

valencia • fruits

19 de septiembre de 2023 • Número 3.038 • Año LXI • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La producción de mandarinas se elevará a 1.853 millones de toneladas, un 12,7% por debajo de la media de las últimas cinco temporadas. / ÓSCAR ORZANCO

Otra campaña corta de naranjas y mandarinas

El sector del limón recupera para esta temporada sus niveles de producción

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El aforo de cítricos elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación arroja una previsión de producción de 5.754.184 toneladas para la campaña 2023/2024, iniciada el pasado 1 de septiembre. El dato, obtenido a partir de la información que facilitan las principales comunidades autónomas productoras, supone un incremento global del 0,4% sobre la cosecha global de la temporada pasada, que ya fue corta en volumen, pero se sitúa un 14,4% por debajo de la media de los últimos cinco años. Será la segunda cosecha más corta de los últimos once años, tras la registrada el ejercicio pasado.

El pasado ejercicio se saldó con una producción global de 5.730.773 toneladas, una cifra que supuso un significativo descenso respecto a temporadas anteriores. De hecho, durante la presenta-

ción de los aforos se remarcó que se trataba la cosecha más baja en volumen de las últimas diez campañas.

Esta temporada el volumen de producción también es corto pero presenta algunas particularidades. La situación de partida no es igual para todos los agrios. Mientras que naranjas y mandarinas retroceden significativamente en relación con la media, con un descenso más marcado en el caso de las primeras, limones y pomelos incrementan su producción.

Por producto, se producirían 2.643 millones de toneladas de naranjas, lo que supone el 8,2% menos que la campaña pasada y casi un 24% (-832.000 toneladas) por debajo de la media de las últimas cinco temporadas, lo que redonda en el descenso ya producido durante el año pasado.

La naranja será, como es habitual, el cítrico de mayor pro-

ducción, con 45,9% del total, si bien perdería casi seis puntos de representatividad respecto a la media. El 72% de las naranjas corresponderán al grupo navel.

La producción de pequeños cítricos o mandarinas se elevará a 1.853 millones de toneladas, una cantidad prácticamente igual a la registrada la pasada campaña, pero un 12,7% por debajo de la media de las últimas cinco. Este producto supondría el 32,2% del total cítricos españoles. Las satsumas representarían el 4,3% de este grupo, las clementinas el 54% y el resto de mandarinas e híbridos el 41,7%.

Por el contrario, se estima que la producción de limones, después del bajón productivo de la campaña pasada, se recuperará y alcanzará, según los datos del Ministerio de Agricultura, un volumen de 1.167.444 toneladas, lo que supondría un récord pro-

ductivo. Este dato supone un 28% más que la cosecha pasada y un 13% por encima de la media de los últimos cinco años.

Existe cierta discrepancia en los aforos de limón, ya que Ailimpo prevé para esta campaña una producción en España de 1.365.000 toneladas. Una cifra similar a la ya alcanzada en la temporada 2020/2021, y que supone un incremento global del 34% en comparación con el ejercicio 2022/2023, que tuvo la cosecha más baja de los últimos diez años y que se cierra con una producción final de 1.018.407 toneladas.

En el caso del pomelo, con una previsión de 79.582 toneladas, también se obtendría una cosecha mayor que en la pasada temporada (+2%) y que la media (+2,4%), aunque el aumento sería más moderado.

Más información en págs. 8-9-10



Esta semana

3 Los productores ponen el foco digital en el cuaderno de campo

Sara Rubira, nueva consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de Murcia

4 Intercitrus denuncia la campaña de desinformación de Sudáfrica para ocultar la infección desatada de Mancha negra

6 “¿Qué llegará antes, el problema o la solución?”, artículo de opinión de Cirilo Arandis

10 La comunidad de Aragón duplica su producción de pistacho en 2023

12 La sequía empuja al campo a una siniestralidad récord en 2023



Págs. 16 a 19



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	8
Noticias de empresas:	14
Agrocotizaciones:	20



