

valencia

fruits

18 de julio de 2023 • Número 3.034 • Año LXI • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La producción total de limón se ha situado en aproximadamente un millón de toneladas, lo que supone una reducción del 20%. / AILIMPO

Los citricultores cierran una campaña de limón complicada

La temporada ha estado marcada por la merma de cosecha y los costes de producción

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN**
Los citricultores han concluido esta complicada campaña de limón con una producción total de un millón de toneladas, lo que supone una reducción del 20% respecto a las cifras del año pasado, en un escenario geopolítico marcado por el incremento en los costes de producción.
El director de la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo, José Antonio García Fernández, ha resaltado el “escenario muy complejo” al que se han enfrentado los productores este año con el incremento de los costes energéticos.
El descenso de la producción se ha debido, entre otros factores, a una merma en la cosecha, que ha provocado a su vez un “menor rendimiento de kilogramos por hectárea”. Teniendo en cuenta el aumento de los costes a nivel de productor y, por otro, este descenso en el rendimiento, el balance final es “complicado” aunque el análisis general que hacen los agricultores es que “se ha podido salvar la campaña” en relación con la renta de los productores.

Por ejemplo, el precio medio sobre árbol del limón durante la semana 37 de este año ha sido de 0,4 euros, mientras que el año anterior, en el mismo periodo fue de 0,2 euros y en el 2021 de 0,3 euros. Dentro de este “escenario complejo”, los precios pagados al productor “han sido positivos”, y en el caso de la campaña de limón Fino, que empezó a finales de septiembre y finalizó en abril, el pago al agricultor ha rondado entre los 30 y 35 céntimos por kilo.
■ **CAÍDA DE LA EXPORTACIÓN**
Los últimos datos actualizados del MAPA, de septiembre de 2022 a abril de 2023, muestran que las exportaciones de limones han descendido, aunque en menor medida, por tercer año consecutivo. Con un total hasta esa fecha de 442.327 toneladas, un 5,3% inferior con respecto a 2021/22 y un 8,5% inferior a la media de las últimas cinco campañas. En valor, se produce un incremento del 5,5% respecto a 2021/22 y un 6,1% respecto a la media, con una cifra de 551,3 millones de euros, superior a hace un año y a la media.

Al detalle, entre los meses de octubre y marzo las cantidades exportadas se han situado por encima de dichos meses de la campaña pasada, si bien no han llegado a alcanzar los valores medios, una cifra que se ha rozado en diciembre.
El director de Ailimpo ha resaltado que “el contexto económico en Europa, principal mercado al que se destina el 90% de las exportaciones” se ha visto resentido, sobre todo, por la inflación que sufren de forma general todos los países europeos.
Sin embargo, los datos del MAPA indican que el valor unitario de las exportaciones de limones se ha incrementado en un 11,5% y en un 16% respectivamente, en relación con la pasada campaña y la media.
En cuanto a las condiciones climáticas, el director ha sostenido que los episodios de calor y la sequía prolongada ha afectado a la producción, aunque en el periodo de floración han contado con “condiciones climáticas favorables, lo que no ocurrió en los meses de marzo y abril de 2022”.

La superficie de producción de esta fruta “se ha mantenido estable”, alcanzando “prácticamente una superficie de 51.000 hectáreas de producción en todo el país” y, de cara a la próxima campaña ha adelantado que se cuentan con “buenas perspectivas”, con lo que esperan “recuperar las producciones normales”.
■ **CANAL HORECA**
En un contexto en el que las frutas y las verduras frescas han experimentado, en general, un descenso en su consumo en los hogares, García Fernández ha lamentado que el Ministerio no ofrezca datos sobre “cómo está evolucionando el consumo en el canal Horeca”. Este es un canal “muy importante” para el sector, ya que estima que “entre un 50% y un 60% del consumo del limón no se realiza en los hogares, sino a través de esta vía”. Por ello, el director de Ailimpo indica que han pedido al MAPA “que se recuperen los informes sobre este canal para poder tener una fotografía real acerca de cómo está funcionando el consumo”.



Esta semana

- 3

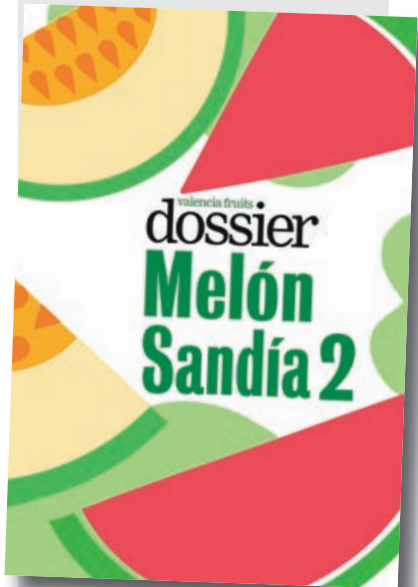
La UE intercepta 10 envíos de cítricos de Sudáfrica con el hongo que provoca la Mancha negra
- Movimientos interesantes entre los principales protagonistas del sector de Retail Gran Consumo en España
- 4

El Comité de Gestión de Cítricos asumirá la próxima presidencia de Intercitrus
- 6

La campaña de promoción del CAECV ‘Ecologízale’ se centra en las personas
- Marisol y Valencia Late, las variedades con mayor crecimiento en las búsquedas de cosechas
- 7

La DOP Cereza del Jerte cierra una de las peores temporadas en 35 años
- 9

La campaña de berries onubense concluye con descensos en fresa, arándano y frambuesa
- La superficie de cultivo ecológico en Murcia supera el objetivo de la UE



ÍNDICE	
Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	7
Agrocotizaciones:	10





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 Valencia de la huerta y los mercados

Por GONZALO GAYO

Los agricultores de Valencia son un ejemplo para el mundo, por su larga tradición de más de 1.200 años, ofreciendo la calidad de la huerta mediterránea. La frescura de sus productos queda reflejada en la Tira de Contar, en los mercados ambulantes y en cada comercio que ofrecen cosechas recién recogidas para que lleguen a nuestras mesas los más frescos y saludables, desde el Km 0.

La huerta de Valencia atesora la sabiduría milenaria de culturas y tradiciones que nuestros agricultores han sabido legar de generación en generación, en este paraíso de la agricultura que nos permite obtener hasta cuatro cosechas en la tierra que poblaron las grandes culturas del Mediterráneo.

Hoy la huerta de Valencia es un ejemplo para el mundo, tal y como atestigua la FAO y reconoce la ONU, por su sostenibilidad, por su tradición, sabiduría y por llevar de la huerta a la mesa en apenas unas horas aportando a nuestra dieta toda la riqueza de los productos.

La huerta de Valencia y su Albufera son un tesoro de la naturaleza inigualables, que conviven con el desarrollo y progreso de una de las grandes ciudades europeas que tiene el principal puerto del Mediterráneo.

La agricultura de Valencia es un ejemplo de vida y un orgullo que nos conecta con nuestros orígenes y con la naturaleza en el ciclo de la vida.

La sabiduría de las culturas judía, árabe, cristiana e incluso china con la 'Ruta de la Seda', queda reflejada en el sistema de riesgo, el comercio y carácter exportador así como en la forma de impartir justicia en el reparto de los recursos hídricos.

El progreso, la tradición y sostenibilidad de nuestra agricultura es motivo de estudio y un ejemplo para otras grandes ciudades del mundo, tal como declaró la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Apenas hace cuatro años, la FAO declaraba el "Regadío histórico de l'Horta de València" como un ejemplo mundial, tras otorgar la categoría de Sistema Importante del Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM). Una gran ciudad que se abastece de su huerta y que cuida sus entornos naturales es un valor de nuestro ADN como pueblo y gracias a nuestros agricultores.

"La Horta de Valencia y la Albufera tienen un valor incalculable. Sin embargo, la mitad de los cultivos que se cultivan aquí corren el riesgo de desaparecer en



Albufera de Valencia. / GONZALO GAYO

la región. Sus cítricos tienen etiqueta de Indicación Geográfica (IG) por su gran calidad y variedad. El sitio también alberga una amplia gama de aves, peces y plantas, muchas clasificadas como raras, endémicas o en peligro de extinción", dijo Yoshihide Endo de la FAO, quien coordina el programa SIPAM.

Más de 6.000 pequeñas explotaciones agrícolas y miles de parcelas de cultivo arropan a la ciudad de Valencia y su área metropolitana. Alrededor de 4.000 hectáreas se dedican al cultivo de hortalizas, especialmente cebollas, alcachofas, calabazas y lechugas. Las naranjas, mandarinas y chufas son importantes en la zona norte del lugar, mientras que en la zona sur, que se extiende hasta el Parque Natural de la Albufera, se cultivan 2.000 hectáreas de variedades centenarias de arroz autóctono. El parque de la Albufera alberga 2.800 hectáreas, siendo el lago más grande de España y una de las zonas húmedas más importantes de la Península Ibérica. Brinda alimentos y otros beneficios tanto a los pescadores como a los productores de arroz y los atardeceres más bellos del mundo.

Nuestros agricultores han sido los guardianes de estos tesoros que nos brindó la naturaleza y que corrieron peligro por la especulación. La huerta sigue amenazada por el avance del ladrillo y el cemento dispuestos a enterrar nuestra historia y agricultura. Es una obligación de todos legar a las futuras generaciones tan enorme tesoro y ello es posible poniendo en valor la labor de nuestros agricultores.

Es por ello necesario que desde el Ayuntamiento de Valencia y los nuevos

equipos de responsables traten de guardar, preservar y poner en valor tanta riqueza y sabiduría protegiendo de la especulación estos espacios y facilitando a los agricultores locales la venta de sus productos en los barrios de Valencia.

Las Tira de Contar y mercados ambulantes de productos agrícolas en los barrios es una iniciativa que trata de recuperar una ancestral tradición y que debe potenciar el nuevo equipo del Ayuntamiento de Valencia, desde Malilla a la Plaza del Ayuntamiento pasando por cada distrito en el que no haya un comercio local que satisfaga la necesidad de productos de nuestra huerta.

El anuncio de la supresión de algunos de estos puestos ambulantes de nuestros agricultores en Valencia ha abierto el debate y la necesidad de potenciar, desde el consenso, la posibilidad de que nuestros agricultores vendan sus cosechas como lo hicieron siempre.

Ante el anuncio de supresión de los mercados agrícolas ambulantes, la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) manifiesta su defensa en la puesta en marcha de mercados de venta directa de productos cultivados por los propios agricultores, ya sean permanentes o con una periodicidad establecida, situados en aquellas plazas o lugares públicos. Desde AVA instan a consensuar con el ayuntamiento de Valencia y otros municipios para que no generen competencia desleal a los comerciantes que tienen sus establecimientos de manera estable y legal. La organización preside Cristóbal Aguado hace pública su posición, la cual viene manteniendo en el seno del Consell Agrari de Valencia, ante la polémica de los puestos frente al Mercado de Colón.

El representante de AVA-Asaja en el Consell Agrari de Valencia, Jaume Valls, considera que "los mercados de venta directa que se han instalado en Castellar o Malilla están bien ubicados, pero en el caso del Mercado de Colón los comerciantes han manifestado reiteradamente su indignación, por lo que deberían consensuarse otros sitios que provoquen menos malestar social".

La organización agraria que preside Cristóbal Aguado defiende la forma ancestral de la venta directa de productos agrarios en la puerta de las casas o almacenes de los agricultores.

Sorprende que en media Europa los municipios potencian este canal de comercialización complementario o alternativo a los productores para vender directamente sus cosechas a unos precios dignos, incluido los cítricos valencianos.

Sin duda, habrá tiempo para dialogar y repensar cómo Valencia debe poner en valor su historia y su ADN agrícola con las necesarias facilidades a los agricultores que apuestan por la venta directa y cuando nos encontramos a las puertas de ser la Capital Verde Europea en 2024.

Ojalá sea la oportunidad para poner en valor la labor de nuestros agricultores y de las generaciones que les precedieron, para manifestar con orgullo su inmensa labor en esta Valencia de las oportunidades para todos.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

La UE intercepta 10 envíos de cítricos de Sudáfrica con el hongo que provoca la Mancha negra

Las interceptaciones se disparan y crece el riesgo de entrada de la enfermedad

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La Unió Llauradora denuncia que las interceptaciones de cítricos importados desde Sudáfrica durante el mes de junio en la UE con organismos nocivos son escandalosas con once rechazos contabilizados, de los que diez son de la *Phyllosticta citricarpa*, el hongo que provoca la temida enfermedad de la Mancha negra de los cítricos. “En junio de 2022 el país sudafricano tuvo una sola interceptación del primer hongo y en 2021 dos, por lo que el incremento este año es brutal”, señalan desde la organización agraria.

La Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) ya realizó un informe en el cual alertaba del riesgo ante la posible introducción de esta enfermedad en la UE. El alto número de países desde los que se ha interceptado y el volumen de interceptaciones demuestran que la importación de fruta fresca es una potencial vía de entrada. Su introducción podría tener un efecto negativo tanto para la fruta fresca de cítri-



La elevada detección de la enfermedad evidencia los fallos en el control. / VF

cos, como un impacto ambiental por el posible aumento de uso de fungicidas, aunque también afirma el organismo que aquellos con mayor eficacia demostrada están prohibidos en el ámbito comunitario.

La elevada detección de la enfermedad en cítricos de Sudáfrica pone en evidencia los fallos en el sistema de control en origen del país africano para evitar su salida y que, en consecuencia, no existen garantías que la fruta

expedida proceda de zonas citrícolas libres de este tipo de plagas de cuarentena ni que se haya hecho un buen control postcosecha. Este tipo de negligencias podría conllevar en caso de entrar la afección a una citricultura europea orientada al mercado en fresco, y no a la industria del zumo que es la única salida que tiene la fruta afectada por la Mancha negra, pérdidas irreparables y la desestabilización del sector citrícola europeo.

Por todas estas circunstancias y el riesgo que entraña, La Unió solicita la suspensión automática de las importaciones procedentes de aquellos países terceros, como es el caso de Sudáfrica, que no puedan garantizar la seguridad fitosanitaria de sus envíos porque si entra una plaga ya no se puede erradicar y siempre son los mismos países los que encabezan el listado de las interceptaciones. En este sentido, cabe recordar que las detecciones de cítricos con presencia de la *Phyllosticta citricarpa*, así como de la polilla *Thau-*

matotibia leucotreta, son una constante durante las últimas campañas y hay que prevenir que entre fruta con estas plagas en la citricultura europea. La organización insiste asimismo en la extensión del tratamiento de frío a las mandarinas para evitar la entrada de la *Falsa polilla* y reforzar las medidas en origen para controlar enfermedades no presentes aún en la citricultura europea.

Por otra parte, la organización agraria considera que ratificar o suscribir acuerdos por parte de la UE como por ejemplo con Mercosur o Sudáfrica es un grave error, pues no existen estudios profundos ni rigurosos de impacto sobre los efectos que causan en nuestro sector agrario ni sobre las consecuencias de la posible entrada de una plaga o enfermedad, algo que ya estamos pagando con la Xylella o con el Cotonet de Sudáfrica.

Carles Peris, secretario general de La Unió, señala que “todo lo que sean acuerdos sin reciprocidad en los estándares de producción o en el uso de materias activas, sin plenas garantías fitosanitarias en materia de plagas, sin adquirir los compromisos de reducción que plantea la estrategia europea ‘De la granja a la mesa’ y sin ordenación en cuanto a los periodos de importación para que no solapen a las producciones europeas que no sean deficitarias, es volver a incurrir en los mismos errores de siempre que causan siempre un enorme impacto negativo al sector europeo”.

Movimientos interesantes entre los principales protagonistas del sector de Retail Gran Consumo en España

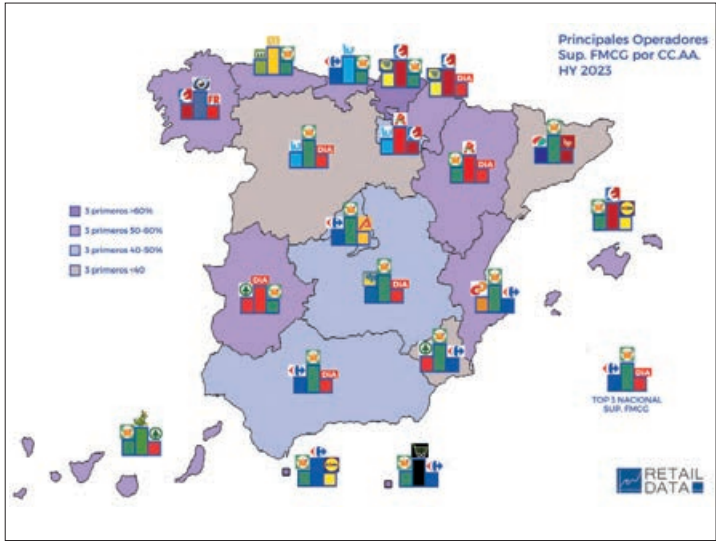
La reestructuración de Grupo Dia ha sido el principal detonante de los cambios en las primeras posiciones y Mercadona está presente en los podiums de 14 de las 17 comunidades autónomas

► **JUAN CARLOS MATARRUBIA. (*)** Interesantes movimientos los que se han producido en los últimos doce meses entre los principales protagonistas del sector de Retail Gran Consumo. La reestructuración de Grupo Dia, donde han primado traspasos y cierres (aunque también se haya reactivado la expansión) ha sido el principal detonante de los cambios en las primeras posiciones referidas al control de la superficie comercial FMCG.

Con datos cerrados a primer semestre de 2023, Mercadona está presente en los podiums de 14 de las 17 comunidades autónomas tras irrumpir en Asturias, Cantabria y el País Vasco si tomamos como refe-

rencia la situación de HY 2022. Además, en 7 de las 14 comunidades es el principal operador por sala de venta. En lo que respecta a Dia, continúa entre los tres primeros en 6 comunidades autónomas tras salir de estas posiciones en Asturias, Cantabria, Madrid y Región de Murcia. Carrefour España, segundo operador a nivel nacional, figura en el pódium en cinco comunidades y en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, mientras Alcampo es la cadena más reforzada, aupándose al liderazgo en Aragón y avanzando posiciones en varias comunidades como Madrid y el cuadrante noroeste, aunque no le alcance para estar entre las tres primeras.

■ **LAS CADENAS REGIONALES** Muy significativa es la solidez de los líderes regionales. En cuatro comunidades son el principal operador por superficie FMCG, como son Galicia (Gadisa), Asturias (Alimerka), Canarias (Dinosol Supermercados) y Cantabria (Semark Ac Group) y son un total de 13 las que cuentan con una o varias de estas compañías en el pódium. Destaca la entrada de Ahorramas SA en la tercera posición de Madrid; la consistencia de Condis Supermercats o Bon Preu SAU en Cataluña; la solidez de BM Supermercados en País Vasco y Navarra; el buen hacer de asociados de Spar como Cencosu (Spar Gran Canaria), Upper, Lider Aliment SA (a los que se podría añadir un Fragadis SL lí-



Es muy significativa la solidez de los líderes regionales. / RETAIL DATA®

El supermercado Mercadona está presente en los podiums de catorce de la diecisiete comunidades autónomas y es el principal operador por sala de venta en siete de las catorce comunidades

der de Tarragona, aunque no esté en el pódium de Cataluña), o la posición de Froiz, Hijos de Luis Rodríguez, SA o La Despensa Supermercados en sus respectivas comunidades. Cabe destacar al margen el caso de Eroski, que lidera con mano firme los mercados de Euskadi, Navarra, Illes Balears y pugna muy cerca del

líder en la comunidad autónoma de Galicia a través de su partner Vegalsa-Eroski, muy activo en todos los frentes con apertura de hipermercados, grandes supermercados y superficies y avance en franquicias.

(*) *Socio director de Retail Data*

■ A 15 DE JULIO

Exportados 438.672.938 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2022/2023, a 15 de julio, se han enviado a países terceros, en exportación (438.040.073) y reexportación (632.865), un total de 438.672.938 kilos según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2021/2022, a 16 de julio de 2022, lo exportado eran 547.287.262 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 22/23		Campaña 21/22	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	1.238.012		643.949	989
Angola	49.155		91.855	
Arabia Saudita	9.554.657		22.512.653	
Argentina	1.698.098		1.356.987	
Argelia		3.518		
Armenia	14.437		16.436	
Australia			166.460	
Bahrain	244.284		233.165	
Bielorrusia	37.350		926.273	4.950
Bosnia-Herzegovina	906.078		728.542	
Brasil	13.003.056		12.457.670	
Bulgaria			14.990	
Burkina Faso			5.753	
Cabo Verde	375.674	19.538	377.897	28.751
Canadá	30.884.533		53.738.459	
China	3.774.589		5.053.445	
Colombia	1.211.353		980.973	
Congo (República)	2.995			
Corea del Sur	884.952		1.355.325	
Costa de Marfil	123.108	6.370	134.529	30.106
Costa Rica	1.604.913		1.681.379	
Curaçao	421.113		538.622	
Ecuador	416.819		44.880	
El Salvador	443.395		358.626	
Emiratos Árabes Unid	8.445.354		14.943.572	
Estados Unidos	1.832.624		1.082.435	
Gabón	11.136		81.450	
Ghana	44.791	2.344	163.450	
Gibraltar	378.909	17.126	373.449	14.047
Gran Bretaña	250.007.381	137.331	299.420.787	503.253
Guatemala	454.487		512.989	
Guinea			11.862	4.003
Guinea Ecuatorial	299.387	60.426	306.804	63.289
Guinea-Bissau	15.380	3.150	13.982	
Honduras	617.688		359.329	
Hong-Kong	1.060.611		1.025.452	
Irlanda	31.051		148.403	
Islandia	929.864	1.440	976.364	
Jordania	23.562			
Kazajistán	22.224		21.474	
Kuwait	676.292		539.368	
Liberia	45.548	1.346	30.079	
Malasia	411.414		3.180.020	
Maldivas			22.230	
Mali	23.410	11.944	36.894	12.199
Marruecos	982		830	
Mauritania	7.943	3.597	9.580	13.500
Moldavia	626.377	15.063	1.146.142	52.109
Nigeria	197.720		240.705	
Noruega	40.477.695	43.522	42.651.677	44.380
Omán	736.573		1.942.793	
Panamá	1.427.417		1.802.886	
Qatar	1.579.066	1.120	4.157.917	
Rep. Centrafricana	94.932	56.039	123.794	120.855
Senegal	51.465		41.905	1.160
Serbia	2.472.015		3.266.306	
Seychelles			51	10
Sierra Leona	12.773		12.497	
Singapur	198.924		376.961	
Sri Lanka			47.884	
Sudáfrica	987.335		1.637.012	
Sudán			14.080	
Suiza	54.359.043	248.993	57.979.841	181.796
Ucrania	2.309.051		3.989.058	6.529
Uruguay	281.079		94.161	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	272.663	960	357.269	800
Satsuma	10.854.275		13.815.130	9.758
Clementina	77.119.163	24.340	87.027.248	11.027
Clementina con hoja	9.383.311	2.320	9.977.179	769
Clemenvilla	5.391.034		5.519.388	
Hernandina	668.587		1.094.367	
Kara			40	
Fortuna			133.692	
Mineola	8.005		42.199	
Ortanique	7.368.858		9.669.633	
Ellendale	7.590		70	
Otras mandarinas	45.302.011	24.622	53.934.219	19.671
Uso industrial	43.200		289.952	
Nadorcott	26.275.285	61.951	31.869.422	440.076
■ TOTAL MANDARINAS	182.693.982	114.193	213.729.807	482.101
Navelina	56.001.210	2.457	63.756.682	31.596
Navel	11.799.077	6.836	19.396.646	2.897
Navel Late	1.623.398	1.731	3.550.010	4.090
Lane Late	58.470.367	15.063	71.482.643	4.807
Salustiana	6.258.444		14.596.326	9.368
Cadenera	11.276		35.309	
Sanguina	511.124		426.378	
Sanguinelli	855.969		1.024.808	
Valencia Late	13.850.709	97.802	20.939.035	170.056
Verna	143.684	1.420	1.366.546	7.144
Otras	15.918.461	74.131	16.145.016	60.823
Uso industrial	143.660		240.243	
Navel Powel	8.604.114		23.128.039	
Barberina	1.042.561		1.563.129	
■ TOTAL NARANJAS	175.234.055	199.440	237.650.811	290.781
■ TOTAL LIMONES	74.878.064	299.200	89.991.949	295.935
■ TOTAL POMELOS	5.159.162	20.031	4.779.618	13.048

El CGC asumirá la próxima presidencia de Intercitrus

El objetivo del Comité de Gestión de Cítricos será vigilar el *cold treatment* y avanzar en reciprocidad



Se confirma el relevo al frente de la organización de Enrique Bellés por Inmaculada Sanfeliu. / CGC

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El pleno del Comité de Gestión de Cítricos (CGC)—la asociación que aglutina a empresas privadas, grupos empresariales y OPs con intereses repartidos por buena parte de España—ratificó recientemente las líneas maestras que impulsará cuando asuma, a partir del próximo 27 de julio y durante la próxima campaña, la presidencia de Intercitrus. En esa fecha está previsto que se celebre la asamblea general de la interprofesional, que confirmará el relevo al frente de la organización de Enrique Bellés—en nombre de Cooperativas Agro-alimentarias—por Inmaculada Sanfeliu, que asumirá por segunda vez esta responsabilidad, aunque en esta ocasión por la rama de la producción, en representación de la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas Integradas en el propio CGC (AOPCC).

Según lo avanzado en el pleno, los dos grandes objetivos de consenso que se perseguirán serán: seguir trabajando en materia de sanidad vegetal para asegurar, entre otras metas fundamentales, el cumplimiento “estricto” del *cold treatment* para las importaciones de naranjas procedentes de países terceros con presencia de Falsa polilla y avanzar en materia de reciprocidad, esto es, “garantizar que toda la oferta citrícola que acceda al mercado europeo cumpla con las mismas condiciones de producción, exigencias medioambientales, fitosanitarias, laborales y sociales que se aplican a los citricultores europeos”, avanzó Sanfeliu.

El cambio en la presidencia se producirá justo cuando acaba de arrancar la campaña de naranjas del hemisferio sur, con lo que aún no se dispone de información para acreditar si, efectivamente, los países afectados por la citada plaga—cuya lucha está regulada como “prioritaria” por la UE—están realizando sus envíos con el tratamiento de frío aprobado

El 27 de julio la interprofesional confirmará el relevo de Enrique Bellés (Cooperativas Agro-alimentarias) por Inmaculada Sanfeliu (CGC), que asume por segunda vez el cargo, ahora en representación de las Organizaciones de Productores (OPs) afines al comercio privado

por la Comisión Europea en junio del año pasado.

Como denunció con reiteración el CGC y trasladó Intercitrus en noviembre de 2022 a una delegación de la DG Sanco que visitó Valencia, al menos durante la campaña pasada, determinados países—como Sudáfrica—no cumplieron y exportaron sus naranjas sin ajustarse a lo publicado en el Diario Oficial de la UE. Con la intención de que esta situación no se repita, una vez pasada la primera temporada de transición y ya con requisitos del *cold treatment* más rigurosos, Sanfeliu quiere promover medidas para garantizar una mayor transparencia en cuanto a la verificación del régimen de temperaturas (del *precooling* en origen y del propio tratamiento en frío en tránsito). Junto a ello, dado que la mandarina y el pomelo también son hospedadores de este patógeno, la interprofesional promoverá acciones para ampliar este requisito a las importaciones europeas de estas dos especies procedentes de países con presencia de *T. leucotreta*.

