català de la Producció Integrada (CCPI) sigue apostando cada año por una producción de calidad con garantía certificada. Siguiendo la tradición de los últimos años, en breve se inicia la campaña promocional de verano en los supermercados de las cuatro demarcaciones de Cataluña con el apoyo de azafatas y azafatos y degustación de producto.

FRUTA DE HUESO

La campaña pretende promocionar la fruta de verano, como paraguayos, albaricoques, melocotones... en distintos supermercados. Uno de los motivos más notables de escoger fruta de hueso es porque juntamente con el olivo son los principales cultivos en producción integrada, teniendo el primero un peso del 36%. Además, la fruta en producción integrada también representa un 32% de la fruta producida en Cataluña.

FINALIDAD

La finalidad de la promoción es dar a conocer a los consumidores la producción integrada y los beneficios de consumir productos cultivados a través de estas pau-

tas. Esta finalidad descansa sobre tres patas, todas con la misma relevancia: Que son alimentos de Cataluña, que se han producido mediante métodos respetuosos con la salud humana y el medio ambiente, y que sus beneficios están garantizados mediante una certificación oficial.

IDENTIFICAR, EXPLICAR Y DEGUSTAR

Las azafatas y los azafatos ayudan a identificar al consumidor los productos que contienen el logo de la mariquita, que simboliza el respeto por la fauna y la flora locales, y también por el agricultor y el consumidor, y explican que son alimentos producidos en Cataluña y obtenidos mediante métodos respetuosos con la salud humana y el medio ambiente, hecho que hace que sea una agricultura sostenible. Las azafatas y los azafatos también se encargan de invitar a degustar.

GARANTÍA DE CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

Es muy importante mostrar a los consumidores que todos estos productos pasan una certi-

La fruta en producción integrada también representa un 32% de la fruta producida en Cataluña

ficación oficial antes de llegar al lineal del supermercado, es decir, se garantizan la calidad y seguridad alimentaria.

Los productores, elaboradores y envasadores de los alimentos están obligados a cumplir todas las condiciones fijadas en las normas técnicas de producción establecidas para cada cultivo, como la obligación de llevar un cuaderno de explotación y, en su caso, un cuaderno de postcosecha, que recogen las anotaciones de todas las intervenciones realizadas sobre el cultivo y los productos. Así se controla la historia de los alimentos desde el campo hasta el punto de venta (trazabilidad).

REDES SOCIALES

Esta campaña promocional también tendrá presencia en



En la promoción del CCPI participan diversas cadenas de supermercados. / ÓO

las redes sociales, en especial Instagram, para cautivar el perfil de consumidor más joven y habituado a moverse por las plataformas sociales.

De hecho, el Consell Català de la Producció Integrada es activo en redes sociales durante todo el año.

FRUTA DE PEPITA

Una vez finalizada la promoción de verano empezará la de otoño; en este caso, centrada en fruta de pepita y, en concreto, manzana y pera. Seguirá la metodología de la promoción de verano y se celebrará durante el último trimestre del año.



LA FRUTA ES BUENA. CON LA COMA, MEJOR

Fruta de hueso en el mercado durante toda la campaña de producción nacional.

Auténtica & Sabiduría & Compromiso

La Coma Fruits SM, s.l.

España

Tel +34 973 79 74 92

info@lacoma.biz

www.lacoma.biz



“El pequeño y mediano agricultor debe especializarse para poder competir”

José Luis Utrilla, director general de Frutas Utrilla, con una larga trayectoria en producción y comercialización en fruta de hueso del Bajo Cinca analiza diversas claves del sector

José Luis Utrilla es la segunda generación al frente de Frutas Utrilla que inició su andadura en los años sesenta y cuenta con un bagaje de más de medio siglo, destinando su producción a exportación como destino principal. “En los últimos años nuestros porcentajes se reparten un 70% exportación —países europeos— y un 30% en mercado interior”.

Frutas Utrilla centra un elevado porcentaje de su producción en nectarina y paraguay, y tam-

bién melocotón amarillo y rojo. Por tendencias varietales entre los agricultores de la zona, José Luis Utrilla manifiesta que “las plantaciones de albaricoque tardío, que llega al mercado por allá el mes de agosto, gana adeptos, por ser una fruta aceptada por el consumidor, árbol productivo y fruta rentable”.