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

VICENT ESCRIG ANGLÉS

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

Del desierto del Sáhara hasta Sudáfrica

Por GONZALO GAYO

Mientras avanza imparable la agricultura en el desierto del Sáhara, desde Egipto hasta Marruecos, en la cuna de los cítricos, en Europa, seguimos dando palos de ciego. Tan lejos como este fin de semana, y aunque es cierto que la campaña citrícola española todavía no ha arrancado, o se encuentra en sus primeros compases, una gran superficie en Valencia vendía naranjas y mandarinas de Zimbabwe y Sudáfrica bajo la bandera de la Comunitat Valenciana. A las puertas de una temporada en la que están en juego miles de empleos y la supervivencia de poblaciones, las grandes superficies tratan de reventar precios, sin importar lo más mínimo el daño causado hacia nuestra gente del campo. Tampoco parece importarles la importación de plagas y los tratamientos fitosanitarios contrarios a las directrices de la UE. Todo, con el silencio y connivencia de una UE que practica la hipocresía fomentando una 'agricultura verde y sostenible' mientras importa productos a miles de kilómetros sin control.

La brecha de las instituciones europeas con los agricultores no cesa de crecer. El último episodio lo protagonizó el Parlamento Europeo con la aprobación de la Ley de Medio Ambiente, que no quiso escuchar, ni atender a los agricultores europeos, pese a que son los verdaderos guardianes de la naturaleza y de nuestras vidas saludables, cada día. Las organizaciones agrarias calificaron esa Ley y quienes la suscriben de "traición" y señalaron que sólo busca el 'frentismo' del ecologismo de pandereta frente a una agricultura milenaria. Los verdaderos ecologistas son nuestros agricultores, y especialmente en una citricultura que creó inmensos bosques de naranjos, que salvaron a la Albufera de Valencia con sus cultivos de arroz y dieron vida a esa España rural, hoy vaciada por la falta de agricultores. En vez de ayudar a los productores que abandonan sus campos por falta de apoyo se promueven leyes que ponen la soga al cuello, con la complicidad de un Parlamento Europeo.

La agricultura europea se estanca por la incapacidad para dar soluciones e inversiones de futuro. La ambivalencia y contradicciones de la UE condenan a nuestros agricultores a un callejón sin salida y lo pagarán muy caro las futuras generaciones. Los agricultores sufren las rentas más bajas de la UE y las pérdidas se acumulan año tras año, sin que a los ecologistas

se les oiga protestar. Como tampoco se les oye en defensa de los productos de la tierra y los mercados de proximidad frente a las importaciones de Sudáfrica y Zimbabwe.

La agricultura mediterránea y especialmente la valenciana necesita ser escuchada y apoyada para construir un futuro responsable con las futuras generaciones. La reunión celebrada la semana pasada por el presidente de la Generalitat, Carlos Mazón, y el conseller José Luis Aguirre con el presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, y su junta directiva, es buena señal para abordar los problemas del campo valenciano con diálogo, esfuerzo y compromiso. Necesitamos generar oportunidades de empleo, invertir en infraestructuras del agua y modernización en nuevos cultivos que abastezcan a Europa.

Recientemente la televisión francesa, France 24h, se hacía eco de los problemas de la sequía y la incapacidad de España para dar soluciones al problema del agua. Señalaba el canal galo que con las sequías sucediéndose, y las enormes necesidades que tienen los cultivos intensivos, la situación está a punto de cambiar en esta región casi desértica donde se producen la mitad de las frutas y verduras que exporta España, primera potencia horticultora de la UE.

Para luchar contra los efectos del calentamiento climático y la desertificación, que amenaza al 75% del país,



Cítricos de Sudáfrica en grandes superficies de Valencia. / G. GAYO

“el gobierno del socialista Pedro Sánchez decidió a mediados de febrero limitar los enormes trasvases de agua del río Tajo hacia las tierras agrícolas del Levante español, que incluye las provincias de Murcia, Alicante y Almería”, señalaba la televisión gala.