Lo cierto es que, pese al tiempo transcurrido para poder adaptarse, pese al posicionamiento científico favorable de la EFSA (Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria), pese a que la propia Sudáfrica exporta por causa de esta misma plaga a decenas de países (como EEUU, China, Japón, India o Corea) con un tratamiento de frío más exigente que el de la UE, la Citrus Growers Association of Southern Africa (CGA) no ha cejado en su campaña contra la medida y sigue presionando

aún hoy para revertirla, lo que alimenta las suspicacias sobre su cumplimiento.

Durante los últimos meses, además, desde el CGC se viene trabajando en la concreción de una estrategia para avanzar a través de la voz de la interprofesional en otras medidas en materia de reciprocidad. Más concretamente y con independencia de la defensa de la inclusión de cláusulas espejo en todos los tratados comerciales que pueda ratificar o revisar la CE con países terceros—como el de Mercosur—se quiere incidir en “acabar con la doble vara de medir” que—en palabras de Sanfeliu—la UE aplica en su política de plaguicidas, en clara referencia a lo que viene ocurriendo con las importaciones de cítricos de Turquía y Egipto.

Íntimamente ligado con ello, más aún asumiendo España la presidencia de turno del Consejo de Europa, se prevé un semestre especialmente intenso en cuanto al debate de todo lo concerniente a la agenda medioambiental 2030. “Las exigencias del Pacto Verde, de la Estrategia de la Granja a la Mesa y su reglamento sobre el uso sostenible de fitosanitarios o la última propuesta de Bruselas sobre la gestión sostenible del suelo deben de estar condicionadas, de un lado, a los correspondientes informes de impacto y a las alternativas que nos queden a los agricultores europeos para ser competitivos y por lo mismo a que esas mismas condiciones se apliquen con idéntico rigor y sin excepciones a todos los cítricos que se comercialicen en la UE, tanto a los europeos como a los de origen foráneo”, explica Sanfeliu.

ANÁLISIS



En exportación, desde 2011 los envíos de melón se han estabilizado mientras que las sandías no paran de crecer; principalmente variedades sin semillas. / O ORZANCO

Sandías y melones: hasta en los productos más clásicos hay cambios

► **PACO BORRÁS. (*)**

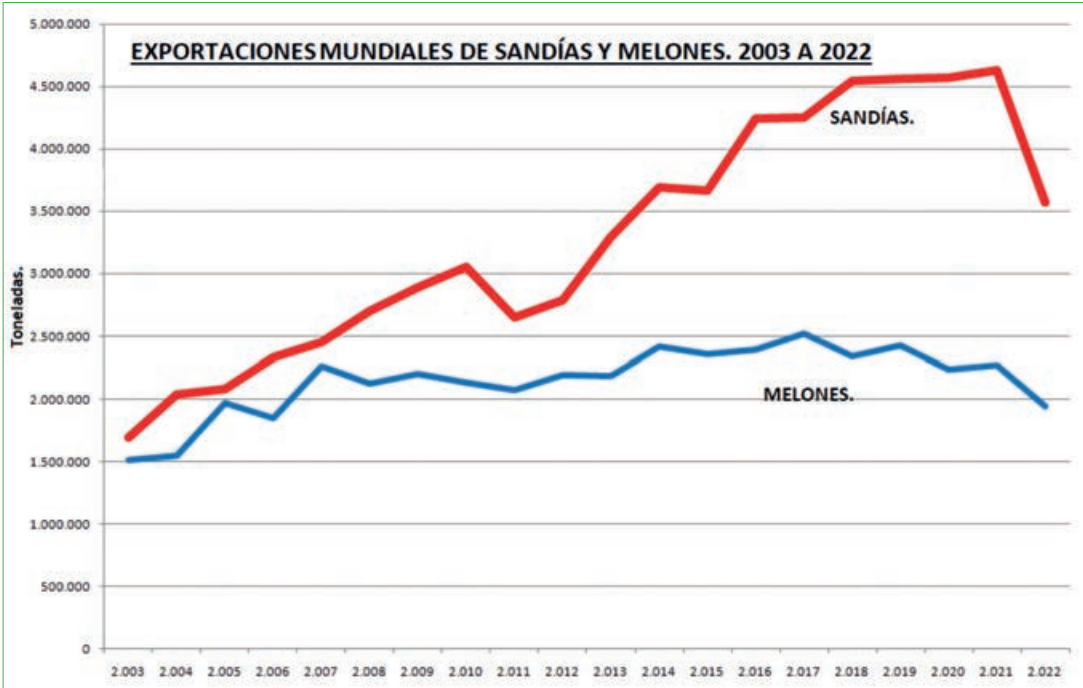
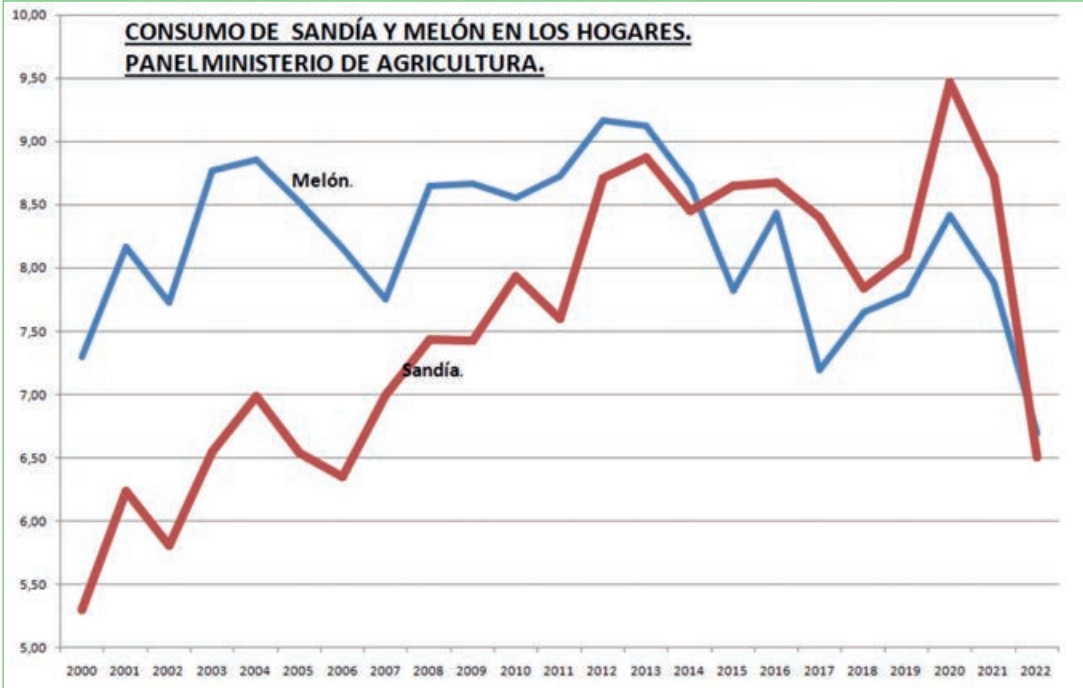
La campaña pasada y la actual han sido por causas climáticas totalmente diferentes a las anteriores en el cultivo de sandías y melones. En ambos casos las productividades por hectárea se han visto mermadas generando, en diferentes momentos de las dos campañas, situaciones de tensión en el mercado que han repercutido directamente en los precios.

En particular en la campaña actual, las tormentas de mayo y junio afectaron de forma especial a las plantaciones de Murcia provocando una situación de precios a finales de junio y en julio totalmente desconocida en España. No se habían visto hasta ahora precios al detalle en cadenas de descuento por encima del euro en julio y parece que continuará.

Por otro lado, estamos viendo que los precios de sandías están siendo en muchos casos superiores a los melones, y tampoco esto se había visto normalmente con anterioridad.

En este punto, creo que no estamos sólo ante una situación puntual de fallo de cosecha de sandías. Estamos ante una situación de cambio del consumidor que hoy está comprando más sandía que compraba hace unos años como nos demuestran los informes del 'Panel de Consumo en los Hogares' del Ministerio de Agricultura y las informaciones de los volúmenes mundiales de comercio en sandías y melones.

La semana pasada se publicó el consumo en los hogares de 2022 lo que nos permite completar el cuadro del consumo de sandías y melones de lo que llevamos del siglo actual. Dicho cuadro nos muestra claramente que en el año 2000 se consumían 7,29 kilos de melones frente a sólo 5,30 de sandías Kg. La gráfica presenta una estabilización de consumo



de melones y un crecimiento constante en sandías, superando estas a los primeros a partir del año 2014.

Si obviamos el caso singular del año pasado en el que las cifras de sandías y melones coincidieron, durante los últimos años se han consumido más sandías que melones en los hogares españoles.

Si observamos ahora lo que ha sucedido en el comercio mundial de estos dos productos, durante los últimos 20 años mediante los datos de las exportaciones mundiales de los mismos, tenemos el siguiente cuadro.

Vemos que el efecto es muy similar al ocurrido en los hogares españoles. Las cifras hasta el 2011 son muy similares pero a partir de ese momento los melones se estabilizan y las sandías no paran de crecer, independientemente de la singularidad del año pasado.

■ **LA CAUSA DE ESTE PROCESO**

Desde mi punto de vista la consolidación de las sandías sin pepitas y en particular la sandías sin pepitas Bouquet de Anecoop, que aparte de la propia fruta, aportó un esquema de trabajo que dignificó el producto, hizo marca, coordinó las diferentes zonas españolas de producción y la introdujo en el hemisferio sur.

Después llegaron otras marcas con concepto y el producto fue convenciendo al consumidor como los dos cuadros mostrados en este artículo demuestran, y aunque es verdad que a nivel de consumo doméstico en muchos países sigue estando el mercado dominado por sandías clásicas con pepitas, a nivel internacional las exportaciones hoy son casi todas de sandías sin semillas.

Pero, todo este proceso no hubiera sido posible sin la innovación de las diferentes casas de semillas que cuando observaron las posibilidades del producto dedicaron recursos a mejorarlo y el resultado está ahí. En estos momentos la disponibilidad de variedades de sandías sin semillas, que han mejorado la Reina de Corazones, es muy grande tanto en tamaños como en colores de la piel rayada o negra.

Sin lugar a dudas, estas casas de semillas también han dedicado recursos a los melones, pero no siempre en la evolución de los productos aparecen innovaciones radicales como la que supuso en su momento quitarle las semillas a un producto tan clásico como eran las sandías, que nadie se las imaginaba sin ellas.

Aunque este trabajo inicial de las casa de semillas no tendría continuación sin los agricultores que se apuntaron a la innovación, que siguieron mejorando el cultivo y que entraron de la mano de las estructuras de comercialización, con Anecoop en este caso en cabeza, articulando calendarios de cultivo en las diferentes zonas de producción para abastecer de forma ordenada el mercado. Todo ello con el permiso de la madre naturaleza, que de vez en cuando reclama su derecho a cambiar los ritmos climáticos.

Y el producto es tan clásico que el emoticono de las sandías tiene pepitas y seguramente no se las quitarán, aunque la mayoría de los que lo usen para comunicarse, comerán sandías sin pepitas.

(*) Consultor hortofrutícola

La campaña de promoción del CAECV ‘Ecologízale’ se centra en las personas

La nueva propuesta del Comité de Agricultura Ecológica pretende reforzar el convencimiento de consumir productos ecológicos a través de la empatía

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** El Comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana (CAECV), entidad encargada del control, certificación, representación y defensa de los productos ecológicos, además de la investigación y la promoción de los mismos, presenta su nueva campaña de promoción para 2023, ‘Ecologízale. Es bueno, y está mejor’.

La nueva propuesta vuelve a dirigirse a los consumidores, pero en esta ocasión va dirigida de forma directa a las personas. Si en la primera campaña que puso en marcha el CAECV ‘Ecologízate. Es bueno, y está mejor’, el protagonista era el producto, y en la segunda, ‘Ecologízame. Es bueno, y está mejor’, las recetas eran las protagonistas, en esta nueva derivada de la campaña que presenta la entidad certificadora, de corte continuista a las dos anteriores, las personas son las que se deben ‘Ecologizar’.

Para el presidente del CAECV, Vicente Faro, “llevamos unos años donde las campañas que estamos poniendo en marcha están teniendo un impacto positivo en el sector ecológico. En esta nueva propuesta ponemos el foco en las personas consumidoras, las que hacen posible que la agricultura



Imagen de la campaña “Ecologízale. Es bueno, y está mejor”. / CAECV

ecológica sea un referente en la Comunitat Valenciana y en el resto del territorio nacional y, lo que es más importante, tenga un futuro esperanzador”.

Con la puesta en marcha de esta nueva campaña, con nueve creatividades diferentes, el

CAECV vuelve a hablar a los consumidores, pero en este caso juega con los que están dentro y fuera de la campaña. En las creatividades donde aparece un solo individuo, se dirige al público espectador, mientras en los casos en los que apare-

cen dos personas, se apela a una de ellas y le dice “Ecologízale” para referirse a la otra persona.

La campaña también pretende reforzar el convencimiento de consumir productos ecológicos a través de la empatía, visibilizando a otras personas que consumen ecológico, utilizando el lenguaje de la publicidad de masas, con una fotografía atractiva y sugerente pero donde las personas que aparecen son personas normales, desarrollando actividades cotidianas que el público es capaz de reconocer perfectamente.

Otro de los aspectos a destacar es la aparición de mascotas en la campaña. Hay que tener en cuenta que el Parlamento Europeo y el Consejo de la UE han llegado a un acuerdo para impulsar un reglamento que facilitará a los europeos la compra de alimentos ecológicos para mascotas a través de nuevas normas de etiquetado, por lo que también ecologizamos a los animales a través de su alimentación.

■ COMUNICAR Y PROMOCIONAR

La finalidad del CAECV es el control, certificación, representación y defensa de los productos ecológicos, pero como

entidad pública de certificación también se encarga de la promoción de estos.

El Pleno del Órgano de Gestión de la entidad decidió hace unos años apostar de una manera decidida por la comunicación y la promoción, creando un área específica y profesional para ello.

La nueva campaña de promoción del CAECV va en consonancia con los ejes y acciones del II Plan Valenciano de Transición Agroecológica (2021-2025) puesto en marcha por la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica de la Generalitat Valenciana.

Hay que recordar que este segundo plan contempla, entre sus cinco ejes de actuación, acciones encaminadas a la puesta en marcha de campañas publicitarias, claras y concisas sobre el consumo de productos ecológicos.

La iniciativa es una de las acciones del Plan de Comunicación y Promoción de la entidad para este año, que también apostará por la participación en ferias, la puesta en valor de los productos ecológicos a través de la participación en concursos o la organización de talleres escolares que tienen como objetivo la educación, entre los más jóvenes, sobre hábitos de consumo saludables de productos ecológicos.

Hay que recordar que hace poco más de un mes, el CAECV fue galardonado en los premios Eco & Organic Retail Awards en la categoría de Mejor Campaña de Marketing para la promoción de productos ecológicos por las campañas puestas en marcha en años anteriores. El objetivo de estos premios fue el de reconocer la importancia tanto de las empresas dedicadas al sector retail como de las entidades que fomentan el consumo de producto ecológico en España y Portugal.

Marisol y Valencia Late, las variedades con mayor crecimiento en las búsquedas de cosechas

La plataforma Naranjasyfrutas.com ha publicado el informe de cosechas de cítricos de la temporada 2022-2023 con la colaboración de Caixa Popular

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Marisol en mandarinas y Valencia Late en naranjas son las variedades que más han crecido en la tendencia de demanda por los comercios que buscan cosechas disponibles en la plataforma de Naranjasyfrutas.com, según el informe 2022-2023 de Cosecha de Cítricos realizado por esta plataforma, con la colaboración en forma de patrocinio de Caixa Popular.

El objetivo de este informe es compartir con el sector los datos obtenidos de las más de 100.000 visitas anuales a la plataforma que publica gratuitamente miles de cosecha de agricultores y donde actualmente muchos comercios buscan cosechas disponibles para poder contactar para comprarlas. El gerente de la plataforma, Juan José Bas, afirma que “creemos que estos datos que muestran las tendencias de las variedades



más buscadas por los comercios y las variedades que más anuncian los productores pueden ser de interés para el sector”. Por este motivo han decidido hacer los datos públicos y del informe

han extraído varias conclusiones referentes a la campaña cítrica la 2022/2023. En mandarinas, las cosechas publicadas por los agricultores han aumentado un 11,25% y las búsquedas de cose-

Los datos del informe muestran las tendencias de las variedades más buscadas por los comercios y más anunciadas por los productores

chas por parte de los comercios se ha incrementado un 15,83% respecto a la campaña anterior. Las 3 variedades más anunciadas por los agricultores son Clemenules, Ortanique y Clemenvilla, mientras que las más buscadas por los comercios son Clemenules, Clemenvilla y Tango.

Naranjasyfrutas.com destaca que los tres tipos de mandarinas con mayor crecimiento en porcentaje de variedades publicadas

por los agricultores han sido, por este orden, Tango, Oranules y Okitsu. Y las tres variedades con mayor crecimiento en porcentaje de variedades buscadas por los comercios han sido, Marisol, Okitsu y Arrufatina.

En naranjas, el número de cosechas publicadas por los agricultores han aumentado un 12,89% y las búsquedas de cosechas por parte de los comercios disminuye un 18,60% respecto a la campaña anterior. Las tres variedades más anunciadas por parte de los agricultores son Navelina, Navel Lane Late y Valencia Late, que coinciden con las variedades más buscadas por los comercios.

Naranjasyfrutas.com señala que donde no coinciden las variedades son en la tendencia que se ha observado esta campaña 2022/2023, ya que las tres tipologías con mayor crecimiento en porcentaje de variedades publicadas por los agricultores han sido, por este orden, Barberina, Navelina y Salustiana, pero las tres variedades con mayor crecimiento en porcentaje de búsqueda por los comercios que han sido, Valencia Late, Navel Powel y Barberina.

Tanto en mandarinas como en naranjas el volumen de cosechas más anunciadas son las que oscilan entre 10.000 y 50.000 kilos, pero las que más han aumentado esta temporada son las del intervalo 5.000 y 10.000 kilos.

Agrocultivos

La DOP Melocotón de Calanda espera recoger unos 4 millones de kilos

Esta campaña ha habido problemas a la hora de contratar temporeros para el embolsado de la fruta

► **JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.**
La Denominación de Origen Protegida Melocotón de Calanda espera recoger esta campaña cerca de cuatro millones de kilos, casi el doble que la anterior en que la producción fue muy corta y apenas llegó a 1,8 millones de kilos.

Los fruticultores prevén una campaña dentro de la normalidad, aunque han sufrido en algunas zonas concretas una merma del 30% de la cosecha debido a las heladas y las tormentas de granizo.

El melocotón amarillo con el sello de calidad comenzará a recogerse a partir del 20 de agosto y la campaña se prolongará hasta los primeros días de noviembre.

Los fruticultores de la DOP Melocotón de Calanda, que comprende 45 municipios de la comarca del Bajo Aragón, entre las provincias de Teruel y Zaragoza, están en plena faena del embolsado.

Se trata de una labor que se realiza a mano y que garantiza una maduración uniforme y un producto de mayor calidad.

Cada melocotón es protegido con una bolsa de papel parafinado, traslúcido y transpirable, para protegerlo de las plagas y tratamientos fitosanitarios.

La bolsa de papel especial, colocada a mano una a una, permite el paso del sol, pero no del agua, polvo, ni de otros agentes externos; de esta manera se consigue un melocotón de excepcionales cualidades.



Se calcula que en toda la zona de Calanda cada temporada se colocan alrededor de 250 millones de bolsas. / JAVIER ORTEGA

El melocotón amarillo con el sello de calidad comenzará a recogerse a partir del 20 de agosto

temporada se colocan alrededor de 250 millones de bolsas.

El embolsado, la recolección, que también se realiza de forma manual, y las labores en almacenes y cooperativas hacen que durante los meses de mayo a noviembre, en el conjunto de las explotaciones frutícolas del Bajo Aragón, se empleen hasta unas 3.000 personas.

Este año han tenido algún problema a la hora de encontrar trabajadores para el embolsado. Por ejemplo, en la cooperativa La Calandina, que agrupa a unas 50 explotaciones familiares que suman en total 350 hectáreas, han contratado unos 130 trabajadores frente a los 180 de otras campañas.

Aseguran que, por ahora, ha faltado mano de obra, tanto para el embolsado como para la recolección de las variedades más tempranas.

La DOP Cereza del Jerte cierra una de las peores campañas en 35 años

Sólo se ha podido salvar un 30% de la cosecha y las pérdidas económicas ascienden a 70 millones de euros

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte cierra la campaña de 2023, una de las “peores en los últimos 35 años” debido a las intensas lluvias caídas a finales de mayo y principios de junio. Las precipitaciones comenzaron cuando apenas se había empezado a recoger la cosecha, provocando que las cerezas, ya maduras, se rajaran y pudrieran por exceso de humedad.

La campaña ya empezó de manera atípica este año porque la floración se retrasó entre 10 y

12 días por el déficit de lluvias. Aunque posteriormente, las altas temperaturas favorecieron el desarrollo de los frutos, y se esperaba que la cosecha fuera buena, tanto en volumen como en calidad del producto. Sin embargo, las lluvias han arruinado la temporada.

La DOP ha confirmado que se ha podido salvar el 30% de la cosecha de cereza y picota del Jerte que se esperaba, entre 35 y 40 millones de kilos. Las pérdidas económicas ascienden a 70 millones de euros, según una estimación del presidente de la Denomina-



Las intensas lluvias han arruinado la campaña de cereza del Jerte. / ARCHIVO

ción de Origen Protegida, José Antonio Tierno. “Es un drama para las familias del Jerte”, se lamenta.

Las frutas que se han podido comercializar han sido de “buena calidad, equiparable a la de años anteriores, aunque de menor calibre por las adversidades climáticas”, según explica el Consejo Regulador. La escasez de cerezas ha provocado que se hayan tenido que “refugiar” en el mercado nacional y solo se ha podido exportar una pequeña cantidad de picota del Jerte a Reino Unido. Por ello, Tierno marca como objetivo de cara a la campaña del año que viene “recuperar el terreno perdido en el mercado internacional, que tiene un enorme peso para la DOP”.

La Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte garantiza la máxima calidad de las cerezas y picotas del Jerte. Estos productos se pueden diferenciar del resto por la contraetiqueta que acompaña a cada caja procedente del Valle del Jerte.

El presidente de la DOP Cereza del Jerte considera que las ayudas del Gobierno son “insuficientes”. No obstante, reconoce que “menos es nada”. “No van a servir para paliar las pérdidas de los agricultores, ni la falta de sus rentas. Ayudarán

a aminorar los costes de producción, pero no dan para más”, señala Tierno.

El Consejo de Ministros aprobó el 27 de junio destinar una partida de 8 millones de euros para ayudar a los productores del Valle del Jerte (Cáceres) que se han visto afectados por circunstancias climáticas extremas acaecidas en la campaña 2023.

Estas ayudas serán financiadas con cargo al paquete de 276,7 millones de euros de apoyo al sector agrario incluido en el real decreto-ley de medidas contra la sequía y para hacer frente a las consecuencias de la guerra en Ucrania aprobado por el Consejo de Ministros el pasado 4 de mayo.

El Consejo de Ministros ha añadido una disposición con esta medida específica para los agricultores del Valle del Jerte y autoriza al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación a transferir los 8 millones de euros a la comunidad autónoma de Extremadura. Una orden ministerial determinará los importes por hectárea y las condiciones de elegibilidad de los beneficiarios de dicha ayuda, así como, en su caso, el plazo de abono y límites individuales.

No obstante, con el objetivo de ayudar a los agricultores y garantizar la correcta preparación de la próxima cosecha de cereza, José Antonio Tierno reclama que “se amplíe la protección”.

La meteorología merma la producción de melón y sandía en la Comunitat Valenciana

La Unió estima pérdidas directas para productores de unos 44 millones de euros

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Unió Llauradora calcula que las pérdidas directas para los productores de la Comunitat Valenciana de melón y sandía rondarán esta campaña los 44 millones de euros como consecuencia de una concatenación de problemas meteorológicos que han provocado una reducción de cosecha a la mitad en ambos cultivos. Según las estimaciones de la organización profesional agraria, los productores de sandía perderán 27 millones de euros y los de melón 17.

La cosecha de sandía difícilmente superará la cantidad de 35.000 toneladas, lo que supone un descenso del 52% en relación a la pasada campaña y de un 63% sobre la media de las últimas quince. En cuanto a la producción de melón oscilará sobre las 17.000 toneladas, que representa un descenso respecto al año pasado del 53% y en relación a la media de los últimos 15 años del 62%.

Para esta temporada, según datos del Ministerio de Agricultura, hay plantadas en la Comunitat Valenciana un total de 1.534 hectáreas de sandía (57% en la provincia de Valencia, 23% en la de Castellón y el 20% en la de Alicante. Estas cifras significan un ligerísimo incremento de sólo el 2% sobre la pasada. Sin embargo, hay que destacar que desde el año 2000 existe un 31% menos superficie plantada de sandías en territorio valenciano.

Los datos del Ministerio de Agricultura reflejan una superficie plantada de melones en la Comunitat Valenciana de 1.260



Para esta temporada hay plantadas en la Comunitat Valenciana un total de 1.260 hectáreas de melón. / LA UNIÓN

hectáreas (71% en la provincia de Alicante, 20% en la de Castellón y 9% en la de Valencia), lo que representa un aumento de cosecha del 5%. El retroceso de superficie desde 2000 es también alarmante e igual que en la sandía descendiendo un 31%.

Según señala La Unió, los precios oficiales que están recibiendo los productores valencianos de sandía en la actualidad son un 60% superiores a los de la campaña pasada. No obstante este incremento no compensa ni la fuerte reducción de cosecha ni los incrementos de los costes de producción que de media son un 20% más altos que los de campañas anteriores. En cuanto al melón, las cotizaciones que perci-

ben los productores son el doble que la pasada campaña pero lo mismo que sucede con la sandía, no compensan ni la reducción de cosecha ni los incrementos de los costes que aún son más elevados que en el caso de la sandía.

La reducción de la producción se produce tanto en sandía como en melón como consecuencia de varios fenómenos meteorológicos adversos. En primer lugar, por las elevadas temperaturas durante la época de plantación que aceleraron el crecimiento de las plantas y al mismo tiempo limitaron el cuajado de los primeros frutos. Posteriormente, las lluvias intermitentes de mayo y junio junto a temperaturas suaves hicieron que se echaran

a perder muchos frutos. También influyeron las granizadas del mes de junio que afectaron a amplias zonas productoras, sobre todo de las Riberas del Xúquer. Y tampoco hay que olvidar la sequía, que ha provocado, por un lado, la pérdida directa de producción y, por otra, de manera indirecta, un menor calibre de los melones. Tampoco hay que olvidar los problemas hídricos y la incertidumbre del trasvase Tajo-Segura para el cultivo del melón en las zonas productoras del sur de Alicante. “Y por si no fuera suficiente con la influencia del cambio climático en estos cultivos, durante esta campaña se ven ataques masivos de jabalíes en busca de alimento y agua en

“Nuestras cosechas aún serán más cortas por culpa de los jabalíes”

las zonas productoras que están causando numerosas pérdidas”, denuncian desde La Unió.