Según sus palabras, en los próximos años se espera un aumento del número de hectáreas de albaricoque en esta zona productora.

■ PEQUEÑO Y MEDIANO AGRICULTOR

El director general de Frutas Utrilla habla sobre la figura del pequeño y mediano agricultor, tan arraigado en la zona de producción de Fraga, puntualizando que “el pequeño y mediano agricultor debe especializarse para poder competir”. Opina sobre el relevo generacional en plantaciones de frutas de hueso que “las últimas campañas con resultados negativos para el agricultor han provocado que un número



José Luis Utrilla, en un momento de la entrevista. / ÓSCAR ORTEGA

importante de relevo generacional se haya decantado por otras alternativas para poder ganarse la vida” y sobre la reconversión varietal manifiesta que “hay una tendencia de agricultores de la zona a abandonar el cultivo de frutales —con mayores gastos de producción— y plantar almendros”.

■ CALIDAD

José Luis Utrilla define “calidad como la clave del éxito de los pequeños y medianos agricultores en esta zona” y especifica que “la calidad es vital, dentro de la capacidad de producción de cada agricultor y productor”. En clave cliente analiza que

“es importante el cliente que apuesta por la fruta de calidad buscando ante todo sabor frente a otros parámetros, porque es la manera de asegurar la repetición de compra por parte del cliente final”.

Por otro lado, Utrilla apunta que la competencia de otras zonas productoras tempranas en fruta de hueso y de otras frutas de verano, como el melón y sandía, “afecta al desarrollo comercial de la campaña de fruta de hueso”.

■ CAMPAÑA

José Luis Utrilla explica que “la campaña empezó un poco antes pero el calor muy fuerte de mayo desembocó en un avance de la floración dando poco tiempo al aclareo con árboles cargados de fruta”. Así mismo, añade que “el solapamiento con Murcia se está notando en el mercado; en este sentido esperemos que se reduzca la entrada de otras zonas productoras y se reactiven las ventas”. También confirma una generalizada falta de calibre. Sobre afectaciones climáticas, explica que al contrario que otras zonas productoras, “la cereza y albaricoque del Valle del Cinca no ha sufrido ningún efecto climático, comercializándose con normalidad”.

EDUARDO Y JACINTO DAVID ROYES GARCÍA Y M^o EUGENIA CABRERA CASAS / Responsables de Frutas Royes

“Apostamos por variedades con más sabor y color”

Eduardo y Jacinto David Royes García y M^o Eugenia Cabrera Casas, responsables de Frutas Casas Royes, continúan la saga familiar al frente del negocio. Son ellos quienes responden en esta entrevista con el mismo interés y pasión que años atrás lo hacían sus antecesores. El destino de su fruta de hueso, las peculiaridades de la fruta del Bajo Cinca y sus objetivos son capítulos de esta entrevista.

Valencia Fruits. *A priori, ¿cuáles serán los principales destinos de su fruta de hueso?*

Eduardo Royes García. Como siempre, el destino de nuestra fruta de hueso es el mercado comunitario, sin obviar el mercado nacional.

VF. *Entre su oferta, ¿qué variedades están potenciando y por qué?*

Jacinto David Royes García. Sobre todo las variedades clásicas, aunque también po-

“Las nuevas variedades de albaricoque posibilitan su comercialización durante toda la campaña”

tenciamos variedades con más coloración y sabor, que son los parámetros que buscan los consumidores. Por ejemplo, año tras año, trabajamos variedades nuevas de albaricoque que posibilitan su comercialización durante toda la campaña. Ocurre lo mismo con la cereza, cuya comercialización en nuestro almacén se extiende hasta final de junio.

También hay mejoras en variedades de nectarina y melocotón rojo, sobre todo en parámetros clave como el sabor y la coloración.

Nuestra oferta contempla en fruta de hueso diferentes variedades de melocotón (amarillo, rojo, blanco), paraguay, diversas variedades de nectarina (amarilla, blanca), albaricoque, ciruela, cereza y platerina. Y en fruta de pepita, variedades de manzana (Golden Suprem, Reineta, Granny Smith...) y pera (Limonera, Blanquilla, Conferencia...).