Al mismo tiempo, en el centro del país, el río más largo de la península ibérica vio descender peligrosamente su caudal, hasta el punto de que en algunos lugares, en verano, es posible cruzar a pie su cauce, que se ha transformado en una franja de tierra agrietada.

La agricultura valenciana también tiene que prepararse para la gran competencia que se avecina en el norte de África. Mientras Europa asfixia a su agricultura, desde Egipto hasta Marruecos se vive una revolución agrícola, convirtiendo grandes extensiones del desierto del Sáhara en cultivos. La mayoría de las tierras de cultivo de naranjas en Egipto se encuentran en áreas recuperadas del desierto, que representan el 75% del área total. Egipto lleva años inmerso en un programa de inversiones para convertir el Nilo y el Sáhara en la base de un 'boom' agrícola mientras en la UE somos incapaces de dar soluciones a los problemas.

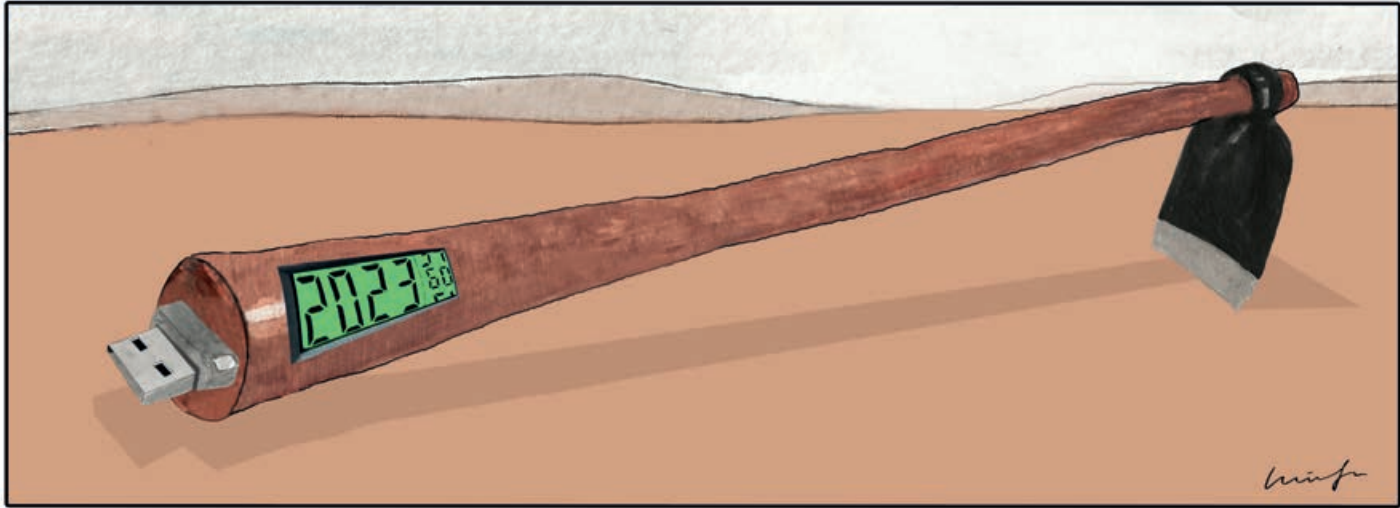
Desde Argelia también se han lanzado a la conquista del desierto con el cultivo en las dunas. La insolación durante todo el año permite a los agricultores producir fuera de temporada y exportar patatas, pero también tomates, cacahuetes y cebollas.

Sorprende que en España seamos incapaces de ponernos de acuerdo en las urgentes inversiones en infraestructuras del agua para hacer frente a las sequías y el cambio climático mientras los países africanos se han puesto manos a la obra para construir una Gran Muro Verde desde Senegal hasta Yibuti a lo largo de 7.500 kilómetros con huertos y cosechas.