AVA-Asaja también ha denunciado que la superpoblación de fauna salvaje, sobre todo de jabalíes, está encendiendo de nuevo las alarmas entre los agricultores. Manadas cada vez más numerosas de jabalíes atacan prácticamente todas las noches los campos de sandías de Benicarló —en el norte de la provincia de Castellón— en busca de agua y comida, ya que la fruta de verano por excelencia también constituye todo un manjar para estos animales.

El delegado de AVA-Asaja de Benicarló y productor de la cooperativa agrícola Benihort, Eduardo Arín, advierte del “especialmente grave perjuicio económico que nos provoca la fauna salvaje porque este año hay menos sandía y, por tanto, es más cara. Mientras que en anteriores campañas los precios en origen llegaron a hundirse hasta los 0,10 o 0,15 euros por kilo, actualmente la cotización a pie de campo alcanza el euro por kilo, es decir, hasta diez veces más. La razón de este incremento del valor es la escasez de oferta en varias comunidades autónomas, debido a las adversidades climáticas sufridas durante la primavera que han causado importantes problemas de floración y cuajado”.

En Benicarló, concretamente, la anomalía climática ha reducido a la mitad la producción —de 15 millones de kilos previstos a apenas 7 u 8— a pesar de que la superficie dedicada a este cultivo se había mantenido respecto al año pasado. “Ahora, además del clima, vemos con impotencia cómo nuestras cosechas aún serán más cortas por culpa de los jabalíes. El problema de la fauna salvaje va a más y, si no se pone solución, acabará estallándonos a todos, no sólo a los agricultores sino a toda la sociedad”, asegura Eduardo Arín.

Un reventón térmico afecta al 82% del cultivo de pera en Jumilla y Yecla

La Consejería de Agricultura de la Región de Murcia estima que los daños ascienden a 8 millones de euros

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Un reventón térmico, que originó un repentino vendaval y destruyó el 82% del cultivo de pera, con 1.000 hectáreas afectadas y unas pérdidas estimadas por los técnicos de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca que alcanzan los 8 millones de euros. El Gobierno regional reclamará del nacional la declaración de zona catastrófica para las zonas de Jumilla, en especial, y Yecla afectadas el pasado 11 de julio por el este fenómeno meteorológico.

El consejero Antonio Luengo visitó la zona afectada por un fenómeno que se produce cuando concurren una capa de aire fres-

co y húmedo junto al suelo, aire muy cálido y seco por encima y nubes de desarrollo vertical.

Luengo reiteró la necesidad de que el Gobierno central adopte medidas económicas urgentes para paliar los daños, que vienen a sumarse a los producidos por la sequía, que ha afectado sobre todo al Altiplano y al Noroeste, y las lluvias torrenciales y el granizo.

Antonio Luengo recordó que las lluvias torrenciales y el granizo producidos en la Región desde el 15 de mayo han causado unas pérdidas al campo murciano de más de 103 millones de euros, y entre la sequía y las tormentas, el total de pérdidas

asciende a más de 173 millones de euros.

El reventón térmico ocasionó fuertes rachas de viento que, en determinadas zonas, llegó a alcanzar los 90 kilómetros por hora, como es el caso del paraje de las Rubializas, acompañadas de temperaturas de hasta 45 grados.

El cultivo afectado de forma principal y casi único es el peral, y más concretamente la variedad Ercolini, y el daño principal la caída del fruto, provocada por la velocidad del viento sumada a la madurez de la fruta, debido a encontrarse en las semanas centrales de recolección. En menor medida, casi



El consejero visita una zona afectada por el reventón térmico en Jumilla. / CARM

testimonial, se ha visto afectada una parcela de albaricoque tardío de 2 hectáreas, con daños por caída de fruto de un 12%.

Están afectadas, en mayor o menor medida unas 980 hectáreas en Jumilla y en alrededor de 20 hectáreas en Yecla.

Freshuelva concluye la campaña de berries con descensos en fresa, arándano y frambuesa

En fresa la caída de la producción ha sido del 10%, el mismo porcentaje que en arándanos, mientras que la cosecha de frambuesas ha retrocedido un 4,5%

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Asociación de Productores y Exportadores de la Fresa de Huelva, Freshuelva, ha informado de que el sector ha culminado la campaña 2022-2023 con una producción total de 243.310 toneladas de fresas, lo que supone un descenso del 10% respecto a la campaña pasada, según los datos aportados por las empresas asociadas.

Estas cifras reflejan una campaña de la fresa plagada de altibajos, con una incidencia muy significativa de la climatología que, en muchos momentos de la campaña, ha sido muy perjudicial, como ocurrió con el excesivo calor registrado durante la plantación, que obligó a replantar hasta casi un 30% en algunos casos de las plantas; o el elevado frío del inicio del año, que contrajo mucho la producción; o, de nuevo, el excesivo calor registrado en el mes de abril, que también repercutió en la producción al mermar la calidad de la fruta.

Esta situación adversa se traduce en un descenso de la producción del 10% y un leve incremento de los precios con respecto a la temporada pasada, que, unido al incremento de los costes que el sector sigue afrontando, tiene como resultado un descenso importante de la rentabilidad del cultivo.

■ FRAMBUESAS

Por su parte, la campaña de la frambuesa ha finalizado con una producción de 47.750 toneladas, lo que supone un descenso del 4,5% respecto a la campaña anterior.

En residuas cuentas, la primera parte de la campaña de la frambuesa estuvo marcada por los precios bajos en los mercados y, sobre todo, por una competencia muy grande de países



Alemania y Reino Unido siguen siendo los principales países de destino de los frutos rojos onubenses. / VALENCIA FRUITS

terceros como Marruecos, que Freshuelva lleva denunciando año tras año ante la UE, considerando que Europa debería establecer un arancel de entrada a países terceros en estos casos, así como exigir el cumplimiento de las cláusulas espejo.

■ ARÁNDANOS

Por otro lado, la campaña del arándano también se ha saldado con un descenso en la producción del 10% y un total de 53.190 toneladas producidas. El alargue final de la campaña del arándano ha posibilitado recuperar el descenso de la producción arrastrada desde los primeros meses, de forma que el diferencial con la campaña anterior ha sido algo menor del esperado.

Esta menor producción se ha debido, en primer lugar, al retraso en la llegada de temperaturas bajas que no permitieron

El sector ha culminado la campaña 2022-2023, plagada de altibajos, con una producción total de 243.310 toneladas de fresas

La menor producción de fresas ha venido acompañada, no obstante, de una estabilización en valorización de las exportaciones

La campaña de la frambuesa ha finalizado con una producción de 47.750 toneladas, lo que supone un descenso del 4,5% respecto a la campaña anterior

Con exportaciones valoradas en 14,3 millones de euros y un incremento del 61,2%, las moras han sido las berries que mayor incremento han experimentado

acumular suficientes horas de frío —en los meses de noviembre, diciembre y enero las temperaturas mínimas estuvieron por encima de la media para esas fechas—.

Por otra parte, el frío de las últimas semanas de febrero y primeros de marzo mermó los calibres.

La recuperación en la producción durante abril y mayo se topó, no obstante, con una fuerte competencia en los mercados, sobre todo de terceros países como Marruecos, que provocó una sobreoferta, un desplome de los precios y una menor oferta de junio con la consiguiente subida de precios. Ha sido la campaña de arándano más irregular de los últimos años.

Finalmente, la producción de la mora se mantiene en las 2.000 toneladas similares a la campaña anterior.

■ EXPORTACIÓN

La menor producción de fresas ha venido acompañada, no obstante, de una estabilización en valorización de las exportaciones, de forma que hasta finales del mes de mayo se registró un incremento del 0,22% respecto al mismo periodo del año anterior con exportaciones valoradas en casi 571 millones de euros.

En el caso del arándano, el incremento en la valorización de las exportaciones ascendió hasta el 1,27 por ciento con exportaciones valoradas en casi 219 millones de euros. El mayor incremento lo experimentaron las moras, con exportaciones valoradas en 14,3 millones de euros y un incremento del 61,2%.

Por el contrario, las exportaciones de frambuesas hasta el mes de mayo tuvieron un valor de 222,5 millones de euros, lo que supone un descenso del 3,65% respecto a la campaña anterior.

Alemania y Reino Unido siguen siendo los principales países de destino de los frutos rojos onubenses, toda vez que, en el caso de la fresa y a pesar del Brexit, las importaciones británicas han superado a las francesas, que se encuentran en tercer lugar. Los Países Bajos, en el caso de las frambuesas y los arándanos, son el tercer destino de las ventas de berries onubenses.

La superficie de cultivo ecológico en Murcia supera el objetivo de la UE para 2030

La agricultura ecológica alcanzó en 2022 el 32% de la superficie

► VF. REDACCIÓN.

El cultivo de agricultura ecológica en la Región de Murcia alcanzó en 2022 el 32% de la superficie cultivada, con de cerca de 118.000 hectáreas, y superó el objetivo del 25% fijado por la Unión Europea para el año 2030, lo que supone una diferencia de siete puntos.

De este modo, la Región cuenta con mayor proporción de superficie de cultivo destinada a la agricultura ecológica, con

las comarcas del Altiplano, Valle del Guadalentín y Noroeste como abanderadas. Respecto al tipo de cultivo, el porcentaje de superficie ecológica sobre superficie cultivada alcanza el 60% en frutos secos y el 47% en viñedo. Destaca también el 29% dedicado a cereales y leguminosas, el 27% en olivar y el 20,5% en otros herbáceos.

El consejero de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Antonio Luengo, durante su visita

a la tienda de productos 'bio' de Coato en Totana, puso en valor "un modelo de agricultura que tiene alta demanda, con métodos de producción ligados a la tradición y la sostenibilidad, y cuyo crecimiento y desarrollo genera oportunidades de negocio en los núcleos rurales, contribuyendo así a fijar población".

La mayor parte de la producción ecológica de la Región de Murcia, un 85%, se exporta a los países de la Unión Europea, so-



Antonio Luengo visitó la tienda de productos bio de Coato en Totana. / CARM

bre todo a Alemania, Francia y Reino Unido.

Por su parte, el número de industrias con certificado ecológico en Murcia es de casi 500, y pertenecen a sectores tan variados como la elaboración de aceites y grasas vegetales, elaboración y conservación de frutas y hortalizas, de pescados o carnes, ela-

boración de productos de panadería y harináceos o fabricación de piensos, entre otros.

El Gobierno regional ha concedido a la agricultura ecológica ayudas por importe de 101,5 millones, procedentes, tanto de fondos propios como europeos y nacionales durante el periodo 2019-2023.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 26 de junio al 2 de julio de 2023, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante. *(Últimos precios recibidos).*

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	2,28
Otras Variedades.....	2,46
Albaricoque Galta Roja.....	0,60
Breva Colar.....	3,34
Cereza Burlat.....	3,38
Ciruela Santa Rosa.....	0,80
Golden Japan y Songold.....	0,85
Reina Claudia.....	0,82
Otras Variedades.....	0,60
Coco en Seco.....	2,00
Dátil Deglet Nour.....	6,50
Fresón Ventana.....	5,13
Kaki Rojo Brillante o Persimon.....	1,30
Kiwi Pulpa Verde.....	3,41
Kiwigold.....	4,28
Limón Verna.....	0,60
Fino o Primafiori.....	0,49
Mandarina Otras Variedades.....	2,08
Mango Tommy Atkins.....	4,96
Manzana Royal Gala.....	1,97
Granny Smith.....	2,10
Golden.....	1,68
Otras Variedades.....	0,50
Melocotón Baby Gold.....	1,76
Melón Piel de Sapo.....	0,41
Naranja Salustiana.....	1,98
Valencia Late.....	1,10
Otras Variedades.....	1,10
Navel Late.....	1,40
Nectarina Carne Amarilla.....	1,04
Nuez.....	2,75
Papaya Grupo Solo o Sunrise.....	2,08
Paraguay Ufo 4.....	1,00
Pera Agua Conferencia.....	2,48
Otras Variedades.....	1,50
Piña Golden Sweet.....	1,01
Pitahaya Amarilla.....	28,90
Plátano Americano o Banana.....	1,10
De Canarias 2ª.....	0,54
Extra.....	1,71
Macho.....	1,67
Pomelo Amarillo.....	1,22
Resto de Frutas.....	1,04
Sandía Con Semillas.....	0,60
Sin Semillas.....	1,25
Uva Sin Semilla Blanca.....	4,17
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	
Hojas Lisas.....	0,60
Hojas Rizadas Lyon.....	0,70
Ajo Morado.....	2,25
Tierno o Ajete.....	2,20
Alcachofa Blanca de Tudela.....	2,81
Apio Verde.....	0,70
Amarillento.....	1,05
Berenjena Morada.....	1,72
Otras Variedades.....	0,68
Boniato o Batata.....	1,90
Brócoli o Brócoli o Brecol.....	1,50
Calabacín Verde.....	0,45
Blanco.....	0,65
Calabaza	
De Verano.....	0,70
Otras Variedades.....	2,00
Cardo.....	1,00
Cebolla Tierna.....	3,00
Blanca Dulce.....	1,42
Grano de Oro.....	0,70
Morada.....	0,65
Otras Variedades.....	0,40
Chirivía.....	1,00
Col de Hojas Lisas.....	0,50
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,40
Repollo de Hojas Rizadas.....	1,20
Coliflor.....	2,00
Endivia.....	2,30
Escarola Rizada o Frisée.....	0,80
Espárrago Verde o Triguero.....	3,44
Espinaca.....	0,80

Jengibre.....	4,04
Judía Verde Fina.....	3,95
Verde Perona.....	3,50
Otras Variedades.....	6,00
Verde Elda.....	3,00
Lechuga	
Cogollo.....	2,20
Hoja de Roble.....	1,00
Iceberg.....	1,00
Romana.....	0,50
Lollo Rosso.....	0,75
Maíz o Millo.....	0,90
Nabo.....	0,90
Perejil.....	0,60
Pepino Corto o Tipo Español.....	0,55
Alpicoz.....	2,50
Otras Variedades.....	0,44
Pimiento	
Rojo Lamuyo.....	1,22
Verde Italiano.....	1,10
Amarillo.....	2,17
Otras Variedades.....	1,30
Verde Padrón.....	2,25
Puerro.....	1,00
Rábano y Rabanilla.....	1,20
Remolacha Común o Roja.....	0,75
Resto de Hortalizas.....	0,90
Seta Champiñón.....	2,35
Gircola o Chopo.....	3,57
Tomate Daniela / Long Life / Royesta.....	0,60
Asurcado Verde Raf.....	1,13
Liso Rojo Pera.....	0,30
Otras Variedades.....	0,50
Liso Rojo Rama.....	0,77
Verde Mazarrón.....	0,63
Muchamiel.....	1,60
Cherry.....	1,55
Otras Variedades.....	1,50
Zanahoria Nantesa.....	0,70
PATATAS	Euros/kg
Blanca Monalisa (Granel).....	0,86
Blanca Monalisa (Confecç).....	1,10
Blanca Spunta (Granel).....	1,00
Blanca Otras Variedades (Granel).....	1,00
Roja Otras Variedades (Confecç).....	2,40

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 11 al 14 de julio de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	1,80-1,70
Cerezas.....	4,50
Ciruelas.....	1,80-1,25
Limones.....	1,30-1,25
Melocotones Rojos.....	1,55-1,50
Melón Piel de Sapo.....	2,25
Nectarinas.....	1,60-1,50
Pera Ercolini.....	2,40-1,65
Sandías.....	1,60
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga.....	0,50-0,52
Berenjenas.....	1,00
Calabacines.....	0,50
Cebolla.....	0,75
Judías Verdes Perona.....	1,60-2,30
Patatas	
Calidad.....	0,70
Pepinos.....	1,20-1,10
Pimientos Verdes.....	2,00-2,20
Tomate Maduro.....	0,90
Tomate Verde.....	1,20

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 13 de julio de 2023, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	1,50
Aguacate.....	2,50
Almendra.....	7,00
Pomelo.....	1,50
Avellana.....	6,50
Kaki.....	2,00
Carambolas.....	4,00

Castañas.....	3,50
Cerezas.....	4,00
Cocos.....	1,10
Membrillo.....	1,00
Dátiles.....	3,40
Feijoa.....	8,00
Higo.....	4,50
Higos Chumbos.....	2,20
Frambuesa.....	1,00
Grosellas.....	10,00
Kiwis.....	3,00
Lichis.....	12,50
Lima.....	1,80
Limón.....	1,20
Fresa.....	2,80
Fresón.....	5,00
Granada.....	2,40
Mandarina Clementina.....	1,60
Satsuma.....	1,70
Otras.....	1,20
Mangos.....	3,50
Maracuyá.....	8,00
Melón Galia.....	1,80
Amarillo.....	1,50
Piel de Sapo.....	1,70
Otros.....	0,80
Moras.....	16,50
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca.....	1,60
Amarilla.....	1,60
Níspero.....	3,50
Nueces.....	2,00
Olivas.....	1,80
Papayas.....	2,80
Pera Blanquilla.....	1,40
Verano.....	2,00
Invierno.....	2,60
Temprana.....	1,10
Piña.....	1,50
Pitahaya.....	8,50
Plátanos Canario.....	1,25
Importación.....	1,00

Manzana	
Bicolor.....	1,60
Amarilla.....	1,30
Verde.....	1,70
Roja.....	0,90
Otras.....	1,40

Melocotón	
Amarillo.....	2,00
Rojo Pulpa Blanca.....	1,40
Rojo Pulpa Amarilla.....	1,40
Ciruela.....	1,50
Uva Blanca.....	2,80
Negra.....	2,50
Rambután.....	12,50
Sandía con semilla.....	0,65
Sin semilla.....	1,70
Naranja.....	1,50
Chirimoya.....	3,00
Otras Frutas.....	0,90

HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena	
Larga.....	0,80
Redonda.....	1,10
Ajo Seco.....	3,00
Tierno.....	0,70
Apio.....	0,65
Acelgas.....	0,50
Batata.....	1,00
Borrajá.....	1,15
Brócoli.....	1,25
Brécol.....	2,20
Calçots.....	0,11
Calabaza.....	1,10
Calabacín.....	0,60
Cardo.....	1,10
Alcachofa.....	2,50
Cebolla Seca.....	0,80
Figueras.....	1,60
Tierna.....	0,80
Pepino.....	1,00
Col Repollo.....	1,20
Bruselas.....	1,60
Lombarda.....	0,70
China.....	0,70
Coliflor.....	1,40
Berros.....	1,50

Lechuga Iceberg.....	0,65
Larga.....	0,60
Otras.....	0,70
Endivia.....	1,10
Escarola.....	0,75
Espárragos Blancos.....	12,00
Verdes.....	6,40
Espinaca.....	0,60
Haba.....	1,00
Hinojo.....	1,00
Perejil.....	0,40
Judía Bobi.....	3,00
Perona.....	7,00
Fina.....	1,80
Otras.....	3,50
Nabo.....	0,80
Zanahoria.....	0,75
Patata Blanca.....	0,80
Temprana.....	0,70
Roja.....	0,65
Pimiento Lamuyo.....	1,70
Verde.....	2,00
Rojo.....	2,10
Guisante.....	2,50
Puerro.....	1,15
Rábano.....	0,40
Remolacha.....	0,70
Tomate Maduro.....	0,60
Verde.....	0,80
Chirivía.....	1,00
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola.....	6,50
Rovellón-Níscalo.....	8,00
Champiñón.....	2,10
Otras Setas.....	10,00
Maíz.....	0,95
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 3 al 9 de julio de 2023. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	3,08
Albaricoque.....	1,85
Almendra.....	9,13
Cereza / Picota.....	4,41
Ciruela.....	1,59
Fresa / Fresón.....	3,50
Breva.....	3,75
Kiwi / Zespri.....	3,20
Lima.....	2,20
Limón.....	1,21
Mandarina Clementina / Fortuna /	
Nadorcott.....	2,08
Mango.....	3,08
Manzanas	
O.V.....	2,35
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,88
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,68
Royal Gala / Cardinale.....	1,88
Starking / Red Chief / Glostes /	
Granny Smith.....	1,91
Pink Lady.....	2,38
Melocotón / Baby Gool.....	1,98
Melón / Galia / Coca.....	1,44
Naranja	
Navel.....	1,64
Late / Miaknight.....	1,20
Nectarina.....	1,57
Paraguay.....	1,57
Pera Conferencia / Decana.....	2,53
Ercolini / Etrusca.....	2,04
Castell o San Juan.....	2,15
Limonera.....	1,84
Piña.....	1,34
Plátano.....	1,49
Banana.....	0,96
Pomelo / Rubi Start.....	1,45
Sandía.....	1,14
Uva.....	3,23
Otros Frutos Secos.....	12,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	1,03

Ajo Seco.....	2,73
Alcachofa.....	2,07
Apio.....	1,14
Berenjena.....	1,08
Boniato / Batata.....	0,95
Brócoli / Brecol.....	2,48
Calabacín.....	0,73
Calabaza / Marrueco.....	1,03
Cebolla / Chalota.....	0,92
Cebolleta.....	1,05
Champiñón.....	2,48
Col Repollo.....	0,68
Coliflor / Romanescu.....	0,99
Endivia.....	2,50
Espárrago Verde.....	6,64
Espinaca.....	2,01
Judía Verde Fina (Brasileña).....	3,94
Boby / Kora / Striki.....	3,50
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,22
Lechuga O.V.....	0,68
Cogollo.....	2,10
Iceberg.....	1,24
Pepino.....	0,96
Perejil.....	1,48
Pimiento Verde.....	1,31
Rojo (Asar).....	1,50
Puerro.....	1,42
Rábano / Rabanilla.....	1,60
Remolacha.....	2,40
Seta.....	3,78
Tomate O.V.....	1,07
Cherry.....	2,59
Daniela.....	0,86
Zanahoria.....	1,15
Hierbabuena.....	1,50
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana.....	0,71

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 10 al 14 de junio de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	10,45
Otras Variedades.....	5,45
Albaricoque Moniqui.....	2,45
Otras Variedades.....	2,70
Almendra.....	1,50
Caña de Azúcar.....	1,00
Cacahuete.....	1,65
Ciruela Otras Familia Black.....	1,74
Golden Japan y Songold.....	1,81
Reina Claudia.....	1,65
Santa Rosa.....	3,45
Coco Otras Variedades.....	0,95
Dátil Deglet Nou.....	4,45
Fresa.....	9,95
Fresón Otras Variedades.....	9,95
Granada Otras Variedades.....	4,150
Higo	
Chumbo.....	1,95
Verdal.....	6,95
Kiwi	
Kiwigold.....	6,45
Pulpa Verde.....	4,20
Limón	
Fino o Primafiori.....	0,90
Otras Variedades.....	1,01
Verna.....	0,97
Litchi o Lichi.....	4,45
Mandarina Clemenvilla o Nova.....	2,85
Manga Kent.....	4,95
Mango Tommy Atkins.....	1,75
Manzanas	
uji.....	1,98
Golden.....	1,93
Royal Gala.....	2,25
Staking o Similares.....	1,75
Granny Smith.....	1,85
Reineta.....	2,10
Otras Variedades.....	1,60
Melocotón Merry y Elegant Lady.....	2,20
Baby Gold.....	2,45
Melón Piel de Sapo.....	2,04
Amarillo.....	2,05
Galia.....	2,45
Otras Variedades.....	1,35

MERCADOS NACIONALES

Naranja Valencia Late	1,75
Navel Late	1,75
Otras Variedades	1,75
Lane Late	1,75
Navelina	1,75
Nectarina Carne Blanca	1,85
Carne Amarilla	1,85
Nuez	5,45
Papaya	
Grupo Solo y Sunrise	1,59
Papayón (2-3 kg/ud)	1,59
Paraguayo Otras Variedades	2,36
Pera Conferencia	2,68
Ercolini / Morettini	2,86
Limonera	2,20
Piña Golden Sweet	4,46
Plátanos Canarias Primera	1,31
Canarias Segunda	1,00
Canarias Extra	1,66
Pomelo Rojo	1,90
Amarillo	1,10
Sandía Sin Semilla	2,17
Con Semilla	2,26
Uva Red Globe, Roja	3,15
Blanca Otras Variedades	3,02
Negra Otras Variedades	2,75
Resto de frutas	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	2,75
Ajo Blanco	3,25
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	0,79
Berros	1,95
Boniato o Batata	1,75
Brócoli, Brecol o Brócoli	2,86
Calabacín Blanco	0,79
Verde	0,55
Calabaza De Verano	0,94
De Invierno	0,95
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,98
Morada	1,21
Recas o Similares	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna	0,95
Col China o Pekinensis	1,75
Lombarda o Repollo Rojo	1,16
Repollo Hojas Rizadas	1,17
De Bruselas	3,95
Coliflor	1,20
Endivia	0,95
Escarola Rizada o Frisée	1,20
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby	4,36
Verde Otras Variedades	3,80
Verde Elda	4,95
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,49
Maíz o Millo	0,79
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o Tipo Holandés	1,11
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,75
Rojo Lamuyo	1,48
Verde Italiano	3,10
Verde Padrón	1,47
Otras Variedades	1,59
Puerro	1,39
Rábano y Rabanilla	0,65
Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	2,45
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,95
Liso Rojo Daniela/	
Long Life/Royesta	1,33
Liso Rojo Canario	0,85
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	1,44
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	0,95
Blanca Spunta	1,19
Otras Variedades	1,15
Roja Otras Variedades	0,95

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 11 al 14 de julio de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	1,47

Cerezas.....	3,00
Ciruelas	1,37
Limonas	1,25
Melocotones Rojos	1,53
Melón Piel de Sapo	1,86
Nectarinas	1,52
Pera Ercolini	2,62
Sandías.....	0,83
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga	0,78
Berenjenas.....	1,22
Calabacines	0,58
Cebolla	0,66
Judías Verdes Perona	2,15
Patatas Calidad.....	0,66
Pepinos.....	0,62
Pimientos Verdes.....	1,91
Tomate Verde.....	1,10

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 11 al 14 de julio de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	2,10-1,81
Cerezas.....	4,00-4,70
Ciruelas	1,26-1,30
Limonas	1,00-1,08
Melocotones Rojos	1,46-1,89
Melón Piel de Sapo	1,64-1,68
Nectarinas	1,52-1,56
Nísperos	4,00
Pera Ercolini	2,30-2,00
Sandías.....	1,289-1,38
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga.....	0,64-0,72
Berenjenas.....	0,90-0,82
Calabacines	0,74-1,00
Cebolla.....	0,85
Judías Verdes Perona	1,50
Patatas Calidad.....	1,00
Pepinos.....	0,87-1,05
Pimientos Verdes.....	0,92-1,19
Tomate Maduro	0,92-0,77
Verde.....	1,01-0,92