En cuanto al calibre, todos tienen su hueco en el mercado para distintos perfiles de clientes.

VF. *¿Cuáles son los objetivos para esta campaña? y ¿a largo plazo? ¿Hay novedades a la vista?*

M^o Eugenia Cabrera Casas. Nuestro objetivo primordial es estar al día con las innovaciones tecnológicas para el mejor tratamiento de la fruta así como hacer el seguimiento del desarrollo de la fruta cumpliendo con las normativas comunitarias de tra-



M^o Eugenia Cabrera Casas con Jacinto David, y Eduardo Royes García. / ARCHIVO

zabilidad y respetar las medidas ambientales y de seguridad sanitaria. También nos centramos en los últimos años en continuar dando nuestro mejor servicio a nuestros proveedores y clientes.

VF. *Frente a otras zonas productoras de fruta de hueso, ¿qué resaltaría de la zona del Valle de Cinca?*

ER. Es una zona privilegiada por su clima, tanto en horas de frío en invierno como en máxima seguridad de horas de riego debido a las mejoras y a la optimización de los sistemas de riego de nuestros productores en los últimos años.

Quiero también hacer mención a las diferencias térmicas

entre noche y día, que posibilitan que el sabor sea inigualable.

VF. *Al frente a Frutas Casas Royes tenemos ya la tercera y cuarta generación. ¿Cómo atisban el futuro de la fruticultura en su zona de producción?*

MEC. Somos una empresa familiar con 60 años de recorrido que siempre nos hemos preocupado por la calidad. Año a año tenemos la capacidad de adaptarnos a las peculiaridades de cada campaña.

En la actualidad somos miembros de la tercera y cuarta generación que estamos involucrados en la empresa apostando por este sector como también apostaron nuestros antecesores.

Frutas Utrilla s.l.
Ctra. N-211, km. 330 - 22520 FRAGA (Huesca)
Tel. + 34 974 47 24 62 - Fax + 34 974 47 30 55
frutasutrilla@hotmail.com
melocotones - peras - nectarinas - paraguayos

CENTRAL HORTOFRUTICOLA Casas Royes
Tel.: 974 47 18 50
974 47 34 24
Fax: 974 47 12 62
22520 FRAGA (Huesca)
comercial@casasroyes.com

Diseña campañas a su medida en nuestro servicio de información multimedia
valencia **fruits**
Tel.: 963 52 53 01
www.valenciafruits.com
info@valenciafruits.com

Conrado
FRUTAS IBARZ E HIJOS S.L.
Ctra. Sariñena, s/n - 22520 FRAGA (Huesca)
Tel.: 974 47 03 89 - Fax: 974 47 02 86
Móvil: 625 653 395 - frutasconrado@gmail.com

FRUTAS Producción y Comercialización
frucasa s.a.
e-mail: frucasa@frucasa.eu
C/ Magdalena, s/n
Tel.: 974 47 14 08
Fax: 974 45 35 23
22529 MIRALSOT FRAGA (Huesca)

CARMELO CASAS / Gerente de Frutas Frucasa

“Calificamos el principio de campaña como alegre con precios buenos y mercados fluidos”

En clave general, el inicio y la expectativa de campaña de fruta de hueso de la zona de Fraga y, en clave particular, las novedades y objetivos de la empresa, son algunos de los temas que comenta Carmelo Casas, gerente de Frutas Frucasa, empresa que conserva su carácter familiar con los últimos avances tecnológicos, en esta entrevista.

Valencia Fruits. A día de hoy y bajo la óptica de Frucasa, ¿cómo describe su inicio de campaña y qué expectativas tiene depositadas en ella?

Carmelo Casas. Podemos calificar el principio de campaña como alegre con precios buenos y mercados fluidos.