Uno de los países más pobres de la Tierra, Nigeria, ha batido un maravilloso récord mundial con 200 millones de árboles nuevos plantados en casi 50.000 kilómetros cuadrados, mientras prepara a toda una generación para la revolución agrícola que transformará el país. Gracias a la agricultura se tejen alianzas que fortalecen la paz como los 200 jóvenes agricultores que Nigeria enviará en las próximas fechas a Marruecos y a Israel para que aprendan las técnicas de la agricultura. Es hora que España invierta en un verdadero Plan Hidrológico Nacional que resuelva problemas de sequía y cambio climático con fondos europeos.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Los productores ponen el foco digital en el cuaderno de campo

El kit digital es un programa que pretende promover la digitalización y modernizar el tejido productivo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El cuaderno digital de campo está centrando el interés de los agricultores y ganaderos por las ayudas del kit digital que pueden solicitar desde la semana pasada, si bien el bono también sirve para digitalizar sus explotaciones.

Los autónomos y empresas agropecuarias de menos de 50 trabajadores ya pueden pedir las ayudas a través de la sede electrónica de Red.es y tienen de plazo hasta el 31 de diciembre de 2024. La convocatoria de este programa, que está financiado por los fondos europeos de recuperación y pretende mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (pymes), cuenta con un presupuesto inicial de 100 millones de euros.

Distintas organizaciones agrarias que han recibido subvenciones para difundirlo y prestar asesoramiento coinciden en que la principal consulta está siendo la de cómo emplear el bono para implementar el cuaderno digital de campo.

Aunque ya es voluntario, este instrumento creado en el marco de la nueva Política Agraria Común (PAC) comenzará a aplicarse de manera progresiva a partir de septiembre de 2024 y de manera obligatoria para todas las explotaciones desde septiembre de 2025, salvo algunas exenciones en el caso de los pequeños agricultores, según un proyecto de decreto sometido recientemente a consulta pública.

■ MÁS OPCIONES

El técnico de Asaja, Álvaro Pérez, explica que el kit digital pue-



La cuantía de las ayudas es diferente en función del número de trabajadores. / VF

Los autónomos y empresas agropecuarias de menos de 50 trabajadores ya pueden pedir las ayudas a través de la sede electrónica de Red.es y tienen de plazo hasta el 31 de diciembre de 2024

de contribuir a “automatizar y hacer más sencillo” el cuaderno digital, en el que los productores van anotando datos sobre sus explotaciones con el fin de compartirlos con las administraciones y sacar provecho de ellos.

Asaja está difundiendo el proyecto a través de las redes sociales y una página web específica, al tiempo que ha puesto a disposición de sus socios las oficinas técnicas provinciales y un pun-

to de información. Álvaro Pérez añade que cuentan con agentes digitalizadores en contacto directo con los productores que les ayudan con la tramitación y que el bono también se puede invertir en mejorar la gestión de las explotaciones o la venta por internet.

Como en otras convocatorias, la cuantía de las ayudas es diferente en función del número de trabajadores: 2.000 euros si son

autónomos o compañías de hasta dos empleados, 6.000 euros si tienen entre 3 y 9 personas en plantilla; y 12.000 euros para empresas de 10 a 50.

Las comunidades de bienes, explotaciones agrarias de titularidad compartida y las sociedades mercantiles interesadas deberán estar inscritas en el censo correspondiente de la Agencia Tributaria o su equivalente de la administración foral, con una antigüedad mínima de seis meses.

■ ASESORAMIENTO PERSONAL

La organización agraria COAG ha iniciado igualmente su campaña de divulgación de este bono y establecido puntos de información, gestión y asesoramiento personalizado a través de su oficinas locales.

Además, organizará encuentros formativos con el experto en agricultura de precisión Marcos Esteve, que compartirá sus conocimientos y los resultados de la gestión basada en datos en su explotación de cereales.

El técnico de UPA y responsable de su programa del kit digital, Javier Alejandro, insiste en la oportunidad de “digitalizar un sector poco digitalizado y con poco acceso a la información” mediante un trámite “no demasiado complicado”.