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 11 al 14 de julio de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	2,00-1,75
Cereza	4,00
Ciruelas	1,25-1,00
Limonas	0,75-1,10
Melocotones Rojos	0,90
Melón Piel de Sapo	1,30-2,00
Nectarinas	1,50-1,25
Pera Ercolini	1,50
Sandías.....	1,30-1,40
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga.....	0,60
Berenjenas.....	0,90-0,70
Calabacines	0,40-0,30
Cebolla	0,60
Judía Verde	1,80-2,00
Patatas Calidad.....	0,50
Pepinos.....	0,90
Pimientos Verdes.....	1,00
Tomate Maduro	0,40
Verde.....	0,50-0,60

Generalitat Catalunya

Evolución semanal de precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas y hortalizas de la semana 27, del 3 al 9 de julio de 2023, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Tarragona	
Acelga.....	0,35
Calabacín.....	0,30
Judía Plana	1,08
Puerro	0,66
Tomate.....	0,40
El Llobregat	
Acelga.....	0,50
Calabacín.....	0,40
Cebolla Tierna	0,75
Pepinos	0,45
Lechuga Romana.....	0,60
Espinacas	0,60
Zanahoria	0,85
Tomate híbrido.....	0,90
El Maresme	
Apio.....	0,65

Acelga.....	0,50
Calabacín.....	0,50
Cebolla Tierna	0,85
Pepino	0,60
Lechuga Romana.....	0,60
Lechuga Hoja Roble.....	0,60
Espinaca.....	0,70
Perejil	0,40
Judía Tierna Perona	3,50
Zanahoria	0,65
Puerro	1,00
Tomate Híbrida	0,90
FRUTAS	Euros/Kg
Mercolleida	
MANZANA	
Manzana Golden I 65+	0,70
Verde Americana 75+	0,68
Fuji 70+ / 75+	0,65
Pera Limonera 60+	1,10

FRUTA DE HUESO	
Albaricoque A 67-73	1,20
Melocotón Amarillo 67-73	0,70
Melocotón Amarillo 61-67	0,40
Melocotón Plano 67-73.....	0,55
Nectarina Amarilla 67-73	0,70
Nectarina Amarilla 61-67	0,40
<i>(Las semanas corresponden a los días que se fijan los precios, independientemente de su vigencia)</i>	

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. *(Últimos precios recibidos).*

FRUTAS	Euros/kg
Aguate	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 Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 11 de julio 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa.....	320,00
CEBADA	
Importación	223,00
Nacional P.E. (62-64)	230,00
CENTENO	
Centeno.....	S/C
COLZA	
Importación 34/36%	390,00
GARROFA	
Harina	S/C
Troceada	S/C
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	304,00
GIRASOL	
Importación 34%.....	328,00
Semillas de Girasol.....	425,00
Importación 28/3	285,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación.....	340,00
Importación	238,00
Importación CE	250,00
MUO	
Importación	650,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%.....	485,00
Harina	
Soja Nacional 47%	492,00
Aceite Crudo de Soja	1.025,00
Salvados de Soja.....	225,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos.....	225,00
Forrajero	250,00
Panificable, mín. 11	260,00
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	292,00
Forrajero	
Importación	295,00
ACEITE	
Palmiste	
Importación	218,00
Crudo	
de Palma.....	959,00

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 13 de julio de 2023. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª	310,00
Rama campo 2ª	250,00
AVENA	
Avena	
Blanca	240,00
Rubia	245,00
Forraje Avena.....	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso —62 kg/hl.....	21500
Pienso +62 kg/hl	220,00
CENTENO	
Centeno.....	225,00
GIRASOL	
Pipa	
Alto Oléico.....	S/C
Pipa de Girasol	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero.....	244,00
PAJA	
Paja Empacada	110,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	330,00
Duro Proté=12%	320,00
Extensible Chamorro.....	S/C
Forrajero	235,00
Gran Fuerza w 300	310,00
Media Fuerza w —300	285,00
Panificable	255,00
Triticales	230,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano.....	S/C
Yero Grano	S/C

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 11 de julio de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	353,00
Grupo 2	333,00
Grupo 3	323,00
Grupo 4.....	308,00
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	253,00
Grupo 4	243,00
Grupo 5.....	238,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale	228,00
Cebada.....	218,00
Avena.....	S/C
Maíz	S/C
Sorgo.....	S/C
Habas	S/C
Guisantes	333,00
Girasol Alto Oleico	455,00
Girasol	435,00
Colza	S/O
<i>Nota: Las calidades que no se ajusten a los tipos cotizados tendrán depreciación según mercado. Próxima sesión 18 de julio de 2023.</i>	
Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 4 de julio de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.	
ALMENDRAS	Euros/Tm
Floración Tardía	
Monovarietal	3,78
Soleta	3,78

Belona	S/O
Guara	S/O
Antoñeta	S/O
Constantí.....	S/O
Comuna Tradicional	3,43
Ecológica	S/O
<i>Nota: Escasas operaciones. Próxima sesión 18 de julio de 2023.</i>	

Lonja de León

Información de precios agrarios orientati- vos, en almacén, del día 12 de julio de 2023, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	240,00
Cebada.....	220,00
Triticale	230,00
Centeno.....	S/C
Avena	S/C
Maíz	240,00
Colza	395,00
FORRAJES	Euros/Kg
Alfafa --	
Paquete Rama	400,00
Paquete Deshidratado.....	415,00
Paja 1ª (Cebada).....	130,00
Veza	
Forraje de 1ª	370,00
Forraje	300,00

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 10 de julio de 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALMENDRA	
Guara	3,45
Comuna Ecológica.....	5,50
Pelona	2,40
Belona	4,50
Constantí.....	4,60
Vairo.....	3,40
Lauranne	3,40
Común	3,30
Largueta	4,80
Marcona	6,50
PIÑÓN	
Alameda	44,00
Castilla	44,00
AVELLANA	Euros/Libra
San Giovanni	1,67
Tonda	1,78
Corriente	1,79
Negreta	2,05
Después de unas semanas convulsas en los mercados, con muchos vaivenes que hacían imposible fijar unos precios de referencia, en la sesión de la lonja de León celebrada el 12 de julip, ha comenzado a cotizar el trigo, la cebada y la colza a 240,00 €/t , 220,00 €/t y 395,00 €/t respectivamente. En cuando a los forrajes cotizaciones dispares con bajada de la alfalfa debido a un incremento de la oferta, después de que las lluvias hubiesen proporcionado un medio corte en secoano que además ha coincidido con un buen segundo corte en regadío, sin embargo, continua el incremento del precio de la paja, que ante una falta de oferta está muy demandada.	

Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 17 de julio de 2023. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Blando	250,00
Cebada	
P. E. (+64).....	232,00
Avena.....	280,00
Centeno.....	S/C
Tricale	240,00
Maíz, (14º).....	252,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Guisantes	S/C
Garbanzo	
Pedrosillano	S/C
Lenteja Armuña	S/C
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol (Alto Oleico).....	S/C
Colza	405,00
FORRAJES	Euros/Tm
Forrajes (Avena).....	280,00

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 27, del 3 al 9 de julio de 2023, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona	Negra	0,75	Castellón	Roja	0,32-0,38	Castellón	Redondo Liso	0,40-0,86	Alicante
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>			Negra	0,40-0,70	Valencia	Pepino			Redondo Liso	0,55-0,95	Castellón
LIMÓN VERNA			Calabacín	0,26-0,48	Alicante	Blanco	0,52-0,71	Alicante	Redondo Liso	0,53-0,90	Valencia
Limón Verna			Calabacín	0,38-0,40	Castellón	Blanco	1,00	Castellón	Daniela	0,43-0,60	Alicante
FRUTAS (semana 16)	Euros/Kg	Zona	Calabacín	0,26-0,62	Valencia	Pimiento			Daniela	0,65-0,98	Castellón
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>			Blanco	0,68-0,70	Castellón	California Rojo	0,40-0,85	Alicante	Muchamiel	0,47-0,60	Alicante
Ciruela Tipo Black	0,50-0,96	Valencia	Calabaza Tipo Cacahuete	0,39-0,60	Alicante	California Amarillo	0,40-0,90	Alicante	Zanahoria	0,22	Alicante
Breva	2,68	Alicante	Cebolla			California Verde	0,40-0,90	Alicante	FRUTOS SECOS		
Melocotón Paraguay	0,35-0,50	Valencia	Spring	0,32-0,53	Valencia	Dulce Italia	0,67-1,08	Alicante	Euros/Kg		
Melón Piel de Sapo	0,73-1,14	Alicante	Tierna	0,67-0,75	Alicante	Dulce Italia	0,75-1,07	Castellón	Zona		
Piel de Sapo	1,19-1,49	Castellón	Grano	0,64-0,75	Castellón	Dulce Italia	0,53-1,10	Valencia	<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
Sandia			Col Lombarda	0,28-0,30	Castellón	Lamuyo Rojo	0,47-1,29	Alicante	ALMENDRAS		
Con Semillas	0,57-0,64	Alicante	Repollo Hoja Lisa	0,17-0,35	Alicante	Lamuyo Rojo	1,80	Castellón	Comuna	3,36-3,46	Alicante
Con Semillas	0,65-0,90	Castellón	Repollo Hoja Rizada	0,38	Castellón	Lamuyo Verde	1,23-1,40	Valencia	Largueta	4,86-4,96	Alicante
Con Semillas	0,88-1,01	Valencia	Judía Blanca	4,25-5,10	Castellón	Lamuyo Verde	0,35-1,03	Alicante	Marcona	6,56-6,66	Alicante
Sin Semillas	0,60-1,13	Alicante	Roja	2,55-4,00	Castellón	Lamuyo Verde	1,80	Alicante	Planeta	3,51-3,61	Alicante
Sin Semillas	0,80-1,28	Castellón	Verdes Perona	1,70-4,00	Castellón	Lamuyo Verde	1,00-1,14	Valencia	INDUSTRIALES		
Sin Semillas	1,01-1,14	Castellón	Verde Boby	2,06	Alicante	Industria	0,17-0,45	Alicante	Euros/Kg		
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona	Lechuga Romana	0,18-0,43	Castellón	Tomate			Zona		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>			Trocadero	0,31-0,43	Alicante	Valenciano	0,90-1,00	Castellón	ACEITE		
Apio Verde	0,47	Alicante	Maravilla	0,25-0,51	Castellón	Valenciano	0,70-1,20	Valencia	Oliva Lampante >2º	5,10-6,10	Castellón
Berenjena			Patata Blanca	0,20-0,65	Alicante	Acostillado	0,60-1,19	Alicante	Oliva Virgen 0,8º-2º	6,35-6,40	Castellón
Rayada	0,60-1,16	Alicante	Blanca	0,25-0,72	Castellón	Pera	0,40-0,52	Alicante	Oliva Virgen Extra	7,00	Castellón
Rayada	0,75	Castellón	Blanca	0,29-0,40	Valencia	Pera	0,77-0,80	Castellón	Garrofa Entera	0,40-0,50	Castellón
Rayada	0,62-0,70	Valencia				Pera	0,53-0,70	Valencia	MIEL		

Forraje de Primera.....	260,00
Alfafa	
Empacada.....	400,00
Veza (Henificada).....	325,00
Paja Paquete Pequeño	S/C
Paja Paquete Grande	138,00

Lonja de Murcia

Información de los precios de las almen-dras, del 13 de julio de 2023. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidord, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/kg
Comuna.....	3,63
Largueta	5,29
Marcona.....	7,23
Ferragnes.....	3,85
Garrigues.....	4,56
Guara.....	3,68
Ramillite	4,56
Ecológica.....	5,92

Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados hoy en la Lonja de Segovia del día 13 de julio de 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALFAFA	
Alfafa	
Empacada.....	270,00
AVENA	
Avena.....	245,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada.....	225,00
CENTENO	
Centeno.....	220,00
COLZA	
Colza.....	385,00
GIRASOL	
Girasol.....	385,00
PAJA	
Paja Empacada	125,00
TRIGO	
Trigo Nacional.....	243,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 11 de julio de 2023. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1.....	340,00
Grupo 2.....	325,00
Grupo 3.....	270,00
Grupo 4.....	S/O
Grupo 5.....	240,00
Pienso Importación	242,00
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	360,00
Grupo 2.....	345,00
Grupo 3.....	ANEXO
Grupo 4.....	ANEXO
Tritcale Nacional	233,00
Importación	S/O
Avena	
Importación	300,00
Nacional	S/O

Cebada,	
Igual y más de 64	230,00
Menos de 64	225,00
Importación Origen Puerto	228,00
Maíz	
Importación origen Puerto.....	237,00
Nacional	S/O
Habas	
Nacional	S/O
Importación	375,00
Guisantes	
Nacional	S/O
Importación	S/O
Girasol	
Alto oleico +80%	445,00
Convencional.....	435,00
Colza	S/O
<i>Próxima sesión el 18 de julio de 2023.</i>	

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 14 de julio de 2023. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2022-2023).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero	254,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	224,00
Pienso –62 kg/Hl	216,00
AVENA	
Rubia.....	265,00
Pienso.....	265,00
TRIGO	
Duro Pr>12	S/C
Pienso	
+72 Kg/Hl.....	238,00
Fuerza	
+300w +14 pr	S/C
Fuerza	
-300 +12,5 pr	S/C
Panificable	
Pr>11, W<200	257,00
Chamorro	S/C
Triticale.....	229,00
Centeno.....	S/C
Guisante.....	300,00
Yeros	S/C
Garbanzo	
sin limpiar	S/C
Veza	S/C
Alfafa 1ª	S/C
Paja 1ª	S/C
NOTA: La escasa operativa en el interior en el mercado de cereales se reduce a un mantenimiento mínimo de mercancía por parte del comprador. La demanda es inferior a una abundante oferta de cereal, proveniente de la importación en el caso del maíz, la cebada y los trigos..	
<i>Próxima reunión el 21 de julio de 2023.</i>	

Lonja de Valencia

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 13 de julio de 2023.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible Valencia	S/C
J. Sendra,	
disp. Valencia	S/C

Monsianell,	
disp. Valencia	S/C
Fonsa,	
disp. Valencia	S/C
Guadamar,	
disp. Valencia	S/C
Furia,	
disp. Valencia	S/C
Gladío y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/C
Sirio, disp. Valencia.....	S/C
Puntal.....	S/C
Bomba,	
disp. Valencia	S/C
<i>Precios según rendimientos, a granel</i>	
BLANCO	
Vaporizado,	
disp. Valencia	1.050,00-1.100,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disp. Valencia	1.200,00-1.260,00
Guadamar Extra,	
disp. Valencia	1.300,00-1.370,00
Largo Índica,	
disp. Valencia	1.100,00-1.200,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia	300,00-305,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia	480,00-500,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia	520,00-550,00
CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Maíz Importación,	
disp. Puerto Valencia	246,00
Maíz Nacional,	
destino Valencia	265,00
Cebada	
Nacional, dest. Val.....	S/O
Importación	233,00
Avena Rubia,	
dest. Valencia.....	285,00
Blanca, dest. Valencia.....	285,00
Guisantes Importación,	
dest. Valencia.....	290,00
Veza Importación.....	880,00
Semilla Algodón,	
destino Valencia.....	482,00-485,00
Trigo Pienso Nacional,	
Tipo 1	S/C
Tipo 2	S/C
Tipo 3	S/C
Tipo 4	S/C
Tipo 5	S/C
Trigo importación.....	252,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
TURTOS Y HARINAS Euros/Tm	
Soja 47% baja proteína,	
disponible Tarragona	481,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Cartagena	221,00
Cascarilla de Avena,	
disponible Valencia	125,00
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida.....	
.....	320,00-330,00
14% prot., Aragón/Lérida.....	
.....	380,00-420,00
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona....	285,00-286,00
disponible Andalucía	295,00-296,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona....	328,00-329,00

Palmiste,	
disp. Valencia	233,00-234,00
Harina de Colza, dest. Valencia	
.....	S/C
Gluten Feed,	
disp. Valencia	275,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia	340,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona.....	
.....	304,00-305,00
Import. disp. Andalucía. 305,00-306,00	
Pulpa Seca de Naranja.....	S/C
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	253,00
Hojas, destino Valencia.....	S/C
Tercerillas, destino Valencia	S/C
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm	
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia	Sin operaciones
Zona Alicante.....	Sin operaciones
Zona Castellón.....	Sin operaciones
Zona Tarragona.....	Sin operaciones
Zona Murcia	Sin operaciones
Zona Ibiza.....	Sin operaciones
Zona Mallorca	Sin operaciones
<i>Precios tonelada a granel s/rendimientos</i>	
Troceada Integral,	
disp. orig.....	Sin operaciones
Troceada sin Harina	
disponible origen	Sin operaciones
Troceado Fino,	
disp. origen	Sin operaciones
Garrofin,	
disp. origen	Casi sin operaciones
LEGUMBRES Euros/Tm	
<i>Disponible origen</i>	
ALUBIAS	
Redonda Manteca	S/C
Pintas	
Granberry.....	2.100,00
Michigan	1.600,00
Canellini	
Argentina 170/100	1.800,00
Blackeyes.....	1.850,00
Negras.....	1.500,00
Garrofón	2.750,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46.....	2.050,00
Nuevos 34/36.....	2.800,00
Nuevos 50/52	
(tipo café americano).	S/C
LENTEJAS	
USA Regulars.....	1.700,00
Laird Canadá	1.600,00
Nacionales 6/7 mm.....	S/C
Nacionales 7/9 mm.....	S/C
Stone.....	1.400,00
Pardina Americana.....	1.700,00
<i>Precios por tonelada, mercancía envasada.</i>	
FRUTOS SECOS Euros/Tm	
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11,	
disponible origen	2.600,00
Chino 11/13,	
disponible origen	2.500,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Jumbo Americano 38/42	
disponible Valencia	2.100,00
Mondado Origen Argentina 38/42	
disponible Valencia	2.100,00

ALMENDRA EN GRANO CON PIEL		
Marcona 14/16 mm, Valencia ..	10.200,00	
Largueta 13/14 mm,		
Valencia	7.900,00	
<i>Precios tonelada, mercancía envasada.</i>		
(Pocas operaciones)		
Marcona		
prop, Valencia	S/O	
Largueta		
prop, Valencia	S/C	
Comuna		
prop, Valencia	S/O	
Belona		
prop, Valencia	S/C	
Comuna ecológica,		
Valencia	S/C	
ALMENDRA REPELADA		
Comuna, sobre 14 mm,		
disponible Valencia	7.400,00	
PATATAS Euros/Tm		
Lavada Nueva,		
origen España, disp. Val.....	620,00	
Agria Nueva,		
origen España, disp. Val.....	650,00	
Spunta, origen Egipto, disp. Val	S/C	
Nueva de Valencia,		
disp. Valencia	500,00	
Nueva de Salamanca		
disp. Valencia	420,00	
<i>Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.</i>		
CEBOLLAS Euros/Tm		
Variedad Sprin,		
disponible origen		
pocas operaciones		
calibres 1 al 6, en campo		
.....	500,00-700,00	

Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas se entienden sin nuestra garantía ni responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja.

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 26 de junio al 2 de julio de 2023, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES
Trigo Media Fuerza..... S/C
Trigo Pienso

S/C

Cebada Malta

S/C

Cebada Pienso

S/C

Tricale

S/C

La cosecha de los cereales de invierno se generaliza en nuestra comunidad afirmando los augurios que calculaban los rendimientos de este año un 50% inferiores a la media histórica de cada comarca. Un año muy negativo para el sector, que debe afrontar, a la espera de la llegada de las cosechadoras, nuevas dificultades. La debilidad del cultivo, causada por la interminable sequía de la primavera, ha permitido con la llegada de las tormentas, que proliferen las malas hierbas en los sembrados. Un aspecto indeseable porque entorpece el normal desarrollo de la cosecha y afecta negativamente a la calidad del grano. El tiempo seco y caluroso, al restar humedad a esta vegetación espontánea, puede resultar

MERCADOS NACIONALES

un alivio, pero en contrapartida puede afectar negativamente a la producción de paja, que este año corta y escasa se vuelve más quebradiza cuando está muy seca.	
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
Los pocos cultivadores de champiñón capaces de producir durante esta época ven cómo la demanda se desplaza hacia las zonas turísticas, principalmente a la costa y a las islas, donde el turista extranjero es un gran consumidor de este producto. Para el caso de las setas, la reducción de producción propia de esta época se ha adaptado bien a la menor demanda, dejando la tablilla de precios sin cambios.	
HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla.....	0,65
Verde	0,65
Borrajá.....	0,70
Lechuga Rizada.....	3,60
Repollo Hoja Rizada	0,35
Brócoli	1,00
Alubia Verde Fresco	2,50
Pocha.....	4,00
Calabacín.....	0,30
Tomate 1ª	0,60
Tomate 2ª	0,40
Tomata	0,70
Tomate 1ª	0,60
Tomate 2ª	0,40
Tomata	0,70
Tomate Pera.....	0,55
Pepino Corto.....	0,35
Pimiento Verde Cristal	1,20
Pimiento Verde Italiano	1,05
Semana de cambios en las cotizaciones de las hortalizas, en donde el aumento de la oferta presiona el precio a la baja en productos como el calabacín o el tomate, mientras que la escasez de otros, caso de la judía verde o de la alubia pocha, hace que su precio continúe estable y bueno durante toda la campaña. Termina la campaña de la cebolla fresca, más corta de lo habitual dadas las dificultades ocasionadas por una primavera seca y calurosa.	
FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO PERA	
Industria	0,08
GRUPO MELOCOTÓN	
Rojo 70+.....	0,70
Nectarina Amarilla 65+	0,50
Paraguay 70+	1,15
Albaricoque 40+	1,30
GRUPO CEREZA	
24-26 mm	1,50
26-28 mm	2,50
28-30 mm	3,00
>30 mm	3,70
La fuerte tormenta que cayó durante el fin de semana y que afectó principalmente al municipio de Rincón de Soto, ha dejado tocada toda la fruta de hueso, así como a las peras de verano, tipo Ercolini y Moretini y la ciruela Reina Claudia, cuyo comienzo de recolección estaba previsto para finales de esta semana. Ahora toca hacer balance del daño producido e incrementar la labor de selección en campo para conseguir salvar la máxima cosecha posible para su venta en fresco.	
FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRA	
Común.....	0,63
Largueta	1,11
Marcona	1,43
Floración tardía	1,22
Ecológica	1,31
La producción española de almendra se estima para esta campaña muy superior a la pasada, que recordemos fue muy corta debido a problemas meteorológicos. Este aumento de la oferta nacional coincide con una cosecha en California que se pronostica menor que la del año pasado, debido a una deficiente floración y a otros problemas sanitarios causados por una meteorología fría y húmeda. Mientras se confirman estas predicciones, el mercado mantiene una operativa muy escasa con precios que operan en las últimas semanas con una leve tendencia a la baja.	

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 26 de junio al 2 de agosto de 2023. *(Últimos precios recibidos).*

CEREALES

■ **De invierno:** **Cádiz:** En la comarca **Campiña de Cádiz** la recolección prácticamente ha finalizado. Se ha obtenido una vitrosidad media, proteína baja y peso específico entre 75-80%. En la zona cerealista de **La Janda**, la recolección comenzó la última semana de mayo, en las parcelas más tempranas se obtuvieron unos rendimientos medios que rondaron los 1.800 kg/ha, en las más tardías unos 1.500-1.800 kg/ha. Las parcelas tardías con menos rendimientos han salido a unos 800-900 kg/ha y las que más, a unos 2.100-2.200 kg/ha. En general, el peso específico (PE) ha sido de 75 , con un 14 % de proteína y 85 de vitrosidad. En esta zona no hay constancia de que se haya producido germinación del grano en la espiga, al haber llovido menos que en la zona cerealista de campiña. Se estima que queda por cosechar, en esta zona, del 10-15 % de la superficie. **Córdoba:** Los **cereales de invierno** están cosechados al 100% en **La Campiña**, mientras que en la zona occidental de **Los Pedroches** y el **Valle del Guadiato** todavía queda algo por cosechar, teniendo en cuenta que muchas parcelas se aprovecharán a diente por el ganado debido a que su bajo rendimiento no compensa los costes de la recolección. Se realizan labores de empackado y recogida de paja, así como labrado de lindes para establecer cortafuegos. **Granada:** En las comarcas de **Montefrío** y **La Vega** se están recolectando **cereales**. **Jaén:** La campaña en la provincia está muy avanzada, quedando pocas parcelas en pie. Las calidades han sido malas y los trigos blandos de muchas parcelas se van a destinar a pienso. La vitrosidad ha bajado después de las lluvias. Se obtiene poca proteína y el peso específico es muy bajo. **Málaga:** Se han recolectado muchas parcelas en las comarcas **Norte** y **Centro**. Los **blandos**, como **Arthur Nick**, han dado por debajo de los 500 kg/ha y los duros recién cosechados sobre 400-500 kg/ha. Las **cebadas cerveceras** como **Shakira** y **Pewter** no van a superar los 300-400 kg/ha. **Sevilla:** Se puede dar por finalizada la recolección de los **cereales de invierno**, con rendimientos medios bajos y una calidad dispar entre las distintas comarcas. Se recoge y transporta la paja que queda pendiente en el campo y se labran o pastan las rastrojeras. ■ **De primavera:** La elevación de las temperaturas favorece al cultivo del **arroz**, que ya puede verse entre ahijado y máximo ahijado en la mayoría de los casos. Las tres últimas campañas de **arroz** han estado marcadas progresivamente por la sequía. La reducción de la superficie de cultivo en la provincia de **Sevilla** ha sido del 53% en 2021, del 69% en 2022 y del 97% en la presente campaña del 2023. Este año apenas se han sembrado 1.000 Has en total entre mediados y finales de mayo en la provincia, cuando un año normal se superan fácilmente las 35.000 Has.