El mercado se ha ido calmando según se han ido incorporando las diferentes zonas productoras. Sí es verdad que llevamos un mes de poco calor, temperaturas por debajo de las habituales para esta época en Europa y que esta circunstancia influye en las ventas. Nos encontramos con la paradoja que habiendo florecido 20 días más tarde que la campaña anterior, tardanza que nos ha permitido salvar la cosecha, estamos con unos adelantos o fechas de la campaña anterior que en algunas variedades ha provocado algún susto en forma de maduraciones espontaneas,



Carmelo Casas advierte que la hiperregulación de la Administración está alejando a la gente joven del campo. / ARCHIVO

aunque en estos momentos parece que la situación está más normalizada. A la espera de que se normalice el verano en cuanto a temperaturas y dotaciones hídricas, que también son una

constante preocupación derivada de la sequía, la campaña se pueda cerrar de forma satisfactoria y positiva.

VF. ¿Cuáles han sido las últimas novedades implantadas en

la empresa? ¿En qué proyectos está inmersa?

CC. En Frutas Frucasa siempre estamos inmersos en proyectos para aplicar mejoras en nuestra central de Miralsot (Huesca) y en la constante renovación varietal con la intención de ofrecer al mercado aquellas nuevas variedades aceptadas por el consumidor.

Bajo esta filosofía y, a pesar de las últimas campañas perjudiciales por afectaciones meteorológicas, especialmente las dos últimas por episodios de heladas principalmente, en Frutas Frucasa apostamos por dar un salto hacia la tecnología. En este caso, de la mano del fabricante de calibradoras Sorma, con la incorporación de calibradoras que trabajan por calidad.

De esta manera, sumamos tecnología para ser más eficiente, ganando en operatividad y

rapidez, y ofrecer así un producto de más calidad.

VF. ¿En qué productos concentra su oferta de fruta de hueso?

CC. Concentramos nuestra oferta principalmente en melocotón, paraguayo, nectarina y albaricoque de cosecha propia y de productores locales del Bajo Cinca.

VF. Objetivos para el presente año...

CC. Un objetivo irrenunciable para nosotros es que cada año afrontamos nueva campaña con el objetivo de ofrecer fruta de excelente calidad. También esperamos, y deseamos, que sea una campaña con un balance positivo para todos los implicados.

VF. ¿Qué desea añadir?

CC. Como productores de fruta nos gusta mucho el campo porque hemos nacido en él y lo vivimos, pero por el exceso de regulaciones que nos están imponiendo, los mayores problemas los tenemos en casa, no en los mercados. Nos faltan armas para luchar contra algunas plagas que merman un alto porcentaje de las cosechas y, como consecuencia inmediata, ponen en peligro la viabilidad de nuestras empresas. En la misma situación nos encontramos con la hiperregulación de la Administración cuando ya es un mercado que está muy regulado entre proveedores y mercados —residuos, certificaciones...—. Hace años que no cabe la idea de hacer las cosas mal. Por ello, no entiendo qué quiere la Administración además de cargarnos de más burocracia, porque lo único que está consiguiendo es alejar a la juventud del campo.

CAROL IBARZ / Gerente de Frutas Ibarz e Hijos

“Calibre, color, sabor o dureza son parámetros importantes para la fruta de hueso”

Con estas palabras Carol Ibarz, gerente de Frutas Ibarz e Hijos, ilustra alguno de los parámetros más valorados por los distintos clientes. Los ingredientes de una campaña de éxito, la diferenciación de la fruta de hueso del Valle del Cinca y los objetivos de la empresa están presentes en esta entrevista.

Valencia Fruits. Desde el punto de vista de Frutas Ibarz e Hijos, ¿hacia dónde enfocan sus variedades de fruta de hueso? ¿Qué parámetros son más demandados?

Carol Ibarz. Calibre, color, sabor, dureza... son parámetros importantes para la fruta de hueso. De hecho, la gran mayoría de variedades actuales cuentan con mucho color.

En cambio, el calibre depende mucho del tipo de venta que tiene cada una de las empresas. Los calibres más pequeños, hasta cierto tamaño, son los preferidos por los supermercados por aquello del precio y, en cambio, los calibres grandes se venden mejor en mercados.

VF. ¿Qué características aporta a la fruta de hueso la zona productora de Fraga?