La organización ha llevado a cabo más de 60 jornadas y asesoramiento de forma individual a unos 6.000 productores, además de desarrollar servicios de acompañamiento y dar información a los socios que, por ejemplo, han pasado por sus oficinas para solicitar la PAC.

Javier Alejandro asegura que las necesidades son “diferentes” en función de los territorios y han querido “acomodar las opciones a las necesidades más importantes, que tienen como nexo común el cuaderno de campo”.

Por ejemplo, un agricultor de Almería puede estar más interesado en la gestión de invernaderos, la humedad del suelo o el control de plagas, mientras que un ganadero de Galicia puede emplear el bono en comprar collares con GPS para sus animales de extensivo o para automatizar una granja de leche.

Aplicaciones móviles para conectar la maquinaria a internet, sistemas de mapas de rendimientos, siembras y optimización del uso de fitosanitarios, fertilizantes y agua; y dispositivos para controlar las explotaciones son otras de las opciones.

Los beneficiarios del bono deberán seleccionar uno o varios agentes digitalizadores con los que desarrollar las soluciones que mejor se adapten a sus necesidades, para lo que disponen de un catálogo de más de 10.700 agentes.

Otra novedad es la figura del “representante voluntario”, que permite que cualquier tercero debidamente autorizado pueda pedir la subvención por cuenta de la empresa.

Hasta la fecha, el programa kit digital ha concedido cerca de 280.000 ayudas por valor de unos 1.300 millones de euros, del total presupuestado de 3.067 millones, lo que le convierte en el paquete de ayudas a la digitalización de pymes más demandado de la historia de España.

Sara Rubira, nueva consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia

Sustituye en el cargo a Antonio Luengo en el nuevo Ejecutivo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El presidente del Gobierno de la Región de Murcia, Fernando López Miras, anunció el 14 de septiembre en rueda de prensa la composición de su nuevo Ejecutivo, que definió como “equilibrado, centrado en resolver los problemas de los ciudadanos y abierto al diálogo”.

En este nuevo organigrama entra la periodista Sara Rubi-

ra Martínez (Abanilla, 1982), relacionada con el sector agrario regional y con el entorno del Partido Popular, que se convierte nueva consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, y sustituye en el cargo a Antonio Luengo, en el puesto durante los últimos cuatro años.

Según el presidente, la estructura “respete en gran me-

dida el diseño del Gobierno anterior, que fue remodelado en el último tramo de legislatura, y con el que dimos un impulso a la Región en temas importantes como el Mar Menor”.

Sara Rubira Martínez es licenciada en Periodismo, máster en Dirección de Comunicación y experta en Protocolo por la Universidad Católica San Antonio de Murcia. Inició su ca-



Sara Rubira, nueva consejera de Agricultura de la Región de Murcia. / CARM

rrera profesional como redactora en los diarios La Razón de Murcia y El Faro de la Región de Murcia.

Posteriormente, fue jefa de prensa del Ayuntamiento de Santomera (2010-2011), directora de comunicación en empresas de ámbito privado, así como directora de la Academia de Formación CIFOR (2012-2015).

Regresó a los medios como redactora de 7 TV y, a partir de 2017, fue jefa de prensa de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca hasta 2019, fecha en la que se incorporó al departamento de Prensa de la Consejería de Turismo, Juventud y Deportes.

En junio de 2021 fue elegida presidenta de la Comunidad de Regantes El Porvenir de Abanilla con el apoyo de más de un 80% de los comuneros.



MercoFraga facilita el contacto directo entre productor y comprador. / JO

MercoFraga cierra una campaña marcada por los altos costes de producción

Los precios no han sido los deseados para una producción óptima

► **JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.** MercoFraga, la lonja de fruta en origen del Bajo Cinca, cerró el pasado fin de semana una campaña calificada como “agridulce” y que ha estado marcada, entre otros factores, por los altos costes de producción.