CULTIVOS INDUSTRIALES

Se observa un estado fenológico muy heterogéneo del cultivo del **girasol** según las distintas zonas, pero en las principales zonas productoras puede decirse que se encuentra entre el llenado de las semillas y la maduración del fruto. El fuerte calor de estas semanas está contribuyendo a secar de forma acelerada muchas parcelas de este cultivo. Continúa la recolección de la **remolacha azucarera** tras la apertura de la industria azucarera del **Guadalete**. En **Sevilla**, el cultivo de la **remolacha** puede verse con el 100% del tamaño final de raíz estimado en la mayoría de los casos. Las lluvias de finales de la primavera llegaron a recuperar algunas parcelas que estaban en situación crítica. Los rendimientos finales se estiman en torno al 50% de una campaña normal de riego. Las elevadas temperaturas aceleran la fenología del **algodón**. En **Sevilla** se encuentra, en la mayoría de las parcelas, mostrando los primeros botones. No obstante, se pueden ver parcelas desplegando las primeras flores e incluso las primeras cápsulas pequeñas y otras, sembradas posteriormente, en desarrollo vegetativo. Se aplican labores de suelo para conservar la humedad y escardas manuales. El estado fenológico predominante del **algodón** en **Córdoba** es el V (Desarrollo vegetativo), con presencia de los primeros botones florares en el 10% de las parcelas. Esta campaña la fenología viene más atrasada y con diferencias de aproximadamente un mes entre parcelas de una misma zona, dando el retraso de las siembras a causa de la dilatada espera de las lluvias de primavera. Engorde y maduración del **tomate de industria**, que este año tendrá en **Sevilla** una campaña corta en el tiempo y con escasa superficie. En el cultivo del **anís**, en la comarca **Norte malagueña**, la recolección se encuentra casi finalizada. Los rendimientos no sobrepasan los 300 kg/ha. Campaña marcada por la mala nascencia, por la falta de lluvias, y por la floración pésima debido al calor, lo que ha llevado a obtener estos bajos rendimientos. La cosecha del **cilantro** ha comenzado estos días, en **Málaga**, sólo se va a recolectar el 20% de la superficie. Están malos, con mucha hierba, el calor les ha afectado mucho; hubo mucha humedad en las semanas de lluvias que también afectaron al cultivo. En la comarca de **La Campiña Baja**, zona de **Santaella (Córdoba)**, se observan parcelas de **albahaca** en estado fenológico de desarrollo de las primeras hojitas, pero con escasa densidad de planta por problemas de nascencia. En esta misma zona se está recolectando **romero**, que se encuentra con una altura de 20-25 cm, y en estado de floración.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** La mayoría de los invernaderos están sin cultivo, realizándose labores de limpieza, desinfección o solarización, preparando las instalaciones para el próximo cultivo. En los invernaderos de **pimientos** continúan las nuevas plantaciones más precoces en invernaderos fuertemente blanqueados. En menor cantidad también se pueden ver nuevas plantaciones de **pepino** y **berenjena**. En **tomate** se están recolectando algunas plantaciones de tomate de ciclo muy corto en **Níjar**. También se sigue recolectando **tomate** en la comarca **Costa Levante-Bajo Almanzora**. En los semilleros, ha aumentado el volumen de las siembras de **pimientos**, para las plantaciones más tempranas. **Huelva:** En las plantaciones de **arándanos**, se encuentra prácticamente finalizada la campaña, aunque quedan algunas parcelas por recolectar. El calibre de los frutos está siendo medio-bajo. La poda en las variedades tempranas ya ha finalizado. ■ **Al aire libre:** **Almería:** En la comarca del **Bajo Almanzora**, sigue la recolección de **sandía** y **melón** en las plantaciones más tempranas, estando aún en fase de engorde y maduración algunas parcelas. En las parcelas de **espárrago verde**, continúa con normalidad la fase de desarrollo vegetativo. Se continúan realizando las labores preparatorias del terreno para la próxima campaña en las parcelas que se van a dedicar al cultivo de lechuga, de coliflor y de brócoli fundamentalmente. Se realizan aportaciones de estiércol y tratamientos para el control de las malas hierbas en lindes de parcelas y caminos. **Cádiz:** El estado fenológico dominante esta semana en **tomate** es “Plantación-Inicio floración”; en **sandía** es “Floración-Inicio recolección”; en **calabaza** es también “Floración-Inicio recolección” y en **calabacín** y **pepino** es «Recolección-Final cultivo”. **Granada:** En la comarca de **Alhama**, el **guisante** ha finalizado, así como las **habas de verdeo**. Se recogen **judías verdes planas**, con buenos datos de producción hasta el momento. Hay parcelas de **col Lombarda** en recolección. Los **pimientos Italianos** se están recogiendo con cotizaciones al alza. La mayoría de los **tomates** se encuentran en fase de engorde y los más avanzados han comenzado campaña, sobre todo verde para ensalada y pera. **Sevilla:** Está finalizando la campaña de corte en las plantaciones de **sandías** y **melones** tempranos, este año hay poca superficie de estos cultivos y los precios se mantienen elevados. Se produce la recolección de la **cebolla de media estación** y la fructificación del **pimiento de industria**.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Córdoba:** Los **almendros** se encuentran en fase de fruto desarrollado, con buena carga, pero con calibre de frutos inferior a otras campañas. El endocarpio ya está duro, empezando a cambiar de color el exocarpio. La cosecha en principio es media-alta, con la incertidumbre de cómo reaccionarán los árboles ante la escasa dotación de riego disponible. Este año, debido a la sequía y a las restricciones de agua, se está observando un aumento preocupante de la presencia de gusano cabezudo (Capnodis tenebrionis). **Jaén:** El estado fenológico predominante en los **pistachos** es el I (Engorde de fruto). Las más adelantadas se encuentran en J (Fruto con tamaño definitivo). En las comarcas de **La Loma- Sierra de Cazorla-El Condado**, las parcelas detectadas se encuentran alcanzando el tamaño definitivo del fruto. El cultivo se encuentra en su fecha natural, con menores rendimientos que años anteriores. **Sevilla:** Fruto desarrollado y endurecimiento del hueso en el **almendro**. ■ **Frutales de hueso y pepita:** **Almería:** En las plantaciones de **cerezas** se observa una pérdida de cosecha importante debido a heladas nocturnas en el periodo de floración y posterior rajado

por las lluvias recientes en los pocos frutos que habían seguido adelante. Está finalizando la cosecha de las variedades tardías. **Granada:** En la zona de **Güejar Sierra** se observan variedades de **cerezas** que han finalizado la recolección, como **Burlat**, mientras otras, como **Silvia**, han comenzado la misma o están pendientes de comenzar, como la variedad **Hudson**. En las variedades más tardías las mermas van a llegar al 70% por el calor, habiendo pérdidas inferiores en el resto. **Sevilla:** En las plantaciones de **caquis** los frutos se encuentran al 40% de su tamaño final. Recolección de **brevas** y **ciruelas**.



LEGUMINOSAS

Cádiz: Los **garbanzos Pedrosillanos** en la comarca de la **Sierra** se encuentran en fase de maduración, con la planta secándose y esperando comenzar a cosechar sobre el 15 de julio. Las **habas** en la zona no se han podido cosechar, debido a la presencia de mucha hierba y pocos kilos. Los **guisantes** han salido algo mejor, con rendimientos entre 800-1.000 kg/ha. La **avena forrajera** se ha dedicado a heno en la zona, con Previsión como una de las variedades más empleadas del tipo **Rubia**. **Córdoba:** En los **garbanzos de La Campiña** predomina el estado R7 (Hojas amarilleando), mientras que los **guisantes**, **habas** y **vezas** se terminaron de recoger hace varias semanas. En **Los Pedroches** las **leguminosas**, en general, presentan escasa densidad y porte, por lo que los rendimientos estimados son muy bajos y en muchos casos se aprovecharán directamente por el ganado. **Málaga:** Se han recogido muchas parcelas de **guisantes**, **vezas** y **habas**. Los **guisantes** en la zona de **Almargen-Campillos** han dado menos de 400 kg/ha, una de las variedades más empleadas es **Astronauta**. Las **habas** casi no se han cosechado y las que lo han hecho han dado rendimientos muy bajos. Los **garbanzos Pedrosillanos** van a tener rendimientos muy bajos, ya que la floración se perdió en muchas parcelas debido al fuerte calor y la sequía.

CÍTRICOS

Córdoba :E l estado fenológico predominante es el J (Frutos en fase de engorde). Con el aporte de agua de riego limitado al máximo y el cultivo sufriendo escasez se aplican desvareta dos y podas en verde para reducir las necesidades hídricas del cultivo. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de los **cítricos**, en general, es de cierre del cáliz y fruto al 40% en las variedades tempranas. Afortunadamente, las lluvias caídas semanas atrás han contribuido a mejorar el estado vegetativo de la arboleda, porque la dotación de agua disponible dará para un único riego en todo el verano. Se aplican desvareta dos y podas en verde para reducir las necesidades hídricas.

OLIVAR

Almería: Se realizan pases de cultivador para acondicionar el suelo y eliminar malas hierbas. También se están realizando tratamientos con fungicidas para evitar proliferación de hongos, ya que se dan las condiciones de temperatura y humedad idóneas en la comarca de Hoyas-Altiplanicie. **Cádiz:** La fenología del **olivar** es la de endurecimiento del hueso. En la comarca de la **Sierra**, hay una gran cantidad de variedades, como **Lechín**, **Manzanilla**, **Verdial** y más recientemente plantaciones de **Hojiblanca** y **Malteña**. En base a los aforos realizados se estima en un 30% la merma respecto a la campaña previa, que ya venía de una reducción importante respecto al año anterior. **Córdoba:** El estado fenológico dominante en la provincia es el H (Endurecimiento del hueso). Se realizan labores de control de malas hierbas y de mantenimiento de las cubiertas vegetales. **Granada:** En las comarcas de **La Vega**, **Iznalloz** y **Montefrío**, se observan parcelas de diferentes variedades, como **Picales**, con marcos 10x10m y centenarios, que son mayoría; le siguen **Arbequinos** en intensivo y otras con menor incidencia como hojiblancos y blanquillos. En las parcelas más adelantadas ha comenzado el endurecimiento del hueso y en las más tardías el fruto está creciendo. Llevan un adelanto en la zona de tres semanas. **Huelva:** En las comarcas **Costa**, **Condado Campiña** y **Condado Litoral** los **olivos** se encuentran en fase de endurecimiento del hueso, con el fruto formado, mejorado ligeramente tras las últimas precipitaciones y alcanzando el tamaño de cosecha. **Jaén:** El estado fenológico que predomina es el H (Endurecimiento del hueso). En la zona de **Villacarrillo-Sabiote-Torreperogil-Santo Tomé** los **olivos picuales**, con marcos 10x10m y 12x12m se encuentran en fase de endurecimiento del hueso. Hay una menor perspectiva de cosecha, lo que ha supuesto un menor abonado y de tratamientos. En la zona de **Villanueva del Arzobispo-Castellar-Beas de Segura** el **olivo** se encuentra en fase de hueso duro. Se han visto problemas de algodoncillo del **olivo**. **Málaga:** En la **co-marca Centro**, se están dando tratamientos contra la mosca del **olivo**. Se están limpiando los pies, quitando chupones y de cara a los regímenes hay muchas parcelas que han dejado cubierta vegetal. **Sevilla:** La fenología dominante del **olivar** es la de endurecimiento del hueso. Las lluvias de primavera tardía han mejorado, en muchos casos, el estado vegetativo de la arboleda, pero la carga de fruto es irregular.

OLIVAR

Cádiz: La fenología dominante actualmente en la variedad predominante en la provincia, **Palomino**, es L (Cerramiento del racimo), encontrándose algunos racimos en el estado fenológico M (Envero). Las altas temperaturas del mes de junio han provocado síntomas por golpes de calor en algunos racimos. **Córdoba:** La fenología dominante en la provincia se encuentra en L (Cerramiento del racimo), seguida de K (Grano tamaño guisante). Las temperaturas cálidas de esta primavera han favorecido el avance de la fenología, que está adelantado en dos-tres semanas. Continúa la presencia alta e inusual, para esta fecha, de mosquito verde (Empoasca spp.) que continuará en aumento con las altas temperaturas, provocando efectos negativos característicos como hojas decoloradas y abarquilladas, con desecaciones marginales. Las altas temperaturas han favorecido también el desarrollo de oídio (Uncinola necator). **Huelva:** En las comarcas **Condado Litoral** y **Condado Campiña**, el cultivo manifiesta un estado fenológico de “racimo cerrado” y “engordando” los granos principalmente. El estado fenológico más avanzado es el de “Envero”. Se observa un buen número de racimos por viña en muchas zonas y con buen tamaño en el grano. Se prevé una producción media alta en esta campaña, aunque falta el remate final. Las lluvias han ayudado sobre todo en las parcelas de secano. Las de riego, lógicamente, están mejor. Las calles están labradas y sin hierbas. **Jaén:** El estado fenológico predominante es el L (Cerramiento del racimo). En la comarca **La Loma** los **viñedos** se encuentran con el racimo cerrado. Las lluvias vinieron bien en mayo-junio y se prevé una cosecha buena. Se han labrado las calles. Se han dado aplicaciones con azufre en polvo para mildiu en dosis de 1 saco de 25 kg por hectárea. En tintas hemos visto parcelas de **Garnacha** y **Sirah**; para las blancas **Jaén blanco** y **Sauvignont Blanc**.

Guillem Export y Frutas Tono fusionan sus negocios cítricos

El nuevo grupo gestionará un volumen de 200 millones de kilos y tendrá presencia en más de 25 países

► VF. REDACCIÓN.

Los grupos Guillem Export y Frutas Tono han alcanzado un acuerdo para fusionar sus negocios de producción y comercialización de cítricos, dando lugar a un nuevo grupo que gestionará más de 200 millones de kilos y que tendrá presencia en más de 25 países. Las familias fundadoras Guillem y Vercher, ambas originarias de la Comunitat Valenciana, compartirán las responsabilidades de gestión.

Con más de 70 años de historia en el sector del cítrico, Guillem Export y Frutas Tono dan este paso para crear un gran grupo familiar que permitirá a las compañías desarrollar economías de escala y una mayor integración vertical en toda la cadena de valor, con más de 3.000 hectáreas de producción propia y un amplio portfolio de variedades de naranja, mandarinas, pomelo y limón, con una apuesta firme por el desarrollo y la innovación varietal.

Actualmente, Guillem Export gestiona cerca de 130 millones de kilos anuales y cuenta con una plantilla de 1.200 empleados. Por su parte, Frutas Tono cultiva 1.000 hectáreas propias, comercializándolas en sus propias instalaciones, y maneja una plantilla de 1.500 personas. Opera en casi todos los países de la UE y ha ampliado su actividad internacional a China.

Esta unión de capacidades, con un alto porcentaje de pro-

ducción en la Comunitat Valenciana, pero a la vez diversificada, con zonas de cultivo en Sevilla, Córdoba, Huelva, Murcia y Tarragona, permitirá a Guillem Export y Frutas Tono contar con cerca de 100 millones de kilos de producción propia, en torno al 50% del volumen conjunto que ya transaccionan como mayoristas.

■ CRECIMIENTO

Fernando Guillem, presidente del grupo Guillem Export, ha declarado que “esta operación es clave para avanzar en la estrategia de crecimiento ejecutada durante los últimos años, tras la integración de la rama comercial de Frutas Romu, la adquisición de Mugui (Guillem Muñoz) y ahora la fusión con Tono”.

Por su parte, Antonio Vercher, presidente de Frutas Tono, ha afirmado que “ambas familias queremos agradecer a nuestros clientes y empleados todo su apoyo para continuar creciendo y consolidarnos como un grupo de referencia en el sector”.

La nueva estructura del grupo permitirá una mejor aproximación a los clientes, ampliando y mejorando el servicio y la calidad durante los doce meses del año, aspectos en los que ambas compañías han ido avanzando en los últimos años gracias a sus inversiones en digitalización, automatización de los procesos y mejoras de las instalaciones.

Sakata Seed confirma resistencia intermedia al ToBRFV en cuatro variedades de tomate

Chocostar F1, Lemonstar F1, Royalstar F1, Luciestar F1 ayudarán a afrontar los desafíos que plantea este virus

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Sakata Seed ha anunciado que los fitopatólogos de la compañía han confirmado resistencia intermedia a ToBRFV en cuatro variedades del segmento de especialidades: Chocostar F1, Lemonstar F1, Royalstar F1, Luciestar F1. Estas variedades desempeñan un papel crucial en los programas de los productores para ayudar a paliar los importantes desafíos que presenta el ToBRFV. En el dinámico mundo de la producción de tomate, cada cierto tiempo surge un factor disruptivo importante que crea una demanda para que la industria se adapte y triunfe. Un factor disruptivo de ese tipo es el virus rugoso del tomate (ToBRFV), que se está propagando rápidamente, afectando negativamente a muchas regiones productoras en todo el mundo.

Una de las razones por las que el ToBRFV ha tenido un impacto tan perjudicial en la producción de tomate es la capacidad del virus para superar los actuales genes estándar usados tradicionalmente para proporcionar resistencia al virus del mosaico del tomate (ToMV) o el virus del mosaico del tabaco (TMV).

Sakata, líder mundial en múltiples segmentos de tomates frescos, no es ajena a las complejidades y el rigor implicados en la mejora, el desarrollo y la introducción de productos en el mercado. “Contamos con equipos dedicados que se especializan en investigación y desarrollo, que proporcionan, de manera constante, avances mejorados y soluciones innovadoras en beneficio tanto de productores como de consumidores,” afirma Stéphane Bucamp, EMEA gerente de producto de tomates.



Sakata Seed es una empresa puntera en un cultivo como el tomate. / SAKATA

“La red global de científicos, patólogos y equipos de investigación de Sakata luchan conjuntamente contra la amenaza del ToBRFV. Se ha logrado un progreso significativo en la identificación de genes y niveles de resistencia, ofreciendo diversas opciones a los productores”.

Ian Blokpoel, líder del grupo de mejoramiento del tomate en Sakata Seed, destaca la importancia de tener en cuenta factores como el segmento, la técnica de producción, las prácticas de cultivo y las exigencias del mercado cuando las evalúan los diversos niveles de resistencia de ToBRFV disponibles hoy.

A medida que los productores se suman a la práctica estándar de probar nuevos productos en sus condiciones específicas, la confirmación del rendimiento general y la rentabilidad se vuelve primordial. “A lo largo de todo el proceso de ensayo de productos resistentes al ToBRFV, una observación emergente es que varias variedades que exhiben niveles de resistencia al ToBRFV más elevados también implican contrapartidas notables, que in-

cluyen la disminución del rendimiento comercial, la calidad y la adaptabilidad,” añade Ian Blokpoel.

“Con respecto a los criterios de la Federación Internacional de Semillas (International Seed Federation), que proporciona a la industria hortícola definiciones de términos que describen la reacción de plantas a plagas, consideramos que la mayoría de las declaraciones de resistencia al virus ToBRFV se definen como resistencia intermedia”, comenta Jorge Aguilar, jefe del grupo de cultivo de tomate de EMEA.

Los tobamovirus son transmisibles por vía mecánica y el ToBRFV afecta fácilmente a plantas y frutas vulnerables, lo que puede conducir a la pérdida total de la cosecha. A través de un riguroso enfoque en las prácticas y procesos sanitarios para gestionar y minimizar los efectos de los tobamovirus y la selección de variedades más adecuadas para satisfacer las exigencias tanto de productores como de consumidores, Sakata sigue siendo un socio de confianza e innovador en el negocio del tomate.

Bonnysa ratifica su compromiso con la igualdad

El grupo ha negociado un plan integral que engloba los doce centros de trabajo de la compañía en España

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Bonnysa ha firmado el plan nacional de igualdad del grupo, en consenso con las organizaciones sindicales integrantes de la comisión negociadora, CCOO, SITPA y UGT-FICA, lo que supone un importante avance en materia de igualdad dentro del grupo.

La voluntad de la dirección ha sido negociar un plan integral, que englobe los doce centros de trabajo que la compañía dispone en tres provincias y que suman más de 2.000 trabajadores y trabajadoras.

Como ha señalado Gloria Llátser, directora de RRHH de Bonnysa, “este es un plan que nace del consenso y del compromiso. La negociación ha venido marcada por la voluntad, tanto de la parte social como de la empresa, de superar los objetivos marcados con un plan ilusionante, integrador y que sea referente en el sector”.

El plan recoge un férreo compromiso de tolerancia cero frente a situaciones de acoso sexual o por razón de sexo en el ámbito de la empresa y se propone trabajar en disponer de



Imagen del grupo tras la firma del plan integral de igualdad. / BONNYSA

entornos de trabajo seguros. Asimismo, también incluye un programa de protección y ayuda a las trabajadoras víctimas de la violencia de género.

El documento firmado recoge una serie de medidas tendientes a garantizar una igualdad de oportunidades efectiva entre hombres y mujeres, entre las que destacan el fortalecimiento de la formación y sensibilización en materia de

igualdad tanto para mandos como para toda plantilla y la formación a mujeres para puestos tradicionalmente masculinizados o puestos donde están infrarrepresentadas.

Además, el plan incluye la inclusión de la perspectiva de género en la política de salud laboral, realizando una revisión de las instalaciones, epis y ropa de trabajo, y con especial atención a los procedimientos

de embarazo y lactancia. En materia salarial se asume el compromiso de revisar si los complementos responden a criterios objetivos, justificados y neutros desde una perspectiva de género. Y con relación a la selección y promoción se fortalecen las herramientas de seguimiento de las vacantes, y se prioriza la contratación y promoción de mujeres en puestos en los que tienen infrarrepresentación.

Todas las partes implicadas en la negociación del plan coincidieron en sentirse orgullosos del resultado obtenido. La firma del documento, que se hizo presencialmente por todos los firmantes, fue un momento de celebración por la ambición y el talante constructivo y conciliador con el que se ha llevado a cabo.

Como finalizaba Llátser, “este es el principio de una nueva etapa en la que construir un futuro juntos, donde prime la integridad, la honestidad y donde velar por las necesidades de las personas sea una de las máximas de la compañía”.

Certis Belchim amplía el registro de sus soluciones a nuevos cultivos

La compañía anuncia que sigue ampliando la lista de cultivos autorizados para Sonar® y Milbeknock®

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Certis Belchim ha anunciado que sigue ampliando la lista de cultivos autorizados en las etiquetas de sus productos. En esta línea se encuentran Sonar® y Milbeknock®. Sonar® (ES-00848), el insecticida-acaricida bio-racional, ha obtenido una ampliación de su etiqueta, permitiendo su aplicación en una amplia gama de cultivos para el control de ácaros y pulgones. Por su parte, Milbeknock® ha ampliado el registro en cultivos hortícolas al aire libre y bajo invernadero.

Sonar® puede utilizarse en plantaciones tropicales y subtropicales, higuera, algarrobo, níspero membrillero, lúpulo, albaricoque, ciruelo, cerezo, arbustos frutales, leguminosas verdes y leguminosas de grano. Desde la compañía destacan el cultivo del kaki dentro del grupo plantaciones tropicales y subtropicales, que se suma al aguacate y otros subtropicales, una noticia importante, debido a la alta presión de ácaros existente en este cultivo, acompañada de la escasez de productos fitosanitarios registrados específicamente para esta plaga y cultivo.

“Sonar® forma parte de nuestra gama de productos bio-racionales, lo que significa que puede utilizarse en agricultura ecológica, además de encontrarse certificado por FiBL, lo que permite su uso por parte de agricultores certificados en Demeter”, indican desde la firma.

La composición de Sonar® está compuesta por un 47,6% de maltodextrina junto con co-formulantes específicos. Actúa por contacto, obstruyendo los espiráculos respiratorios del insecto o ácaro, lo que provoca su inmovilización y asfixia. Para lograr una eficacia óptima, es importante garantizar una buena mojabilidad y aplicar en momentos del día que favorezcan



Milbeknock® ha ampliado el registro en hortícolas al aire libre y bajo invernadero. / CB



Sonar® ya puede emplearse en las plantaciones de kaki. / CB

un secado rápido del producto. Entre las ventajas que ofrece Sonar® se encuentra la ausencia de LMR (Límite Máximo de Residuos) establecido, un perfil toxicológico favorable y su total respeto hacia la fauna auxiliar. Con esta ampliación en la etiqueta de Sonar®, Certis Belchim ofrece a los agricultores una nueva herramienta segura, sin residuos y altamente eficaz para el control de ácaros y otros insectos en tus cultivos.

■ CULTIVOS HORTÍCOLAS

Certis Belchim B.V. en España también amplía el registro de su acaricida Milbeknock® en cultivos hortícolas al aire libre y bajo invernadero, brindando una solución efectiva en un momento complicado donde la presión de ácaros está siendo alta y las soluciones disponibles para los agricultores se han reducido drásticamente por pérdida de registros y usos de acaricidas.

Esta ampliación de registro abarca cultivos como el tomate, la berenjena, el pepino y el calabacín, permitiendo el control de la araña roja (*Tetranychus urticae*), tanto al aire libre como invernadero. Además, en el caso del tomate, también se incluye el control del ácaro del bronceado (*Aculops lycopersici*) una plaga muy problemática en el cultivo de tomate.

Milbeknock® es un nuevo acaricida derivado de la investigación y desarrollo de compañías japonesas. Está formulado a base de Milbemectina, una sustancia activa que deriva de un hongo actinomiceto aislado del suelo, concretamente de cepas específicas de *Streptomyces*, y que se obtiene mediante un proceso de fermentación microbiana bajo la tecnología paponesa del fabricante Mitsui Chemical Crop & Life Solutions. “Con Milbeknock®, damos un paso hacia adelante con tecnología metabolómica, en la obtención

de nuevos acaricidas”, señalan desde Certis Belchim.

El principio activo Milbemectina está constituido por dos compuestos activos como son la Milbemectina A3 (cadena lateral de metilo) y la Milbemectina A4 (cadena lateral de etilo), cuyas características son muy similares, debido al importante grado de similitud estructural y actividad acaricida sinérgica. El espectro de acción de la Milbemectina es muy amplio y tiene actividad frente a araña, ácaros, minadores y mosca blanca.

Milbeknock® tiene dos modos de acción, por contacto e ingestión, no es sistémico, pero tiene acción translaminar, por lo que se recomienda una aplicación uniforme en el cultivo para garantizar una buena cobertura de la pulverización. Esta acción se observa a nivel del sistema nervioso de insectos y ácaros. Su modo de acción consiste en abrir el canal de cloruro de la sinapsis, a través de la interacción directa con el complejo inhibidor del canal de iones de neurotransmisor-Cl en el sistema nervioso central y las uniones neuromusculares.

Actualmente y tras la ampliación de registro, Milbeknock® en España, se encuentra autorizado para su uso contra *Tetranychus spp.*, *Panonychus ulmi* y *Aculops lycopersici* (ácaro del bronceado del tomate). Cabe recordar, que el producto ya se encontraba registrado en cultivos como fresa, manzano, ornamentales y berries, y destaca por su plazo de seguridad excepcionalmente corto: 0 días en berries y 1 día en fresa.

Milbeknock® es uno de los doce insecticidas-acaricidas disponibles en el catálogo de Certis Belchim, ofreciendo una amplia gama de productos con diferentes modos de acción. Esto resulta fundamental para una gestión adecuada de la resistencia a ácaros.

► VF. REDACCIÓN.

Crimson Snow® vuelve a televisión durante el mes de julio con nuevas emisiones de su spot convencional en horario de máxima audiencia para que el consumidor siga conociendo esta manzana tan especial. La marca potencia además su presencia televisiva con el patrocinio del programa ‘Ya es mediodía’ del 10 al 21 de julio.

Mediante su spot publicitario, Crimson Snow® invita a los consumidores finales a experimentar una increíble sensación de frescura y a sumergirse en un mundo de sabor desde el primer mordisco. El mensaje refuerza el vínculo con los consumidores finales al resaltar las cualidades organolépticas de las manzanas Crimson Snow® y permite posicionarlas en las candidatas perfectas para protagonizar la temporada estival. Además de su presencia en televisión, Crimson Snow®

Crimson Snow® vuelve a televisión



busca acercarse a los hogares españoles y fortalecer su conexión con los consumidores con el emocionante sorteo de

una Thermomix. Aquellos que coleccionen las pegatinas de las manzanas Crimson Snow® tendrán la oportunidad de par-

ticipar en el sorteo y disfrutar de experiencias culinarias diferentes. La promoción estará vigente hasta el 30 de septiem-

bre, y los participantes podrán obtener más información sobre cómo participar visitando el sitio web oficial manzanacrimsonsnow.com.