Carol Ibarz. Destacaría que la fruta del Valle del Cinca es una

fruta que se caracteriza por su sabor pero por sí sola no se cultivaría ni llegaría a los mercados si no fuera por el excelente trabajo y profesionalismo del conjunto de productores y agricultores de esta zona de producción.

Añadiría también la labor continua en renovación varietal buscando aquellas que mejor se adaptan a las condiciones agroclimáticas de esta zona y aceptadas por el consumidor.

VF. ¿Describe el momento actual de campaña?

CI. Este año tenemos bastante fruta después de dos años de heladas e, incluso, en algunas zonas tres años, pero este año tenemos el problema con el agua de riego por la sequía con prorrato de agua, aunque ahora gracias a las lluvias de junio parece que en nuestra zona se ha solucionado de momento. En otras palabras, por una causa u otra en las últimas campañas estamos sufriendo algún tipo de problema.

VF. Pasemos a hablar de mercados, ¿principales destinos de su producción de fruta de hueso?

CI. En cuanto a nuestra producción de fruta de hueso, un elevado porcentaje se destina a países europeos como Alemania, Holanda, Italia, Polonia, Suiza...

y otro porcentaje menor, a mercado interior.

La oferta de fruta de hueso de Frutas Ibarz contempla un calendario de junio a septiembre con la intención de intentar alargar la campaña con pera de verano y de invierno. Es en la campaña de invierno cuando trabajamos más el mercado interior en diferentes zonas de España.

VF. ¿Objetivos?

CI. En la línea de los últimos años. Intentar hacerlo lo mejor posible igual para los proveedores como para los clientes e intentar obtener la máxima rentabilidad para el productor y comercializador.

Obviamente, también implementar aquellas mejoras que creemos necesaria en los equipos de producción y confección.

VF. Bajo su experiencia, ¿cuáles son los ingredientes de una campaña de éxito?

CI. La fórmula mágica de una campaña con éxito sería una producción normal, con una calidad óptima y unos precios rentables para el agricultor y comercializador. Todo ello no depende de nosotros, y la climatología, caprichosa, a veces juega un papel importante en la cantidad y calidad del producto.



frescujajos

Pol. Fondo de Litera. C/ Pagesos P-69-70, nº10 22520 FRAGA (Huesca)
Tel.: 974 454 963 • info@frescujajos.com • www.frescujajos.com



MARC VENDRELL / Presidente de Excofrut

“La experiencia nos dice que la clave del éxito está en la calidad, calidad y más calidad”

Este año Marc Vendrell, gerente de Frutas Torres Molins, es el nuevo presidente de Asociación Profesional de Frutas y Hortalizas de Huesca (Excofrut) desde poco más de un mes. En esta entrevista abordamos diferentes temas de la Asociación así como la actualidad del mundo de la fruta de hueso.

Valencia Fruits. Para empezar, nuevo en el cargo de presidente de Excofrut. ¿Qué objetivos se plantea al frente de la asociación?

Marc Vendrell. El objetivo principal es abastecer las necesidades de los asociados, recoger sus inquietudes y mirar de aportar soluciones que abarquen todos los ámbitos de nuestras empresas desde formación, pasando por ferias, hasta comunicación.

VF. ¿En qué proyectos está inmersa Excofrut?

MV. Excofrut a día de hoy está inmersa en proyectos de formación para los asociados en temas como, por ejemplo, contratos y otras obligaciones de la ley de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

VF. Como voz autorizada del sector; una pincelada del momento de campaña de fruta de hueso de la zona...

MV. En este momento nos encontramos en una situación de presión por el solapamiento de la producción extremeña, murciana, leridana y aragonesa.

Hay que tener en cuenta que otros países productores, como Grecia e Italia, están ofreciendo fruta y, en consecuencia, la demanda está siendo por debajo de la esperada.

VF. ¿Está afectando o afectará la sequía a los cultivos de fruta de hueso? Al respecto, ¿algunas medidas sobre la mesa?

MV. La sequía está afectando a los calibres de la fruta de hueso, estamos teniendo un calibre por debajo de lo esperado.