La temporada, que arrancó el 4 de junio con incertidumbre por la sequía, también se ha visto influida por unas elevadas temperaturas que han provocado que la recolección de muchas de las variedades se haya adelantado entre diez y 15 días.

De titularidad municipal, el área de influencia de este mercado, con sede en la localidad oscense de Fraga, abarca las comarcas del Bajo Cinca, La Litera, Los Monegros y el Bajo Aragón.

La actividad de MercoFraga consiste en la creación, gestión y mantenimiento de un centro de contratación en régimen de libre concurrencia de compradores y vendedores y en el registro de cotizaciones de productos agrarios en general.

El alcalde de Fraga, Ignacio Gramún, ha hecho un balance de la campaña que, en su opinión, “se podría considerar de agridulce, en el sentido de que ha habido una producción óptima pero, en cuanto a precios, como suele ocurrir en los años de abundancia, siempre

faltan esos diez céntimos para el productor”.

Además, respecto a los altos costes de producción, Gramún ha lamentado que “no se han visto reflejados en el precio que recibe el productor y, sin embargo, sí que se han visto repercutidos en el precio que ha tenido que pagar el consumidor final”.

Otro de los factores que han condicionado la temporada frutícola en el Bajo Cinca y que el alcalde de Fraga ha

destacado es la anticipación del fin de la cosecha debido a las altas temperaturas. Al respecto ha señalado que “uno de los condicionantes que ha marcado la campaña ha sido el calor extremo que ha hecho que la gran mayoría de variedades

se recolectaran con diez o 15 días de antelación”. Por este motivo, también se ha adelantado el final de la temporada en la lonja de fruta en origen de la capital del Bajo Cinca.

Gramún destacó, como uno de los principales atractivos de MercoFraga, el corto periodo de tiempo que transcurre desde que la fruta se recoge del árbol hasta que llega a las dependencias de la lonja y es adquirida por los compradores. Asimismo, remarcó la importancia de contar con una tablilla de precios diaria, puesto que sirve de orientación tanto para los compradores como para los vendedores.

Su área de influencia abarca las comarcas del Bajo Cinca, La Litera, Los Monegros y el Bajo Aragón

Uno de sus principales atractivos es el poco tiempo que pasa desde la recolección de la fruta y su llegada a la lonja

Intercitrus denuncia la campaña de Sudáfrica para ocultar la infección de Mancha negra

Desde la interprofesional, su presidenta Inmaculada Sanfeliu critica la gestión sudafricana ante el incremento de casos de cítricos importados con esta enfermedad

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Intercitrus denuncia la “enésima campaña de desinformación” promovida por la Citrus Growers Association (CGA) de Sudáfrica “con la intención de ocultar la infección desatada en el norte y en el este del país y el fracaso de sus sistemas de lucha contra la Mancha negra (Citrus Black Spot, CBS o *P. citricarpa*). Esta ha sido la reacción de la presidenta de la Interprofesional Citrícola, Inmaculada Sanfeliu, tras conocer el anuncio realizado el 11 de septiembre por esta entidad y por la Fresh Produce Exporters’ Forum (FPEF) —la empresa responsable de la sanidad vegetal de los cítricos sudafricanos— cuando informaron que las exportaciones de naranjas a la UE iban a concluir de manera adelantada el 15 de septiembre.

Concretamente, será a partir de tal fecha cuando la FPEF dejará de realizar las inspecciones y expedir los certificados para los envíos con destino a Europa, pero sólo los de las naranjas procedentes de zonas del Cabo Oriental, donde esta plaga supuestamente sí está declarada oficialmente.

Según señala Intercitrus, la medida tendrá un efecto muy limitado y difícilmente contribuirá a reducir el riesgo fitosanitario, ya que no afecta al resto de cítricos que también sufren la enfermedad (mandarinas, limones o pomelos); el grueso de la campaña de naranjas está ya acabada en esa provincia sudafricana; los buques que parten desde tal fecha servirán para mantener el suministro hasta los primeros días de octubre y a partir de entonces, o antes, la oferta de este cítrico podrá provenir de las provincias declaradas exentas que, nada casualmente, son también las más tardías (Cabo Occidental y Cabo del Norte).