Adicionalmente, el mix de medios continuará este mes en los principales canales digitales de la marca con una importante presencia en redes sociales y una gran inversión en campañas de social ads. A través de sus perfiles sociales, Crimson Snow® comparte semanalmente contenidos inspiradores que llaman a llevar un estilo de vida saludable y a vivir la increíble sensación de frescura que sólo sus manzanas pueden ofrecer.

Paralelamente, Crimson Snow® reforzará su presencia en medios sociales colaborando con conocidos influencers del sector de la gastronomía con la publicación de recetas exclusivas y mantendrá el contacto con sus clientes más fieles mediante comunicaciones vía newsletter.



CitroFy

Una tecnología de
CITROSOL

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



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

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



@Citrosol_com



CITROSOL

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com
info@citrosol.com

valencia fruits

dossier

Melón

Sandía 2

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Las producciones españolas de sandía y melón se han visto muy condicionadas por los fenómenos meteorológicos de los últimos meses: primero sequía y luego tormentas. Ambos fenómenos en la versión más extrema en décadas.

Tal como explica, Paco Borrás, consultor hortofrutícola, “cambio climático o no, está claro que esta primavera y la del año pasado han sido muy diferentes a lo que estamos acostumbrados. En toda la costa mediterránea, desde mediados de marzo, se han registrado fuertes lluvias, en muchos casos incluso violentas granizadas: fenómenos meteorológicos que han afectado a la fruta en el campo durante su periodo más delicado de desarrollo, el cuajado”.

En mayo, la costa mediterránea se vio afectada por una DANA, que “trajo en un día la misma cantidad de lluvia que se registra habitualmente en un año. Estos fenómenos se produjeron principalmente en Murcia y el sur de Alicante”.

Como consecuencia de los fenómenos climáticos adversos, “las producciones de este año no están alcanzando los volúmenes esperados: primero debido a que muchos productores tenían sus campos totalmente inutilizables por las inclemencias meteorológicas y, por otro, por las menores cantidades disponibles por culpa de los problemas de cuajado registrado”.

La tendencia actual es, tal como señala Paco Borrás, “la de una demanda superior a la oferta” pero, a pesar de todo, “los consumidores siguen comprando a los precios ofertados como si estuvieran resignados”. Por ejemplo, “los precios en España, en la semana del 10 de julio, en una tienda de descuento eran de 1,39 euros por kilo para la sandía negra sin pepitas, 1,29 euros por kilo para el melón Piel de Sapo, y 1,19 euros por kilo para la sandía rayada sin pepitas”.

■ ALMERÍA

Analizando las distintas zonas productoras nacionales, de sur a norte, Almería inició su campaña con las producciones bajo invernadero, en el mes de abril, con volúmenes reducidos, precios elevados, excelente calidad y una moderada competencia de Sudamérica, Senegal y Mauritania, según el análisis del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Sin embargo, en la segunda semana de mayo los precios cayeron precipitadamente debido a la confluencia de una elevada producción y condiciones meteorológicas desfavorables en Europa, que afectaron con posterioridad a España, frenaron la demanda de sandía y provocaron un desequilibrio entre oferta y demanda. Sin embargo, el ascenso de temperaturas a finales de mayo en Europa y España favoreció la subida de los precios en origen, alcanzando los 0,35 euros/kilo. Una tendencia que se mantuvo hasta el final de la temporada de las producciones bajo invernadero a mediados de junio.

Por su parte, la campaña de melón almeriense comenzaba con elevadas cotizaciones que, al igual que pasaba con la sandía, se precipitaban en el mes de mayo, cuando las lluvias y las bajas temperaturas llegaban a Europa y a España. A diferencia de lo sucedido en sandía, los pre-

Sin melones ni sandías en un verano caluroso

La cosecha española se ha visto reducida en todas las zonas productoras debido a las adversidades climáticas



La tendencia actual en el mercado es una demanda superior a la oferta y precios excepcionalmente altos. / ARCHIVO

cios del melón continuaron descendiendo hasta junio. Según los datos del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, el precio medio acumulado del melón hasta la semana 23 se aproximó a 0,58 euros/kg.

■ DURO GOLPE EN MURCIA

Las condiciones climáticas tan atípicas, con temperaturas muy elevadas durante los primeros meses del año junto a las abundantes lluvias a final de primavera, además de adelantar el final de las campañas andaluzas de melón y sandía, han supuesto un duro golpe para las producciones murcianas. Las lluvias y el granizo, que cayeron con virulencia en Cartagena y Lorca —las principales zonas productoras murcianas— han ocasionado grandes daños en las plantaciones. De hecho, Murcia está atravesando una de las campañas más complicadas que se recuerdan, con pérdidas devastadoras. Los productores murcianos calculan que dos tercios del total de la producción prevista se han perdido debido a la adversa meteorología.

Además del detrimento directo de frutos por rajado a causa del exceso de humedad, también se han constatado problemas por defectos en la piel, proliferación de plagas y calibres más peque-

La DANA que en mayo afectó a la costa mediterránea trajo en un día la misma cantidad de lluvia que se registra habitualmente en un año

Los productores murcianos calculan que dos tercios del total de la producción prevista se ha perdido debido a la adversa meteorología

Con el ascenso de temperaturas a finales de mayo en Europa y España, la sandía almeriense alcanzó un precio en campo de 0,35 euros/kilo. Una tendencia que se mantuvo hasta el final de la temporada

Los precios en España, en la semana del 10 de julio, en una tienda de descuento eran de 1,39 euros por kilo para la sandía negra sin pepitas, 1,29 euros por kilo para el melón Piel de Sapo, y 1,19 euros por kilo para la sandía rayada sin pepitas

Con el fallo de producción en Murcia y viendo los precios de mercado, todo parece indicar que La Mancha comenzará con buenas cotizaciones



En Castilla-La Mancha, la Interprofesional confirma una superficie total de 3.300 h de sandía y 5.500 h de melón. / ARCHIVO

ños en la fruta que se ha podido salvar... Si a todo esto se suma el aumento de los costes de producción, el resultado: faltan melones y sandías, hay desabastecimiento en los mercados y los precios están disparados. Pero estos precios ‘locos’, que en sandía han alcanzado el euro por kilo en campo, no consiguen que los productores murcianos recuperen todo lo que han perdido.

■ PRESIÓN EN LA MANCHA

Desde la Interprofesional del Melón y Sandía de Castilla-La Mancha, al inicio de la siembra en el mes de abril, se confirmaba una superficie total de 3.300 hectáreas de sandía (un +10%) y 5.500 hectáreas de melón (un -5%).

Después de un inicio de primavera tranquilo en lo meteorológico, a pesar de la sequía constante que sufre la zona, a finales de mayo llegaron las lluvias, y las abundantes precipitaciones provocaron un vuelco en las plantaciones al pasar de una situación de sequía a intensos aguaceros. Las siembras tempranas con manta térmica, que suponen alrededor del 10% de la superficie, fueron las más afectadas al producirse un parón vegetativo y una mayor incidencia plagas y enfermedades. Desde la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya, su presidente, Ramón Lara, advierte que la primera consecuencia de todo esto será el retraso de los primeros cortes. “En sandía, por ejemplo, la previsión es comenzar a cortar en la cuarta semana de julio, casi diez días más tarde respecto al año pasado; y en melón nos moveremos en fechas similares a la sandía, sobre el 25 de julio”.

En cuanto a las previsiones de cosecha, la Interprofesional ha estimado para la campaña manchega rendimientos similares a 2022, esto es, 65.000 kilos por hectárea de sandía y entre los 35.000 y 40.000 kilos de melón por ha.

Sobre las sensaciones que transmite la temporada, Ramón Lara señala que en volumen “no esperamos que sea un ‘campanón’, como mucho, será una campaña normal”. Pero lo que sí se espera que sea una buena temporada en ventas y precios a tenor del ansia que hay por que lleguen las sandías y melones manchegos, después del desastre de la temporada murciana. No obstante, en La Mancha nadie quiere dar por sentada esta sensación. “Con el fallo de producción en Murcia y viendo los precios de mercado, todo parece indicar que La Mancha comenzará en buenos niveles. Pero lo que pueda suceder meses fuertes de campaña es imposible saberlo, todo dependerá del calor que haga en Europa en los meses de agosto y septiembre”.

Efectivamente cerrar una campaña en positivo dependerá de lo altas que sean las temperaturas tanto en España como en Europa —sobre todo en los países más consumidores como Alemania, Francia y Países Bajos—. El año pasado, el final de campaña fue excelente, con un mes de septiembre muy activo en ventas gracias a las altas temperaturas en Europa. Los precios pagados en campo el año pasado alcanzaron promedios de 0,40 euros el kilo de sandía y de 0,21 euros el kilo de melón. Para este año se espera, por lo menos, alcanzar estas cifras y, por qué no, superarlas, ¡qué falta le hace al sector!



an AgroFresh solution

SmartFresh™ ProTabs lleva tu fruta más lejos.

- Ayuda a mantener la firmeza de la pulpa del melón.
- Retrasa la desecación del pedúnculo.
- Mantiene la apariencia externa.
- Conserva la calidad organoléptica por más tiempo.

AgroFresh
We Grow Confidence™
[agrofresh.com](https://www.agrofresh.com)

**RESPONSABLE COMERCIAL
ESPAÑA/NORTE:**

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

REGIÓN DE MURCIA:

Alvaro Payá
Tel: 696 447 132
apaya@agrofresh.com

SUR/EXTREMADURA:

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

Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo.

©2023 AgroFresh. Reservados todos los derechos. SmartFresh es una marca registrada de AgroFresh.

AVISO: 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

Murcia vive una de las peores campañas de melón y sandía

Dos tercios de la producción se ha perdido debido a las inclemencias meteorológicas

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

“Es una de las peores campañas de melón y sandía que recuerdo en Murcia”. Estas palabras del presidente de la Sectorial de Melón y Sandía de Proexport, José Cánovas, plasman el sentir general del sector murciano ante una temporada extremadamente complicada en la que se han perdido gran parte de las cosechas en los campos de la Región debido a la adversa meteorología.

Este año, los productores de melón y sandía españoles se han visto sorprendidos por un cambio drástico de la campaña en un periodo de apenas tres semanas. Una vez más, el clima ha jugado un papel clave en la producción que, del mes de mayo a los meses de junio y julio, han pasado de la sobreoferta en los mercados y el hundimiento de las cotizaciones en origen, al desabastecimiento y a un alza importante de los precios, pero será complicado que compensen las importantes pérdidas de cosecha.

José Cánovas explica que “la campaña arrancó en Almería en un entorno con temperaturas más altas de lo habitual durante los meses de marzo y abril, lo cual tuvo como consecuencia



José Cánovas explica la complicada situación de los productores y pide comprensión al resto de la cadena. / PROEXPORT

directa que se adelantase y acelerase la producción. En mayo, cambió el tiempo y sufrimos el impacto de las numerosas tormentas que se desencadenaron de forma intermitente durante tres semanas seguidas, justo cuando la producción estaba a punto de recolectarse en la

Región de Murcia y el este de Almería”.

A esos fenómenos siguió el granizo, caído junto con las lluvias torrenciales que acompañaron a las tormentas, lo que afectó de forma negativa a las producciones murcianas y muchas de ellas quedaron destro-

zadas, aparte de generar problemas fitosanitarios de toda clase, como el oídio y el mildiu.

“Hasta el momento, la temporada de melón y sandía en la Región de Murcia se está desarrollando muy mal debido a la adversa meteorología. Agricultores y empresas esta-

mos sufriendo mucho por esta situación”, señala el presidente de la Sectorial de Melón y Sandía de Proexport.

Según explica José Cánovas, el mal tiempo sufrido durante el mes de mayo, caracterizado por fuertes tormentas acompañadas ocasionalmente por granizo, ha provocado que “se pierdan dos tercios de la producción prevista para esta temporada, y el cultivo del melón se ha visto más afectado que la sandía”.

La situación que se vive esta campaña está generando tensiones comerciales. Actualmente el volumen disponible, tanto de melón como de sandía, no permite atender el volumen de demanda existente. En este sentido, el dirigente de la asociación confirma que “hay desabastecimiento en los mercados. Nuestros clientes están informados y estamos manteniendo una comunicación muy estrecha con ellos, haciendo todos los esfuerzos posibles para suministrar de la forma más racional las cantidades disponibles y esperando que la situación se normalice lo antes posible. Esperamos recuperar la normalidad hacia la última semana de julio, en la zona norte de la región”.

“Agricultores y empresas estamos soportando terribles pérdidas no esperadas, derivadas de un factor meteorológico contra el que nada podíamos hacer. Pedimos comprensión a todos nuestros clientes, con los que estamos trabajando estrechamente estas semanas”, concluye el presidente de la Sectorial de Melón y Sandía de Proexport, José Cánovas.

Valencia Fruits donde y como quieras

Recibe **Valencia Fruits** cada semana. Además, llévalo siempre en tus dispositivos digitales y disfruta de dossiers especiales, nuestra hemeroteca, directorio profesional y toda la actualidad del sector.



El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

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

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

Enviar por e-mail a Valencia Fruits: info@valenciafruits.com o por correo postal a Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6 - 46005 VALENCIA

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

EMPRESA:			
DE ACTIVIDAD:		DNI/NIF:	
CON DOMICILIO EN:		CP:	
CALLE:	NÚMERO:	TEL.:	
E-MAIL:			
DESEA SUSCRIBIRSE AL SEMANARIO VALENCIA-FRUIT, POR EL PLAZO DE UN AÑO, HACIENDO EFECTIVO EL IMPORTE DE LA SUSCRIPCIÓN POR:			
BANCO/CAJA:	IBAN Nº		

Firma



**Sani
Fruit**
*Healthy **Fruiture***

LA ÚNICA SOLUCIÓN DEL MERCADO
PARA EL TRATAMIENTO
EN LA **POSTCOSECHA
DEL MELÓN**



SANIMELON

www.sanifruit.com



RAMÓN LARA / Presidente de la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya

“No es bueno que haya nervios ni tampoco necesitamos que vengan a ponernos nerviosos”

Desde la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya, su presidente, Ramón Lara, avanza las primeras cifras de la campaña 2023 de melón y sandía en La Mancha. Una campaña que, a priori, transmite buenas sensaciones a pesar de los efectos que las tormentas de primavera han ocasionado en las plantaciones más tempranas. Con la falta de producto en Murcia, los compradores esperan impacientes el inicio de la temporada manchega, pero las prisas nunca son buenas.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. Para empezar hagamos un balance de la campaña 2022. ¿Cómo la describiría?

Ramón Lara. El año pasado, en sandía, fue una de las mejores campañas de los últimos tiempos, extraordinaria. En melón, podemos decir que fue una campaña buena. En general, en 2022 muchos agricultores manchegos obtuvieron buenos réditos con sus producciones. ¡Ojalá este 2023 sea igual que el año pasado!

VF. Con este deseo en mente, ¿cuál es la situación en el campo con el tiempo tan atípico que estamos teniendo?

RL. Hay cierta incertidumbre precisamente por las tormentas que se están sucediendo desde finales de junio. La primera consecuencia es una demora en la evolución de las plantaciones, con lo cual se esperan también retrasos en los primeros cortes. En sandía, por ejemplo, la previsión es comenzar a cortar en la cuarta semana de julio, casi diez días más tarde respecto al año pasado. En melón, nos moveremos en fechas similares a la sandía, sobre el 25 de julio, que es la fecha tradicional del inicio de los primeros cortes en La Mancha.

VF. ¿Ha habido mayor incidencia de plagas y enfermedades por las lluvias caídas?

RL. Así es. Estas tormentas primaverales, además de afectar al cuajado de los frutos, también han ocasionado una mayor incidencia de oídio y mildiu. Son enfermedades presentes en las plantaciones, que los productores tratan sin grandes problemas, pero este año, se han tenido que



Ramón Lara explica que hay incertidumbre por las tormentas. / ARCHIVO

pero sí habrá menos volumen en la primera parte de la campaña debido al problema de cuajado de las plantaciones más tempranas bajo manta térmica, dando como resultado frutos de menor calibre. Otras de las consecuencias será un retraso en los primeros cortes y un solapamiento con las plantaciones a campo abierto.

VF. ¿Hay nervios entre los productores ante la presión de

reforzar los controles y pases, lo que ha supuesto un coste más.

VF. ¿Cuáles son las cifras en superficie de producción que presenta La Mancha en su campaña 2023 de melón y sandía?

RL. La superficie de cultivo en La Mancha se ha cifrado en 5.500 hectáreas para melón, un 5% menos en comparación al año pasado, y en sandía hay 3.300 ha, un +10% respecto a 2022. Este +10% es un incremento sostenido que refleja la precaución que ha primado este año entre los productores después del batacazo vivido hace dos campañas, que tras el gran aumento de la superficie, el mal tiempo en Europa hizo caer la demanda y sobró mucha sandía.

VF. ¿Hay nervios entre los productores ante la presión de

los compradores por el fallo de Murcia?

RL. Por el momento, nervio por comenzar no hay porque a las plantaciones todavía les quedan tres semanas. No es bueno que haya nervios ni tampoco necesitamos que vengan a ponernos nerviosos. Ahora mismo, lo que más preocupa son las tormentas y los efectos que esta agua de lluvia tenga en el campo. Desde la cooperativa, el mensaje a los socios es clara y tajante: no cortar en verde. El mercado está esperando a que lleguen los melones y las sandías de La Mancha, y esto es muy buena noticia, pero la clave aquí es que llegue bien, en su momento justo y con producto en su punto óptimo de maduración, no antes, porque por mucha demanda que haya, si defraudas al consumidor, es una venta que pierdes.

VF. ¿Cuáles son las sensaciones del presidente de la Cooperativa de Nuestra Señora de Peñarroya?

RL. En volumen, no esperamos que sea un ‘campañón’, como mucho, será una campaña normal. Hacer previsiones de precios cuando faltan tres semanas para empezar es muy aventurado. Lógicamente, con el fallo de Murcia y viendo los precios de mercado, todo parece indicar que La Mancha comenzará en buenos niveles. Y en los meses fuertes de campaña, todo dependerá del calor que haga en Europa en los meses de agosto y septiembre.

VF. ¿Cuál sería el baremo ideal de precios este año?

RL. Los costes de producción continúan en niveles altos, si bien en los últimos meses los precios de los insumos son más bajos en comparación al año pasado.

Así pues, para la sandía manchega cultivada a campo abierto, 0,80€/kilo para el agricultor sería un precio extraordinario; mientras que en melón, todo por encima de 0,30€/kilo para el productor son buenas cifras.

VF. ¿La Mancha ya es más ‘sandiera’ que ‘melonera’?

RL. La superficie en melón aún sigue por encima de la sandía aunque en volumen, la sandía ya lo ha superado. Es la tendencia de los últimos años. A parte de sus ventajas comerciales, por su buena salida en la exportación, a nivel agronómico también es un cultivo más fácil de trabajar. Por ejemplo, en lo referente a las tierras, el melón es más ‘señorito’ al no poderse cultivar más de dos años seguidos, teniendo que dejar el tercero en barbecho o plantar otro tipo de cultivos como la cebolla, mientras que la sandía, menos exigente, sí se puede plantar año tras año sin tener que descansar o sustituir cultivos. En el tema de tratamientos también hay diferencias, siendo el melón más sensible que la sandía, por lo que exige más control y más gasto. Por lo que respecta a las variedades, la sandía vuelve a ofrecer más ventajas ya que hay tres tipos que funcionan muy bien y responden a las demandas tanto de los productores como de los clientes y consumidores finales. En el melón Piel de Sapo, por el contrario, hay tal oferta de variedades diferentes, sin que ninguna alcance el grado de satisfacción deseado, que no ayuda al agricultor a la hora de decidir por cuál decantarse. Y como última ventaja destacar el rendimiento en campo, donde una vez más gana la sandía al ser mucho más productiva que el melón.

VF. ¿En los últimos años también se ha visto un incremento de las cifras de exportación en La Mancha?

RL. Así es, y este mayor peso de la sandía en La Mancha ha venido propiciado, precisamente, por el incremento de la exportación. Se trata de un producto que en Europa gusta mucho y que cuando hace calor su demanda se dispara. El hecho de que en los meses de agosto y septiembre, La Mancha sea una de las zonas en Europa con producto ha generado una mayor presencia de compradores internacionales. Por ejemplo, el año pasado, Alemania —el primer mercado de exportación para la sandía nacional— importó desde España 200.000 toneladas, de las cuales el 50% procedían de La Mancha.

Estos buenos números en exportación también están ayudando al melón Piel de Sapo en su salida a Europa, ya que muchos clientes que compran sandías también incluyen algunas partidas de ‘melón verde’ (como se conoce al Piel de Sapo en Europa). Son muchos años los que La Mancha está intentando abrirse camino en Europa con este tipo de melón, pero está costando porque no es un producto tan conocido y el consumidor europeo se muestra reticente a probarlo por su color verde exterior y tamaño, muy diferente a los melones tradicionales que se consumen en Europa como el Galia, el melón amarillo o el Cantaloup.

La magia de ser agricultor

GLOBALGAP

GRAN SELECCIÓN 2020

jjf agrícola

PREMIO GRAN SELECCIÓN 2021

@agricolajjf

info@agricolajjf.es

www.agricolajjf.es

LIDER VILLACONEJOS®

El Melón por Excelencia

Calidad, Servicio y Compromiso



www.lidervillaconejos.com



AGUSTÍN BORJA / Agroborja SL.

“Agroborja sigue creciendo en sandías y melón garantizando calidad en sus productos”

La familia Borja, ‘sandiera’ desde sus orígenes, con paciencia y tesón ha convertido Agroborja SL en una de las empresas con mayor peso en la producción y comercialización en la comunidad autónoma de Castilla La Mancha. Con una superficie de cultivo de 280 hectáreas y una producción de 20 millones de kilos entre sandía y melón, Agustín Borja (segunda generación al frente del negocio familiar) relata cómo ha sido el inicio de la temporada en el campo y cuál es el ambiente comercial a falta de pocas semanas de comenzar a cortar las primeras sandías manchegas.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Después del buen sabor de boca que dejó la campaña 2022 de sandía en La Mancha, ¿cómo ha planificado Agroborja sus plantaciones este año?

Agustín Borja. Efectivamente, el año pasado fue un año extraordinario si bien faltaron kilos en el mes de septiembre debido a las olas de calor de julio, que afectaron a la floración de las plantaciones más tardías. En general, fue una temporada, que como bien has apuntado, dejó un buen sabor de boca.

En lo que respecta a la planificación de la cosecha de 2023 en Agroborja, no hay cambios en relación a los últimos años. Nuestras cifras giran en torno a 200 hectáreas de producción propia y 80 hectáreas de agricultores asociados en melón y sandía.

VF. ¿Cómo han vivido estos meses marcados por la sequía y las tormentas de primavera?

AB. En La Mancha, los productores vivimos en una situación de sequía permanente, con restricciones en las dotaciones de agua para riego desde hace años, por lo que no hay otra que adaptarse a ello. Está claro que no es lo mismo sembrar en suelo húmedo que seco, como ha ocurrido este año. De todas formas, las primeras plantaciones se están desarrollando de forma correcta. En abril, cuando comenzamos a sembrar las temperaturas eran altas y no hizo falta poner manta térmica.

En lo que respecta a las tormentas, el agua que ha caído en la zona de Manzanares y Daimiel —donde están ubicadas nuestras plantaciones—, ha sido literalmente una bendición. No es el caso de Tomelloso, Argamasilla de Alba y Cinco Casas, donde las lluvias han sido más fuertes y han



Agustín Borja opina que septiembre será un mes fuerte de oferta en melón de Castilla-La Mancha. / AGROBORJA SL

“En melón todavía seguimos buscando esa variedad que cumpla con las expectativas del productor, comercializador y consumidor”

afectado al proceso de cuajado de las plantaciones realizadas en abril.

VF. En estas zonas, precisamente debido a estas tormentas, se ha confirmado una mayor incidencia de oídio y mildiu. ¿En las plantaciones de Agroborja ha ocurrido lo mismo?

AB. Más que problemas de oídio y mildiu, lo que hemos tenido ha sido más trabajo de arado por la longitud que han alcanzado las hierbas además del ajuste en las labores en campo por las diferencias que hay entre el agua de riego y el agua de lluvia. Pero esto forma parte del día a día de los productores, que sabemos lo que hay que hacer.

VF. ¿Para cuándo están previstos los primeros cortes en la zona de Manzanares y Daimiel?

AB. En melón, las fechas este año serán las tradicionales de esta zona, es decir, sobre el 25 de julio, día arriba, día abajo. En sandía, es posible que la semana antes ya tengamos producto listo para cortar.

VF. Siendo especialistas en sandías desde sus orígenes, ¿están notando estos últimos años más competencia por el boom que se está dando en La Mancha en torno a su producción y comercialización?

AB. Una máxima en Agroborja es sembrar lo que vendemos. Si cada año sembramos más señal de que vendemos

más, a pesar de la competencia. La buena salida que tiene la sandía en exportación ha hecho que su volumen en La Mancha supere al melón y que más productores y comercializadores apuesten por su cultivo. Evidentemente hay más competencia, pero en Agroborja tenemos una demanda bien asentada y en crecimiento. Muestra de ello es que vamos incrementando superficie de cultivo temporada tras temporada, con una producción que supera los 20 millones de kilos.

Para mover 20.000 toneladas en poco más de dos meses hay que estar bien preparado tanto en el campo como en el almacén. Para ello reinvertimos los beneficios en la propia empresa ampliando y mejorando las infraestructuras; incorporando nuevas líneas de confección y maquinaria con la tecnología más puntera; y estando al día con las certificaciones que demandan tanto la exportación como la gran distribución...

“Para mover 20.000 t en dos meses hay que estar bien preparado tanto en el campo como en el almacén”

Agroborja sigue creciendo en sandías y melón de la Mancha garantizando calidad en sus productos.

VF. Hablando de exportación y la gran distribución, ¿qué peso tienen en la cartera de clientes de Agroborja?

AB. La gran distribución representa el 40% de las ventas, la exportación un 30% y el sector mayorista otro 30%.

VF. ¿Cuáles son las preferencias varietales de grupos de clientes?

AB. En Agroborja no hacemos distinciones varietales por clientes a la hora de planificar nuestras producciones, directamente cultivamos todas las tipologías de sandías comerciales, incluidas las variedades polinizadoras o microsemillas.

Una característica común entre los clientes es la preferencia de las sandías sin pepitas. En el tema calibres, los gustos no han cambiado en los últimos años, España quiere calibres grandes (las más cotizadas) mientras que Europa, habitualmente, pide piezas más pequeñas.

En cuanto al melón, dentro del tipo Piel de Sapo, la tendencia ahora son variedades con carne firme. Es lo que demanda el mercado, aunque opino que esto va en detrimento del sabor. Sea como sea, la realidad en torno al melón es que todavía seguimos buscando esa variedad que cumpla con las expectativas del productor, comercializador y consumidor. La oferta por parte de las casas de semillas es inmensa, todos los años nos ofrecen novedades, sin embargo, a día de hoy, no se ha logrado la variedad perfecta, todas tienen un ‘pero’.

VF. En estas semanas previas al inicio de la temporada de La Mancha, ¿hay nerviosismo entre los comercializadores?