La falta de horas de riego o la escasez de riego en algunos casos ha mermado las producciones en



Marc Vendrell se ha marcado como reto cubrir las necesidades de los asociados, recoger sus inquietudes y aportar soluciones que abarquen todos los ámbitos de las empresas de Excofrut. / FRUTAS TORRES MOLINS

Excofrut

La Asociación Profesional de Frutas y Hortalizas de Huesca (Excofrut) nace en el año 1976 de la inquietud de un grupo de comerciantes que en la actualidad agrupa a casi empresas del Bajo Cinca, si bien es de ámbito provincial.

La labor de la asociación, que es de ámbito provincial, es mantener informado de todo aquello que ocurre en nuestro sector. Es miembro de Fepex (Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores

de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas), federación que nos nutre la mayor parte de esa información, y, desde su creación, de Fedefruta Aragón. “Con esta Federación hemos conseguido tener una voz única en Aragón a la hora de afrontar cualquier problema o inquietud, establecer lazos de colaboración, e interlocución con todos los sindicatos agrarios”.

Alguna de las iniciativas promocionales en que ha colaborado Excofrut es la campaña CuTE-4 You o, en otro ámbito de trabajo, manteniendo reuniones con administraciones y otras organizaciones para defender los intereses de los asociados. ■

variedades tempranas por infra calibre y calibres pequeños. Esperamos que la fruta de variedades más tardías obtengan los calibres deseados.

VF. En clave de futuro, ¿hacia qué plantaciones de fruta y hortaliza se decanta la zona?

MV. La experiencia nos dice que la clave del éxito está en la calidad, calidad y más calidad.

Tenemos que ofrecer un producto mejor que nuestra competencia y el entorno nos lo permite; para ello, apostamos por nuevas variedades y mucha dedicación en el cultivo y el envasado.

En cuanto a variedades, se está apostando por nectarina, melocotón rojo y paraguay.

VF. Un resumen de la pasada campaña...

MV. La campaña pasada podemos decir que fue completamente opuesta a esta campaña porque la demanda era fuerte por las altas temperaturas en Europa y la oferta era floja debido a las heladas y pedriscos que sufrimos en el Bajo Cinca.

VF. Ustedes acuden a Fruit Attraction como expositores, ¿con qué objetivos y qué retorno consiguen?

MV. Excofrut desde hace años es expositor en Fruit Attraction donde los asociados pueden utilizar el stand para reunirse con sus clientes o captar de nuevos.

El objetivo es brindar la oportunidad de fomentar la relación comercial de los comerciantes de la zona productora del Bajo Cinca con el exterior y dar conocer nuestro producto de calidad a las distribuidoras.

VF. En clave particular, ¿qué oferta presenta Frutas Torre Molins y objetivos para este año 2023?

MV. En Frutas Torre Molins creemos plenamente en el cultivo de la fruta de hueso aunque somos conscientes de que el crecimiento en este cultivo no es necesario ni beneficioso para el sector; esta campaña lo está dejando claro.

Estamos apostando por cultivos de invierno, como puede ser la pera Conferencia, para poder ofrecer una estabilidad continua de 365 días de oferta a nuestros clientes y trabajadores.

Los cultivos como el kaki Rojo Brillante también es interesante en nuestra zona por la ausencia de las plagas, como Cotonet y Negrilla, que arrasan en la Comunidad Valenciana.

INICIADA LA CAMPAÑA DESDE EL DÍA 4 DE JUNIO

mercado de frutas en origen del Bajo Cinca y Bajo Aragón



sólo fruta fresca

Compre directamente al agricultor la fruta recogida durante la mañana: melocotones, albaricoques, cerezas, ciruelas, higos, manzanas y peras con todo el sabor, aroma, color y textura de la fruta más fresca. **Toda la oferta en envase normalizado.**

lunes a viernes, 12 h. / domingos y festivos, 9 h. / visperas y sábados no hay mercado

COMPRA DIRECTA
AL AGRICULTOR
SIN INTERMEDIARIOS
DE NINGÚN TIPO

Mercó FRAGA



N-211 Fraga-Mequinenza
Salida “Fraga” en la AP2
Tel. 974 47 31 66
Fax 974 47 30 14

www.fraga.org
e-mail: merco@fraga.org