AB. Sí hay muchos nervios debido a los problemas con la campaña murciana, en la que a parte de la gran caída de producción, hay bastantes problemas de calidad.

Pero los tiempos son los que son, y temporada en La Mancha llegará para finales de julio. Al principio los volúmenes no serán grandes y a medida que entremos en agosto, la oferta irá aumentando. Esto no es una novedad, es el inicio tradicional de cualquier campaña. La cuestión es que este año todo el mundo está nervioso porque el calor ha disparado el consumo y la faltan sandías y melones.

VF. Con este telón de fondo, ¿podemos prever que será una temporada con precios altos?

AB. Mejor no adelantarse a los acontecimientos. Está claro que con un mercado sin producto, sin solapamiento con Murcia y una demanda activa, los precios en la primera parte de la campaña manchega serán buenos. Pero ya veremos cómo se desarrolla la temporada cuando llegue la época fuerte y el tiempo que hace en esas semanas. En el campo se ven muchas plantaciones puestas para recoger en septiembre, por lo que será un mes fuerte de oferta. Habrá más o menos venta dependiendo del calor que haga.

**GRUPO NÚÑEZ
GARCÍA FILOSO, S.L.**

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
HORTOFRUTÍCOLAS



Fco. Javier Núñez: 669 955 196 · Paco Núñez: 696 980 499

Carretera Nacional 430, Km 385. Apdo. Correos 15413200, Manzanares (Ciudad Real).
Almacén: 926 614 281 · meloneselcaballeroandante@gmail.com · www.elcaballeroandante.net



SmartFresh™, la solución postcosecha para melones

Mantiene la firmeza de la pulpa por más tiempo, lo que contribuye a mejorar la calidad del producto

► AGROFRESH.

El melón es una fruta que sufre de un rápido deterioro y cuya calidad se ve afectada por largos envíos o por un almacenamiento prolongado. AgroFresh, empresa agrotecnológica especialista en soluciones postcosecha para conservar la calidad frutos, también ofrece soluciones para melones.

SmartFresh™ es la solución postcosecha para ayudar a mantener la frescura deseada por el consumidor. La tecnología actúa directamente sobre el proceso de maduración de los melones al ayudar a bloquear los receptores de etileno de la fruta. De esta manera, se inhibe la acción del etileno y el proceso de maduración se retrasa significativamente.

La firmeza de la pulpa del melón es una característica importante que influye en la calidad y el sabor del producto. Al aplicar SmartFresh™ al melón,

se ha demostrado que se mantiene la firmeza de la pulpa por más tiempo, lo que contribuye a mejorar la calidad del producto. Además, el Sistema de Calidad SmartFresh™ también tiene la capacidad de ayudar a mantener los niveles de azúcares (°Brix) del melón, lo que es fundamental para mantener su dulzura y sabor. Al prolongar la vida útil del melón, se pueden preservar los nutrientes y los sabores del fruto por más tiempo, lo que contribuye a la calidad del producto y al valor nutricional del mismo.

Asimismo, SmartFresh™ favorece el retraso del cambio de coloración de la corteza del fruto. El melón es conocido por su apariencia atractiva y su color vibrante, SmartFresh™ ayuda a preservar esta característica, manteniendo el color de la piel del melón durante más tiempo. Además, también

puede reducir la aparición de manchas marrones en la piel, lo que mejora la apariencia y la calidad del fruto.

Por otro lado, SmartFresh™ también puede contribuir a mantener el aspecto del pedúnculo, lo que es importante para su presentación y calidad en el mercado. La capacidad de SmartFresh™ para reducir la tasa de respiración y la producción de etileno del melón también ayuda a prevenir la descomposición del fruto y mantener su frescura durante más tiempo. El Sistema de Calidad SmartFresh™ es una herramienta valiosa para la industria del melón en postcosecha. Puede prolongar la vida útil del fruto, reducir la tasa de pérdida de peso, prevenir la descomposición y mejorar la calidad del producto. Además, puede reportar beneficios económicos para los productores y minoristas al me-



La firmeza de la pulpa del melón influye en la calidad y el sabor. / AGROFRESH

jorar la apariencia y aumentar la demanda del producto.

SmartFresh™ está disponible en una variedad de formatos diseñados para adaptarse a las instalaciones o a los requisitos de las centrales hortofrutícolas de melón. Se puede emplear el Sistema de Calidad Smartfresh™ tanto en cámaras de conservación con aplicadores homologados por AgroFresh (Smartfresh™ ProTabs), como

en cámaras de volumen reducidos o en camiones (Smartfresh™ SmartTabs).

Para obtener más información, póngase en contacto con el representante local de AgroFresh o visite su página web Agrofresh.com/es.

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



FRANCISCO JAVIER NÚÑEZ / Director gerente de Grupo
Núñez García Filoso S.L. El caballero andante

“Las fechas que manejamos en La Mancha es comenzar la campaña el 25 de julio”

La festividad de Santiago marca en La Mancha el inicio de la temporada, si bien esta fecha depende de las temperaturas registradas en primavera, pudiendo adelantar o retrasar los primeros cortes. Este año, en comparación al año pasado, la campaña manchega llega con 10 días de retraso, debido al problema de cuajado que presentan las variedades más tempranas a causa de las lluvias de junio. No es precisamente la mejor noticia visto el nerviosismo entre los compradores por la falta de género.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. A 4 de julio, ¿cuál es la situación en los almacenes de ‘El caballero andante’ a tenor de las últimas información de la acusada falta de producto en Murcia?

Francisco Javier Núñez. Desde el viernes 30 de junio, que vendimos los últimos melones de Montalbán (Córdoba) y Murcia, hemos pasado una semana sin género porque no hay melones ni sandías, y las perspectivas para cargar en esas zonas, por el momento, son pocas en los próximos días.

Contamos con un grupo de agricultores en estas zonas, con los que trabajamos desde hace muchos años, y por las informaciones que nos llegan, la situación en el campo es complicada por la falta de producto.

VF. El agua y el granizo son la razón del fallo de Murcia, pero la falta en Andalucía, ¿a qué se debe?

FJN. Por una parte, ante la falta de garantías de disponer de agua suficiente para riego a causa de la sequía, muchos agricultores —sobre todo de cara a las plantaciones tardías— no han querido arriesgarse a poner más melones ni sandías antes del inicio de La Mancha. Por otra, al no haber género suficiente en Murcia, los compradores y distribuidores se han ido directamente a Andalucía, donde se ha apostado por plantaciones tempranas y ciclo medio, pero no tardío. Con este panorama en campo y una demanda al alza en Europa, el resultado es esta falta de producto tanto en Andalucía como en Murcia.

VF. ¿Esta situación se trata de algo excepcional?

FJN. Realmente es una situación que, personalmente, ya veía venir cuando en primavera baja-



Núñez explica que muchos agricultores no han querido arriesgarse a plantar más melones por la sequía. / EL CABALLERO ANDANTE

mos a visitar las tierras de Córdoba y Murcia y comprobamos que en la zona andaluza no había plantaciones tardías, mientras que en Murcia, las previsiones

eran buenas, aunque luego todo se ha ido al traste por culpa de las tormentas de lluvias y granizo.

Así las cosas, ya preveíamos dos semanas complicadas antes



Núñez afirma que se espera una buena cosecha. / EL CABALLERO ANDANTE

“La filosofía del Grupo Núñez García Filoso es crecer poco a poco, pero con paso firme sin perder nuestra seña de identidad”

del inicio de la temporada de La Mancha, pero la realidad es que estos quince días se han convertido en un mes y la gente está bastante tensa, en general. A pesar de esta inactividad comercial temporal, en estos días el teléfono no deja de sonar con clientes nacionales e internacionales pidiendo melones y sandías. El calor aprieta en toda Europa y cuando las temperaturas suben, la demanda se dispara. La cuestión es que no hay género y hay clientes que lo entienden, mientras que otros no gestionan tan bien esta situación.

VF. ¿Esta tensión por la falta de producto también genera más presión en La Mancha por comenzar lo antes posible la temporada?

FJN. Después de lo vivido estos meses, todos preguntan cómo está la producción en La Mancha, si habrá kilos, cómo van las plantaciones, cuándo están previstos los primeros cortes...

El inicio de la temporada en La Mancha, tradicionalmente, está estipulado entre el 20 y 25 de julio, luego, si se adelanta o atrasa depende de la climatología en los meses de primavera. Si las temperaturas son altas en esos meses, la segunda semana de julio ya se puede empezar a cortar; si por el contrario la primavera ha sido fresca, el inicio puede retrasarse hasta la primera semana de agosto.

“Este año, ante la falta de producto en Andalucía y Murcia, compradores de Reino Unido, Países Bajos, Francia, Austria ya se han puesto en contacto con nosotros buscando sandías y melones”

VF. Hablando de fechas de inicio, ¿cuál es la previsión para este año?

FJN. Viendo la evolución de las plantaciones propias y la de los agricultores con los que trabajamos, todas cultivadas a campo abierto, las fechas en las que nos movemos son más o menos las tradicionales, es decir, entre el 20 y 25 de julio. Es muy probable que nos vayamos hacia el 25 ya que las variedades más tempranas han sufrido por las lluvias de junio, retrasando el cuajado.

VF. ¿Se espera un aumento de los cortes en verde ante la presión comercial?

FJN. Espero que no suceda, pero en el caso hipotético de que pasara, empresas como la nuestra tenemos la obligación de controlar esas prácticas para que a los almacenes lleguen únicamente melones y sandías cortadas en su momento óptimo de maduración.

VF. ¿Qué otros daños están ocasionando las tormentas que se vienen sucediendo desde finales de mayo?

FJN. El agua que está cayendo, en modo de tormentas breves pero intensas, a la planta, no le sienta especialmente bien. Se están dando más problemas de raíces, de oídio o mildiu... y los productos fitosanitarios autorizados no son tan eficientes. Esta falta de eficacia implica realizar más pases con su consiguiente gasto, incrementando así los altos costes de producción que ya tenemos.

VF. ¿Qué podemos decir del volumen de cosecha que espera este año el Grupo Núñez García?

FJN. Salvo estas primeras plantaciones mencionadas anteriormente, que darán menos volumen por problemas de cuaje, el resto, por el momento, evoluciona correctamente, por lo que esperamos una buena cosecha, con calidad y buenos calibres, y con una previsión de crecimiento en ventas.

VF. ¿Hay novedades en la cartera de clientes del grupo?

FJN. La filosofía del Grupo Núñez García Filoso es crecer poco a poco, pero con paso firme sin perder nuestra seña de identidad que es calidad y servicio. Unos años más otros años menos, la empresa va creciendo ampliando su cartera de clientes, tanto nacionales como internacionales.

VF. ¿Han constatado una mayor demanda internacional?

FJN. Sí, en particular estos dos últimos años. El año pasado, en la parte final de la campaña, el calor apretó en Europa y hubo gran demanda de sandías, y fueron numerosas las llamadas de exportadores interesados en trabajar con nosotros.

Este año, ante la falta de producto en Andalucía y Murcia, compradores de Reino Unido, Países Bajos, Francia, Austria ya se han puesto en contacto con la empresa.

Melones Sandías
EL OASIS De La Mancha
C/ Cañizares, s/n 13220 LLANOS (C. Real)
Tel. 926 64 40 02 FAX 926 64 41 14

Los Llanos
Soc. Coop. de Castilla La Mancha
la sin de llanos

LLANERO
C/ Cañizares, s/n 13220 LLANOS (C. Real)
Tel. 926 64 40 02 FAX 926 64 41 14

Soc. Coop. Ltda. del Campo
“Los Llanos”

OFICINAS:
Cañizares, s/n
Tel.: 926 64 40 02
Fax: 926 64 41 14

ALMACENES:
Los Pozos, s/n
losllanos@ucaman.es
LLANOS DEL CAUDILLO (Ciudad Real)

ÓSCAR AGUDO / Jefe de Almacén y Ventas de la SAT Tío Cacheje

“Lo que está pasando este año es algo que no se había vivido nunca”

Sin melones ni sandías que vender en este mes de julio, desde la SAT Tío Cacheje, su jefe de almacén y ventas, Óscar Agudo, explica cómo están afrontando este periodo, nunca visto antes, con los almacenes vacíos de género por el fallo de producción en Murcia y el final adelantado de Andalucía. Una vez más, la climatología juega otra mala pasada. Sin embargo, desde Tío Cacheje no pierden el ánimo y esperan que con la llegada de la temporada manchega, la situación se normalice.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Cómo definiría la evolución de Tío Cacheje en estos últimos años?

Óscar Agudo. La empresa ha seguido creciendo en volumen de ventas, abriendo nuevos caminos en exportación y mejorando sus infraestructuras instalando placas solares y renovando maquinaria.

VF. Siendo como es la empresa especialista en melón de Piel de Sapo, ¿cómo han vivido el ‘boom’ de la sandía?

OA. En Tío Cacheje seguimos la tendencia del mercado y cada vez comercializamos más sandías, aunque nuestro fuerte sigue siendo el melón Piel de Sapo.

En cuanto al ‘boom’ de la sandía, estamos contentos con los resultados que estamos obteniendo con este producto y con las oportunidades comerciales que nos está brindando. En cifras porcentuales, podemos decir que la media anual se reparte en un 70/30 por ciento a favor del melón Piel de Sapo, ya que Tío Cacheje cubre toda la campaña de melón, incluyendo la contraestación.



Según afirma Agudo, Tío Cacheje se adapta a las tendencias del mercado. / VF

“Las fuertes lluvias de mayo y junio han arrasado las plantaciones que tendríamos que estar recogiendo en estos días y los almacenes ahora mismo están vacíos”

No obstante, en plena campaña de sandías, en los meses de junio, julio y agosto, este porcentaje se sitúa en un 60/40, es decir, baja en melón y sube en sandía.

VF. ¿Ha habido cambios en el circuito comercial de Tío Cacheje?

OA. Nosotros seguimos apostando por nuestros clientes habituales del circuito mayorista,



Tío Cacheje es una empresa especialista en melón Piel de Sapo. / ARCHIVO

pero en los últimos años hemos conseguido posicionarnos bien como proveedores de cadenas de supermercados nacionales, donde se constata una clara preferencia por la sandía, especialmente la negra sin pepitas, que es la variedad que trabajamos en Tío Cacheje junto con el melón Piel de Sapo.

VF. ¿Qué podemos decir de la campaña 2023, marcada por una fuerte falta de producto en origen?

OA. Lo que está pasando este año es algo que no se había vivido nunca, al menos en las empresas comercializadoras de Villacanejos y La Mancha.

Literalmente, no hay producto. Las fuertes lluvias de mayo y junio han arrasado las plantaciones que tendríamos que estar recogiendo estos días y la realidad es que los almacenes ahora mismo están vacíos de género.

VF. ¿No se veía venir este desabastecimiento?

OA. Con toda el agua que cayó, justamente en plena zona de melones y sandías, éramos conscientes de la pérdida de cosecha y de los problemas cualitativos que habría una vez se secaran las plantas. La cuestión es que la realidad ha sido peor de lo imaginado y se está alargando más de lo esperado.

VF. Imaginamos que estarán esperando ansiosos a que comience La Mancha, ¿no?

OA. Así es, pero la temporada manchega también llega con retraso por culpa de las lluvias

de primavera que han afectado al cuajado de las plantaciones más tempranas y la cosecha llega retrasada y con calibres más pequeños.

VF. ¿Cuándo prevé que la situación se normalice?

OA. No será antes de principios de agosto. Esto significa que se ha perdido prácticamente todo el mes de julio de ventas, un periodo muy potente a nivel comercial.

VF. ¿Qué podemos avanzar del tema precios?

OA. Lo único que podemos decir es que en estos momentos los precios están ‘locos’ y no sirven como referencia una vez se normalice la situación.

En La Mancha hay volumen, por lo que la oferta será buena. En principio se prevén precios por encima de la media, pero todo dependerá de la demanda, de la presión que haya en los mercados, y sobre todo del calor que haga en agosto y septiembre.

VF. ¿Hay preocupación en Tío Cacheje?

OA. Analizando la situación actual, hay preocupación y bastante incertidumbre. Preocupación por la pérdida de ventas en un periodo importante comercialmente para la empresa, e incertidumbre ante lo que pasará a partir de ahora.

Pero hay que mantener el optimismo y afrontar lo que resta de la temporada nacional con fuerza y ánimos renovados. ¡No queda otra!

STAY COOL AND RELAX

Con MSC puedes llegar a cualquier mercado del mundo. Gracias a décadas de experiencia, podemos cuidar de tu mercancía 24/7, ya sea en puertos, mares, camiones o trenes. Puedes confiar en nuestros equipos locales para cumplir con los requisitos especiales de tu cadena de suministro.

MOVING THE WORLD, TOGETHER.

msc.com/fruit

ANTONIO AGUDO / Responsable de Ventas de 'El Melonero' SAT Hnos. Agudo Contreras

“Nos encontramos ante un panorama incierto y sin precedentes”

Prácticamente el 80-90% de los melonares que El Melonero tenía previsto recolectar a finales de junio y durante todo el mes de julio, se han secado por completo, generando una importante carencia de producto. En estas semanas tan complicadas desde Hermanos Agudo Contreras están haciendo todo cuanto está a su alcance para satisfacer la demanda de sus clientes mientras esperan al inicio de la campaña manchega. El responsable de Ventas, Antonio Agudo, señala que todo el equipo de El Melonero “trabajamos con ganas e ilusión para remontar el trance tan delicado que nos ha tocado vivir durante esta campaña, y esperamos que los próximos meses se desarrollen con normalidad y nos permitan abastecer a nuestros clientes como siempre hemos hecho”.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. En mayo, en plena campaña almeriense, desde El Melonero se confirmaba que “el volumen de producción no se ha visto mermado, los calibres son adecuados para satisfacer la demanda y la relación calidad precio de nuestra materia prima está garantizada”. ¿Qué balance realiza de la campaña almeriense tras su conclusión?

Antonio Agudo. La campaña de Almería, afortunadamente, se ha desarrollado con normalidad. En lo que a calidad respecta, la materia prima ha sido bastante buena; así como el volumen de producción ha estado en la línea de ejercicios anteriores. Por ello, pese a algún altibajo puntual, la evolución de la campaña almeriense culminó según lo previsto.

VF. Desde Murcia llegan noticias preocupantes de falta de producto debido a los daños producidos por las intensas lluvias. ¿Cuál es la situación real en los melonares murcianos?

AA. Debido a las fuertes lluvias y tormentas acaecidas en las últimas semanas, la gran mayoría de los melonares han sufrido graves enfermedades. Y a raíz de las mismas nos encontramos ante un panorama incierto y sin precedentes, ya que, prácticamente el 80 o 90% de los melonares que teníamos previsto recolectar a finales de junio y durante todo el mes de ju-



Los hermanos Agudo Contreras confiesan que lo vivido este año en Murcia no tiene precedentes. / EL MELONERO

lio, se han secado por completo. En esta tesitura, la carencia de producto durante este periodo es más que evidente, precisamente en el punto álgido de la campaña, ya que el mes de julio es clave en el consumo de melón y su abastecimiento no está garantizado.

VF. ¿Cómo está gestionando esta menor disponibilidad de género El Melonero frente a una demanda al alza con la llegada del calor en toda Europa?

AA. Desde Hnos. Agudo Contreras estamos haciendo todo cuanto está a nuestro alcance

para satisfacer la demanda de nuestros clientes. Proporcionales el mayor volumen de kilos posible en relación a sus necesidades es nuestro objetivo, pero la producción no está siendo suficiente para abastecer la demanda. Se trata de un problema generalizado cuya solución no está a nuestro alcance, por lo que, estamos intentando suministrar a nuestros clientes en base a la materia prima existente.

VF. Esperando como están que comience la temporada de La Mancha, ¿cuáles son las pre-

visiones en esta zona en cuanto a producción, calidades, calibres, fechas de inicio...?

AA. Con los precedentes de los que disponemos en los comienzos de la campaña nacional, hemos aprendido que hacer previsiones es un asunto arriesgado. La agricultura depende del tiempo, un factor ajeno a la voluntad del ser humano.

Nuestra esperanza es que la temporada manchega arranque con buen pie y los estándares de calidad estén a la altura de las necesidades de nuestros clientes.

Sobre la fecha de inicio, en base a años anteriores, esperamos que comience en las últimas semanas del mes de julio.

VF. A pesar de que todavía es pronto para hablar de precios, ¿se esperan buenas cifras para los melones y las sandías manchegas?

AA. En base a lo que se comentaba en la cuestión anterior, este aspecto es bastante delicado, por lo que considero que no es el mejor año para predecir qué va a pasar. Para la producción del melón y la sandía, el factor vital es que el periodo estival se desarrolle con total normalidad. El predominio del sol y las altas temperaturas son fundamentales para tener un buen producto. Y solo contando con un buen producto, podemos augurar buenas cifras en lo que a precio respecta.

VF. Habiendo participado un año más en el Congreso de frutas y Hortalizas de AECOC, ¿cuál fue el tema estrella este año en las conversaciones con los responsables de compra de las cadenas y con otros comercializadores?

AA. El congreso AECOC es un escenario muy interesante para nosotros. Se ha convertido en un punto de encuentro significativo entre proveedores y clientes debido al intercambio de opiniones, sensaciones, puntos de vista e inquietudes de los distintos representantes de sector.

Entre los temas más relevantes, destacamos el interés y la puesta en común de proveedores y clientes en base a la mejora de la cadena de producción con la finalidad de que la materia prima llegue en las mejores condiciones posibles ante el consumidor final, pues realmente es el eslabón más importante del proceso.

VF. Después de lo vivido en la primera parte de esta campaña 2023, ¿cuáles son las sensaciones para la segunda y la temporada fuerte de El Melonero?

AA. Ser optimistas y trabajar por lo que queremos son premisas fundamentales en nuestra compañía. En El Melonero trabajamos con ganas e ilusión para remontar el trance tan delicado que nos ha tocado vivir durante esta campaña. Y así, esperamos que la campaña manchega se desarrolle con normalidad y nos permita abastecer a nuestros clientes como siempre hemos hecho. Proporcionando la mejor calidad y mimando el producto para que el consumidor pueda disfrutar de la mejor versión de las frutas del verano: el melón y la sandía.

Desafíos en la producción de melón y sandía

Las soluciones de Decco ayudan a evitar los daños provocados por el exceso del sol

► DECCO.

El melón y la sandía ocupan un lugar destacado entre la amplia variedad de productos agrícolas de España. Son muy populares durante esta temporada. Debido a su refrescante sabor y su alto contenido en agua son opciones ideales para combatir el calor. Estas frutas icónicas gracias a su versatilidad en la cocina, permiten disfrutarlas de diferentes formas para aprovechar al su máximo sabor y calidad.

Sin embargo, la producción de estas frutas se enfrenta a diversos desafíos en esta temporada. Las tormentas que ocurrieron en mayo en la zona de Murcia y norte de Almería generaron varios problemas afectando la cosecha y causando mermas en el campo. Para esta campaña, en la Región de Murcia en sandía no se prevén saltos en la producción mientras se esperan rendimientos inferiores, sobre todo en melón debido a las altas temperaturas

y el estrés hídrico que se está sufriendo en las últimas semanas en la región. A pesar de los avisos del ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación sobre que España sigue perdiendo producción y superficie para estos cultivos debido a menor disponibilidad a los recursos hídricos, durante esta temporada la superficie de cultivo se mantendrá estable respecto a la campaña pasada.

El estrés hídrico tiene un efecto negativo en el rendimien-

Las tormentas que ocurrieron en mayo en la zona de Murcia y norte de Almería generaron varios problemas afectando la cosecha y causando mermas en el campo

to del melón y la sandía puesto que ambos cultivos requieren condiciones climáticas óptimas para su desarrollo. Junto con las temperaturas altas que estamos observando y un incremento en el tiempo de la exposición solar pueden dar a lugar a los resultados bastante desfavorables como las manchas en la piel de los frutos y las quemaduras por el sol, problemas comunes que pueden afectar la apariencia y la calidad.

La luz solar es importante para un buen desarrollo de las plantas y ayuda a conseguir una calidad deseada. No obstante, la exposición solar excesiva puede causar daños no reversibles y crear desajustes en el crecimiento afectando negativamente los parámetros que se requiere para la comercialización como: la calidad, nivel de azúcares, el crecimiento y el calibre. Para ayudar a evitar los daños provocados por el exceso de sol, desde Decco recomendamos el uso de nuestra solución nearharvest, Decco Screen, a base de Carbonato Cálcico al 60%, que crea una capa protectora sobre la fruta que difunde la radiación permitiendo que potencie la fotosíntesis y así aporta mayor calibre y homogeneidad de la producción. Aparte de estos beneficios, está certificado para la agricultura ecológica.

JUAN PEDRO MADRIGAL / Agrícola JJF

“El inicio de la campaña en Castilla-La Mancha va a ser complicado”

Las lluvias han mermado el volumen de cosecha de melones tempranos en Castilla-La Mancha. Actualmente, debido a los problemas sufridos en Murcia, está faltando producto para satisfacer toda la demanda y la temporada castellano-manchega llega con cierto retraso. No obstante, Juan Pedro Madrigal señala que el problema inicial afecta exclusivamente a las plantaciones más tempranas. “A medida que avancen los días se alcanzarán los estándares habituales en esta zona productora, y considero que no habrá problemas para atender la demanda de producto”.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Qué perspectivas mantienen en Agrícola JJF para esta temporada?

Juan Pedro Madrigal. Es complicado vaticinar cómo se va a desarrollar la temporada de melón y sandía en Castilla-La Mancha, pero parece claro que arrancará con precios elevados porque falta género en todas las zonas productoras. No obstante, a medida que avance la campaña, creo que todo volverá a su orden habitual.

El inicio va a ser complicado porque hay poca mercancía y sin mucha calidad, sobre todo en melón. Pero, a medida que avancen los días, se alcanzarán los estándares habituales en esta zona productora.

VF. ¿Cómo ha afectado la meteorología al desarrollo de los cultivos?

JPM. La campaña se ha retrasado. El desarrollo de los cultivos se estaba produciendo de forma óptima con el calor de los últimos días de abril y principio de mayo. Sin embargo, todo se complicó

con casi un mes de lluvias. Debido a los efectos adversos de la meteorología, en Agrícola JJF tenemos previsto arrancar hacia el 22 de julio en sandía y en melón a finales de mes.

VF. ¿Han causado las lluvias pérdidas de producción?

JPM. Sí, sobre todo en melón, hay cosechas enteras pérdidas en los primeros melonares que se sembraron. Las plantaciones más tempranas se encuentran muy tocadas.

VF. ¿Los problemas de falta de producto en Murcia puede beneficiar la comercialización del melón y la sandía de La Mancha?

JPM. Ante los problemas que están sufriendo en Murcia, los mercados ahora se encuentran desabastecidos, y no es lo mismo iniciar la temporada con los destinos saturados que, como ocurre este año, esté faltando producto para satisfacer la demanda. Es el primer año que ocurre esto. No sabemos cómo evolucionará nuestro ejercicio pero está claro que para nosotros, inicialmente, no es una circunstancia perjudicial.

“Casi un mes de lluvias han provocado un retraso en el inicio de la presente temporada”

cial. Evidentemente, para ellos ha sido una temporada pésima.

VF. ¿Agrícola JJF contará con producción suficiente para atender todas las demandas de sus clientes?

JPM. Creemos que sí. Vamos a empezar con cierto retraso, sobre todo en melón, pero el problema en Castilla-La Mancha afecta exclusivamente a las plantaciones más tempranas. Siempre contando con una meteorología favorable, considero que no habrá problemas para atender la demanda de producto.

VF. Las lluvias han retrasado el inicio de la presente temporada, pero ¿la sequía y la falta de agua para regar es un tema preocupante en Castilla-La Mancha?



Agrícola JJF sigue apostando por el producto de calidad. / AGRÍCOLA JJF

JPM. Esta temporada la producción se ha salvado pero nos preocupa que el año que viene podamos sufrir recortes de agua y haya que sembrar menos y bajar hectáreas en melón y sandía. Esta campaña la superficie plantada es similar a la registrada en 2022, pero si no se da un invierno muy lluvioso, la situación será complicada en 2024.

VF. En el terreno varietal, ¿con qué novedades cuenta la firma Agrícola JJF?

JPM. En este ámbito no hay novedades respecto a las variedades plantadas el año pasado porque nos fue bastante bien. Las más sembradas en melón son Alcaez y Almadén. Luego contamos con Grand Bernabéu de Sakata para finales de la temporada. En sandía las variedades predominantes son Bazman y Style.

VF. En este escenario tan complejo, ¿qué objetivos se ha marcado la compañía para esta temporada?

JPM. Seguimos apostando por la calidad y el objetivo principal es contar con melón y sandía para satisfacer a nuestros clientes en España y el resto de Europa. Crecer resulta complicado, y este año esperamos sobre todo mejorar los kilos que obtuvimos en el ejercicio 2022 en una campaña que fue muy corta en volumen de producción.

VF. ¿Qué lugar ocupa la exportación en Agrícola JJF?

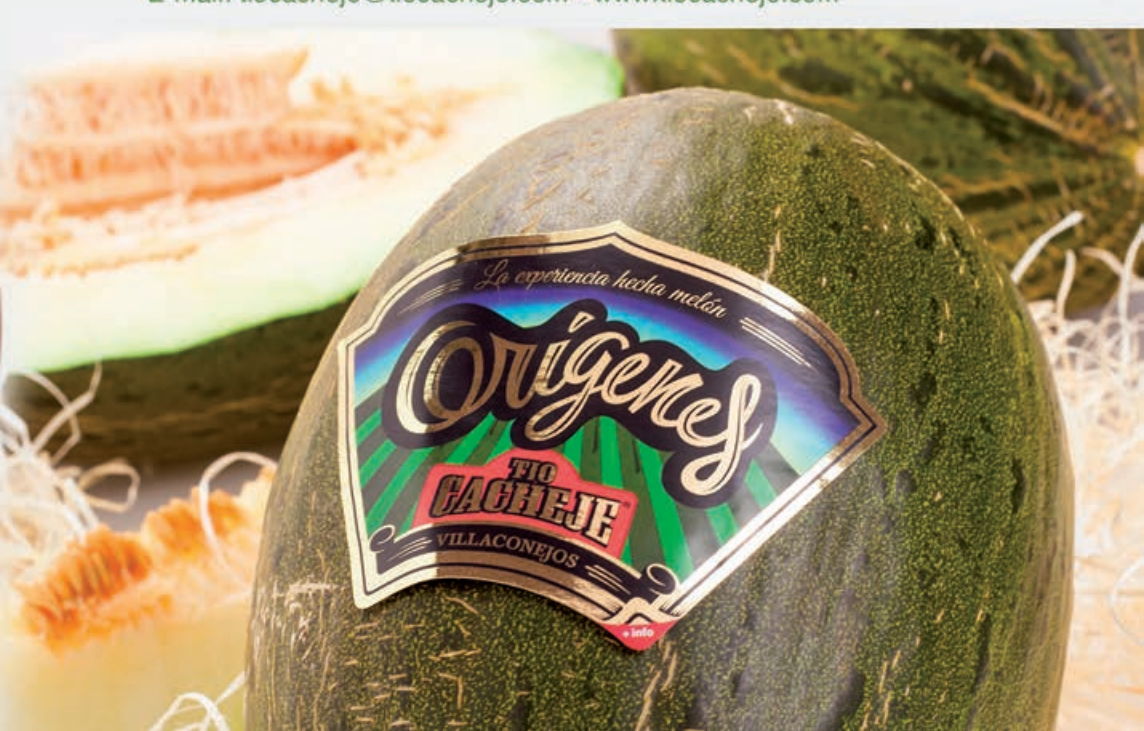
JPM. Un 35% de nuestra producción se destina a la exportación. La gran mayoría del melón y la sandía lo enviamos a Holanda y desde allí lo distribuyen por casi toda Europa. También mandamos producto a Noruega y Finlandia.



Melones y Sandías • Mercado Nacional

SAT TIO CACHEJE

Camino de la Cooperativa, s/n • 28360 VILLACONEJOS (Madrid)
Tel.: 91 893 85 79 • Móvil: 626 867836
E-mail: tiocacheje@tiocacheje.com • www.tiocacheje.com



► ÓSCAR ORZANCO. MURCIA.

Julio arrancó con la celebración de los 'Melon & Watermelon Innovation Days', unas jornadas en las que las principales firmas de semillas españolas e internacionales, con centros y fincas de experimentación en la Región de Murcia, abrieron sus puertas a los profesionales del sector agrícola para mostrarles sus últimos desarrollos en variedades de melón y sandía.

Desde Proexport destacan que se trata de una iniciativa que sitúa a Murcia en el epicentro mundial de la innovación agronómica y genética de estas frutas propias del verano. Fernando Gómez, director general de la asociación, incide en que "la inversión en I+D+i es fundamental para la agricultura. En el caso del melón y la sandía los productores buscamos materiales vegetales que aporten más sabor, colores, aromas y texturas atractivas, resistencias a plagas y enfermedades, optimización de insumos o adaptación al cambio climático, entre otros muchos factores. Pero el sabor sigue siendo capital".

La Región de Murcia lidera las exportaciones de melón a nivel nacional con un 50% del total, mientras en sandía con un 20% ocupa el segundo lugar tras Andalucía. En 2022 exportó 169.019 toneladas de melón por valor de 143 millones de euros. En cuanto a sandía, los envíos al exterior ascendieron a 129.861 toneladas, por un valor de 82,8 millones. Y en este escenario, firmas como BASF, Seminis (Bayer) y Semillas Fitó, entre otras, mostraron su catálogo varietal para el sector del melón y la sandía.

■ BASF (NUNHEMS)

BASF celebró una nueva edición de su Melon and Watermelon Business Event for Experts en su centro de investigación en la Finca Lo Ruiz ubicada en La Palma (Murcia). Bajo el título 'What's next?', la multinacional, que opera en el mercado de semillas hortícolas bajo la marca Nunhems, mostró los distintos caminos para alcanzar un único objetivo: la satisfacción del consumidor.

"Trabajamos sobre cuatro pilares, esto es, productividad y calidad, confianza, conveniencia e innovación", explicó Juan Pedro Pérez, Regional Crop Lead de melón y sandía en EMEA de BASF. Y todos ellos conducen a "la satisfacción del consumidor; un objetivo innegociable para toda la cadena de valor".

En productividad y calidad, el objetivo es desarrollar variedades que maximicen los rendimientos en campo y la calidad de los frutos obtenidos en segmentos claves de consumo, como son el Piel de Sapo, Charentais o Cantaloup, en melón, o las tipologías Sugar Baby o Jubilee en sandía.

En este sentido, introducen este año un nuevo melón Charentais para ciclo temprano, CH511 F1°. Se trata de una variedad que aúna resistencias (oídio y pulgón) con un alto rendimiento, calidad y conservación. Además, "tiene un sistema radicular muy potente, que permite a su planta llegar muy fuerte hasta el final del ciclo", detalló Diego Maestre, Crop Coordinator Product Development de melón, quien añadió que, gracias a ello, "el CH511 F1° alcanza entre 15 y 17 grados Brix".

Asimismo, y para aquellos productores de melón Piel de Sapo que elijan el camino del rendimiento y la calidad, la novedad de Nunhems es el PdS152 F1° una

La firmas de semillas muestran sus desarrollos varietales

Los 'Melon & Watermelon Innovation Days', celebrados en Murcia, se convierten en un escaparate de la innovación agronómica y genética en melón y sandía



BASF mostró en su centro de investigación en la Finca Lo Ruiz su amplio catálogo varietal para el sector del melón y la sandía. / FOTOGRAFÍAS ÓSCAR ORZANCO



variedad con "una superplanta, que garantiza una gran calidad de fruta hasta el final y bajo condiciones extremas", resaltó Maestre. Está recomendado para el ciclo temprano y, sobre todo, tardío de La Mancha.

Por último, en Cantaloup, continúan apostando por Magverik F1, una variedad dentro de su línea Magenta que se está introduciendo con fuerza en Almería.

En sandía, Nunhems sigue teniendo sus mayores bazas en variedades como Style F1, Bazman F1 o Bengala F1, tres variedades ya consolidadas en el mercado.

La confianza es el segundo camino que puede conducir al éxito en melón y sandía, entendido como "la garantía de alta calidad de forma consistente", afirmó Juan Pedro Pérez. Prueba de ello son algunos de los proyectos más rompedores de BASF, entre los que se encuentran Fashion F1, en sandía, o las marcas Galkia®

y Sunup®, en melón. "En todos ellos, el factor común ha sido establecer un partnership con nuestros clientes, uniendo visión y esfuerzos para brindar la mejor experiencia al consumidor", apuntó Pérez.

En cuanto a conveniencia e innovación, ambas responden a dos tendencias actuales, fruto del estilo de vida del consumidor y las nuevas unidades familiares, así como de su interés por probar cosas nuevas. Para responder a esa demanda de productos de conveniencia, en melón, Nunhems introduce un nuevo Piel de Sapo en línea con la alta calidad gustativa de Kumara F1, pero de mayor calibre: PdS122 F1°. Es una variedad recomendada para plantaciones tardías de Murcia y medias de La Mancha, que cuenta con resistencias a oídio y pulgón.

En sandía, BASF lanza este año su 'Premium Universe', concepto bajo el que se engloban

variedades como Premium F1, Kalanda F1 y Kalimba F1. Todas ellas tienen un tamaño fácil de manejar y consumir "sin sacrificar un ápice de calidad", indicó Juan Pedro Pérez.

Por último, y para quienes tienen en la innovación el *leit motiv* de su negocio, Nunhems aboga por su gama de sandías unipersonales, que nutre con nuevas variedades como Ayami F1 y la INN02 F1°. Y también por variedades con doble aptitud para el mercado en fresco y mínimamente procesado, donde ya cuenta con referencias como Harmonium F1 e introduce este año la INN812 F1°.

En melón, su apuesta para revolucionar el mercado es su nuevo Dino Crispy y el concepto Tiare, entre otros.

■ SEMINIS (BAYER)

Seminis mostró en la décima edición de su Melon&Watermelon Week sus principales innovacio-

nes para este sector, y por primera vez la firma pudo contar con variedades tanto de melón como de sandía en el campo demostrativo en sus instalaciones de Cartagena.

Tras una larga temporada sin introducir materiales de sandía, Seminis ha retomado esta línea y ha incrementado la inversión. Gracias a este trabajo, la firma está desarrollando una nueva variedad rayada sin semillas que se encuentra en fase de ensayo. Está indicada para fases de plantación tardía desde febrero a principios de marzo en invernadero de Almería, y su cultivo también se adapta a campo abierto en la Región de Murcia y en Castilla-La Mancha. "La principal característica de la variedad es que es muy productiva. Presenta buen vigor de planta y el cuaje es extraordinario, y esto se traduce en ese incremento de producción en comparación con los rendi-



Sheila Cruz, responsable de desarrollo de sandía de Seminis.



José Guirado, responsable de desarrollo de melón de Seminis.

mientos de otros tipos. El calibre es homogéneo, entre 4 y 6 kilos, e ideal para la exportación. La calidad interna también destaca por su intenso color rojo y unos grados Brix superiores a las variedades estándar”, detalló Sheila Cruz, responsable de desarrollo de sandía de Seminis (Bayer).

Por su parte, José Guirado, responsable de desarrollo de melón de Seminis, fue el encargado de mostrar las novedades de la firma en este campo. En la tipología de Galia, la compañía presentó una novedad para el segmento extratemprano que completa la gama Cyro Line. Esta variedad encajaría en plantaciones de finales de febrero e inicios de marzo. “Con esta variedad buscamos el objetivo de adelantar la campaña murciana al aire libre y podríamos comenzar a tener suministro de melón Galia en Murcia entre el 15 y el 20 de mayo, adelantando en 15 días las fechas habituales en el Campo de Cartagena. Se trata de un Galia larga vida pero que en calidad organoléptica se aproxima más a un melón tradicional”, explicó José Guirado.

Durante el recorrido por el campo de ensayos, el responsable de desarrollo de melón resaltó que la variedad Albizu “se está convirtiendo en nuestro buque insignia en Galia. Es la variedad que más se está comercializando de esta tipología en Ibérica porque cumple con las premisas de sabor tradicional, resistencias y es rentable para el productor”.

Por otra parte, la variedad de melón Galia SV5133MG ha sido líder de ventas durante muchos años en Murcia y La Mancha, pero su comercialización se encuentra en retroceso porque no cuenta con resistencias contra oídio y pulgón. Y en esta línea Seminis está ensayando una variedad, que se encuentra en fase precomercial y que saldrá al mercado en un plazo de dos años, que cuenta con un paquete de resistencias de base.

En el segmento de Cantaloup, Seminis mostró un Sugarlup con resistencias a oídio, pulgón y al virus del amarilleo. Según señaló José Guirado, “esta variedad genera un planta más sana, fuerte, y más rústica ante condiciones climatológicas cambiantes”. La fecha de trasplante recomendada es del 15 de marzo al 15 de abril en Campo de Cartagena.

En melón amarillo, Seminis es líder en la línea Chester Line, que está formada por tres variedades: Chester, Rochester y la última incorporación es Manchester, que completa el portafolio para aire libre en plantaciones del Campo de Cartagena.

En la parte de especialidades destaca Orange Candy, melón premium amarillo de carne naranja. “La variedad SVMA6558 se ha afianzado a nivel global como nuestro buque insignia en ventas en este segmento porque tiene resistencia a oídio y pulgón y se ha incorporado el gen de larga vida. Este gen nos permite tener producciones en contraestación y proveer al mercado europeo con Orange Candy durante los 365 días del año”, explicó José Guirado. La novedad en esta tipología llega este año de la mano de una nueva variedad con calibre un poco inferior que se adecúa más a las exigencias del mercado y de los consumidores.

También en especialidades Seminis ha lanzado este año un Branco de Ribatejo. “Se está trabajando para el mercado portugués y lo que aporta nuevo a su



José Antonio Zafra, responsable comercial para la Península Ibérica de Melón y Sandía de Semillas Fitó.

tipología tradicional es una planta más sana y vigorosa, y su calidad organoléptica. Esta variedad está despertando mucho interés porque hay un mercado creciente en EEUU para una tipología originaria de China conocida como Hami Melon. Esta creciendo su consumo y se buscan nuevas variedades, y este Branco de Ribatejo encajaría en este segmento porque el fruto es muy parecido. Consideramos que en los próximos años se va a producir un crecimiento a nivel global porque es un producto diferente”, concluyó el responsable de desarrollo de melón de Seminis (Bayer).

■ SEMILLAS FITÓ

Semillas Fitó mostró en su Melon Show Murcia, en pleno Campo de Cartagena, su amplio catálogo varietal de melón y sandía, las novedades comerciales para la próxima campaña y las líneas de desarrollo de la compañía. Como novedades mostraron la sandía Raquel, el melón Galia denominado Bristol, el Cantaloup Marme y un Piel de Sapo para Almería denominado Callejón.

En sandía han apostado por variedades polinizadoras con microsemilla. En Semillas Fitó consideran que existe una oportunidad de negocio en este sector y José Antonio Zafra, responsable

comercial para la Península Ibérica de Melón y Sandía, aseguró que “se puede dar un impulso a la calidad de producto en este segmento ya que hemos detectado que faltaba calidad gustativa en el mercado de las polinizadoras”.

“Se trata de sandías mini, de 2 a 4 kilos, que se destinan sobre todo a la exportación. Hemos apostado por un producto con microsemilla, que se pueden comercializar en los mercados exteriores, y que cumplen la función de polinizar perfectamente. De esta forma aportamos este plus de calidad en exportación”, añadió el representante de Semillas Fitó.

En esta línea, en 2022 sacaron al mercado Pilar, una sandía con una media de 3 kilos. Este año la novedad es Raquel, una rayada diploide de 2 kilos que estará disponible el año que viene, y la SAM190046, una variedad que todavía se encuentra en proceso de registro y que presenta un tamaño aproximado de 4 kilos. El objetivo de Semillas Fitó es contar con una gama de producto que se mueve en una banda de 2 a 4 kilos, con poca cantidad de semilla, microsemilla muy pequeña, y una calidad interna alta.

Durante el Melon Show, la compañía también mostró una variedad en vías de desarrollo, la SAT190176. Una sandía triploide

rayada con gran calidad interna, con un tamaño medio de 6 a 8 kilos, destinada al mercado nacional. Una de sus propiedades es que cuenta con una piel dura que permite realizar un corte limpio en los supermercados para venderla por porciones.

Como variedades ya asentadas, Semillas Fitó cuenta con Rhiana, una sandía negra triploide para realizar trasplantes en los invernaderos de Almería.

Aunque el melón ha ido perdiendo terreno respecto a la sandía en superficie de cultivo, en Semillas Fitó siguen apostando por este segmento lanzando variedades de gran calidad y sabor para incentivar el consumo.

“En Galia somos líderes en Almería con Grazalema y Mojácar, pero nos faltaba una variedad para cubrir el ciclo de Murcia”, señaló José Antonio Zafra. En esta línea han lanzado Bristol, un melón larga vida con mucho sabor, para trasplantes en la Región de Murcia medios y tardíos, a partir del 10-15 de abril hasta el 10 de mayo, y en todo el ciclo de La Mancha. La variedad cuenta con resistencias a las cinco cepas de oídio y pulgón.

Otra novedad es el Cantaloup denominado Marme. Una variedad ideal para trasplantes del mes de abril en Murcia que viene a

sustituir a Loire, mejorando las resistencias a las cepas de oídio. Se trata un melón de un formato muy homogéneo y gran calidad.

En Piel de Sapo, Semillas Fitó también cuenta con un abanico varietal muy completo. En este segmento, como novedad la compañía cuenta con Callejón. Un melón indicado para cultivar en invernadero, para trasplantar en Almería a partir del 10 de febrero, y para desarrollar todo el ciclo de cultivo invernadero en Murcia.

Además, la firma ofrece también otras variedades para Murcia como son Paredes, Ceferino, Arroyo y Montiel. Estos dos últimos tipos también se trasplantan en Castilla-La Mancha, y se comercializan con el distintivo Flavourite, un sello que garantiza una alta calidad y gran sabor.

Por otra parte, la línea Little Planet continúa su desarrollo de la mano de Ice Green. El objetivo que se ha marcado la compañía en este proyecto es lograr que este tipo de melones estén presentes en el mercado diez meses al año. Por último, Waikiki también ocupó un lugar destacado en la Melon Show Murcia.

■ SAKATA

Sakata ha conseguido cerrar el suministro de melón Piel de Sapo durante los 12 meses al año con su nueva variedad de invernadero, Don Gregorio, manteniendo unas características comunes en cuanto a calidad interna. “Nuestro próximo objetivo será conseguir nuevas variedades con unos calibres más reducidos y adaptados a las nuevas unidades familiares, manteniendo su genética tradicional de sabor e intentando recuperar antiguos consumidores de melón”, señala Joaquín Navarro, product promoter de cucurbitáceas de la compañía.

Sakata también prepara la sustitución de las variedades antiguas que tantos éxitos les ha dado (Don Quixote y Cordial) por otras más modernas con más resistencias a oídio y gen VAT. En esta lista entran San Miguel, Milagro y Grand Bernabeu.

GLOBALGAP®
IFS
GRASP

AgroBORJA S.L.

Ctra. N.430 Manzanares - Daimiel • Tels.: 620 729 747 / 639 882 418
E-mail: agroborja.sl@gmail.com • Web: www.agroborjasl.com

Producción y Comercialización de Melones y Sandías

AÍDA ESCANDELL / Comercial de Frutas Escandell

“Distribuimos en exclusiva melón y sandía Líder de Villaconejos en Mercabarna”

Aida Escandell, comercial de Frutas Escandell, empresa ubicada en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna, comenta diversos aspectos relacionados con la distribución y comercialización de melón y sandía Líder de Villaconejos en el ámbito de esta unidad alimentaria.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA. **Valencia Fruits.** Entre su oferta cuenta con melón y sandía de la marca Líder de Villaconejos...

Aida Escandell. Si, así es. Es la tercera campaña de verano que contamos con melón y sandía Líder de Villaconejos. De hecho, contamos con la distribución en exclusiva de esta marca para el Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna.

En cuanto a melón y sandía, esta exclusividad nos proporcionar un valor diferencial frente al resto de operadores de este mercado mayorista.

VF. ¿A qué es debido este valor diferencial en cuanto a melón y sandía?

AE. Esta marca de melón y sandía encaja con la filosofía de trabajo desarrollada en Frutas Escandell, hoy ya la cuarta generación en el negocio, de ofrecer al cliente frutas y hortalizas de calidad.

De la tradición melonera desde 1925 de Líder de Villaconejos se desprende su experiencia y conocimiento del melón tras pasado generación tras generación, manteniendo la selección manual y artesana de la fruta, y

también su capacidad de adaptación y evolución a cada época.

VF. ¿Qué similitudes existen entre ambas empresas?

AE. Como acabamos de comentar, quizás su capacidad de adaptación y evolución a cada época con nuestra capacidad de adaptación a las realidades del mercado durante el transcurso de los años que en nuestro caso, por ejemplo, se ha traducido en expansión internacional, incrementando nuestros indicadores de exportación. Además de valores añadidos como la especialización y el asesoramiento en



Aida Escandell, comercial de Frutas Escandell. / FRUTAS ESCANDELL

la compra. La especialización es un valor añadido que el comprador aprecia de forma positiva ya que, entre otros aspectos, sabe que en Frutas Escandell encontrará ese producto de calidad.

VF. De cara a su cliente, ¿qué proporciona la incorporación de estos productos?

AE. Con la incorporación de melón y sandía de Líder de Vi-

llaconejos completamos, si cabe, nuestra fuerte y consolidada oferta de calidad de frutas y hortalizas de verano donde también tienen cabida cerezas, melocotones, nectarinas.... Me gustaría destacar el origen de proximidad de todos estos productos y desde estas páginas aprovechar para ensalzar la gran labor de los agricultores a pie de campo.

VF. Desde el punto de vista de Frutas Escandell, una valoración de la campaña de melón y sandía.

AE. De todos es sabido que estamos inmersos en una campaña compleja por la reducción del volumen de producción debido principalmente a factores relacionados con el clima. Agricultores que dejaron de sembrar por la inseguridad de disponer del suficiente regadío por la sequía, episodios de lluvia y granizo de finales de mayo y principios de junio que afectaron de forma negativa al campo, periodos de calor con temperaturas más altas de las habituales que influyeron en el desarrollo del cultivo... Con todo y desde el punto de vista comercial, nuestra labor es vender el producto para que toda la cadena obtenga un rendimiento óptimo de su trabajo.

JOSÉ MARÍA GARCÍA / Presidente de la Cooperativa Los Llanos

“La merma productiva en melones tempranos es importante”

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Las lluvias han cambiado el paso de la campaña de melón y sandía en Castilla-La Mancha. Debido a las precipitaciones se ha perdido un volumen importante de melón temprano y la temporada se ha retrasado entre 10 y 15 días. En la Cooperativa Los Llanos esperan arrancar la comercialización a últimos de julio o principios del mes de agosto y prevén, según señala José María García, “una campaña corta en kilos y esperamos que buena en precios”.

Valencia Fruits. ¿Qué previsiones manejan en la Cooperativa Los Llanos para la presente campaña?

José María García. Preveemos una temporada más o menos similar a la del ejercicio 2022. Una campaña corta en kilos y esperamos que buena en precios.

VF. ¿Cómo ha afectado la meteorología al desarrollo de los cultivos?

JMG. Debido a las lluvias se ha retrasado mucho la campaña, entre 10 y 15 días. Por ello, si todo va bien a partir de aho-



ra, este año prevemos arrancar la comercialización a últimos de julio o principios de agosto. Las precipitaciones abortaron los cuajes de los trasplantes tempranos y a últimos de mayo no se pudo sembrar, por lo que se ha plantado 20 días más tarde de lo habitual. Además, a causa de las lluvias se ha perdido bastante producción. Debido al exceso de

agua la mayoría de los meloneros tempranos se han visto afectados por hongos y se han secado. La merma productiva es importante en esta franja.

El resto de la producción hasta el momento se está desarrollando con 10 días de retraso pero con normalidad. Esperemos que la meteorología nos respete a partir de ahora y no llueva.

VF. ¿Por qué los productores de Castilla-La Mancha están apostando más por el cultivo de sandía que por el melón?

JMG. Este año la plantación de melón se ha reducido un 5% y la superficie de sandía ha crecido un 10%. El motivo es que se trata de un cultivo más resistente. El melón es un producto muy delicado y resulta muy complicado de cultivar y recolectar.

VF. ¿Qué repercusiones puede tener llegar más tarde a los mercados?

JMG. En principio, vamos a estar solos en el mercado. En la Región de Murcia han tenido también muchos problemas y

Sevilla está a punto de acabar. De todas formas, vamos a ver cómo se comportan la demanda y los precios cuando nosotros arranquemos.

VF. En un contexto tan complejo como el de este año, ¿qué objetivos os habéis marcado en la cooperativa para esta temporada?

JMG. El objetivo es mantener satisfechos a los clientes con la calidad que nos caracteriza y que el agricultor obtenga rentabilidad.

VF. En cuanto a la rentabilidad, ¿cómo está afectando la inflación y el incremento de costes?

JMG. Los costes en los últimos años, aunque en 2023 han bajado ligeramente, se han incrementado en torno a un 40% y esto afecta al bolsillo del agricultor. Y repercutir en su totalidad este incremento en los precios de venta resulta complicado en un mercado que se rige por la ley de la oferta y la demanda. Además, cuando un producto como el melón y la sandía, al igual que ocurre en otras frutas, presentan precios elevados el consumo se resiente.

El Melonero
DE VILLACONEJOS

S.A.T. 9213 HNOS. AGUDO CONTRERAS

EST. 1988

El Melonero
DE VILLACONEJOS
BODEGA

El Melonero
DE VILLACONEJOS
ORO

El Melonero
DE VILLACONEJOS
ETIQUETA NEGRA

El Melonero
DE VILLACONEJOS
ETIQUETA ROJA

ALMACÉN: Ctra. Titulcia, nº 37 - 28360 VILLACONEJOS (MADRID) - Tel.: 91 893 80 81 - Fax: 91 893 93 29
E-mail: hnosagudo@melonero.com - elmelonero@melonero.com - Web: www.melonero.com