Como se avanzaba, no es la primera vez, que la CGA toma una decisión unilateral similar. En los últimos once años lo ha hecho hasta en siete ocasiones. En 2013 ordenó la suspensión el 18 de septiembre, adelantándose así al bloqueo que la Comisión Europea se vio forzada a ordenar en noviembre —cuando la campaña había concluido— y en ese año acumuló hasta 36 interceptaciones por CBS. En 2014 se dio la misma situación, también con una cifra de rechazos a causa de este hongo importante (28), adelantándose a las medidas para reforzar los controles que adoptaría Bruselas después. Algo parecido se repitió en 2015 (con 15 rechazos) cuando la CGA suspendió las inspecciones des-



La Mancha negra provoca necrosis en la piel de los frutos que los inhabilita para tener salida comercial en el mercado en fresco. / ARCHIVO

de el 17 de septiembre y ordenó, además, a sus operadores evitar los puertos españoles tras cuestionar la forma en la que los funcionarios del Ministerio de Agricultura realizaban las inspecciones. En 2017 se aplicó en octubre (y acumularon 24 rechazos por CBS); en 2018 se ordenó lo propio desde el 22 de septiembre pese a sufrir ‘solo’ dos interceptaciones y en 2022 la suspensión, como novedad, se organizó de manera escalonada entre el 16 y 22 de septiembre (con 28 rechazos en toda la campaña). Este año y hasta agosto, sin contabilizar los meses que con o sin suspensión ‘parcial’ serán los más intensos comercialmente (septiembre y octubre), Sudáfrica ya acumula hasta 32 detecciones. En casi todos esos años y prueba de la ineficacia de la medida, los inspectores comunitarios volvieron a detectar CBS en fechas posteriores a la suspensión promovida por la CGA.

“Pese a que Sudáfrica suele obtener grandes titulares ‘vendiendo’ tales medidas como un gesto de ‘responsabilidad y compromiso’ con la sanidad vegetal, lo cierto es que lo único que persiguen es evitar un mal mayor y que la CE suspenda las exportaciones de todos sus cítricos a Europa”, advierte Sanfeliu.

La CGA ha llegado este año si cabe más lejos en su “cínica actitud”, describe la presidenta de la interprofesional. Ha pasado de criticar la regulación comunitaria para prevenir la entrada de este peligroso hongo y tildarla de “proteccionista, para beneficiar injusta y específicamente a la industria citrícola española” y presionar en función de ello a su gobierno para denunciar a Bruselas ante la Organización Mundial del Comercio (OMC) —como ya ha logrado con la presentada contra el *cold treatment* para

la Falsa polilla— a exhibir esta medida como una muestra de su “espíritu de cooperación con los productores europeos de cítricos, especialmente de España” y hacerlo poco menos que como un acto de generosidad en virtud del cual “el sector sudafricano cede ahora la gestión de la demanda de cítricos al hemisferio norte”.

Para impedir que esta enfermedad colonice la citricultura europea e introducir un criterio objetivo, Intercitrus reclama recuperar un artículo en el reglamento comunitario que permita a la UE ordenar un cierre automático cautelar de su frontera en caso de que se detectaran más de 5 interceptaciones de partidas contaminadas por esta plaga, como existió en el pasado y se retiró en su momento, precisamente por la presión sudafricana.

En el momento presente, dada la incapacidad acreditada por Sudáfrica en el control de esta enfermedad, la interprofesional exige una reacción inmediata de la Comisión, que debería ordenar el cese de las importaciones del conjunto de cítricos procedentes de este país. La organización, además, advierte que políticas de gestión de plagas tan cuestionables como las promovidas en el país austral, sirven para poner en valor las producciones españolas, que sí son plenamente fiables y seguras en cuanto a calidad y garantía de suministro.

Intercitrus, por otra parte, no puede más que censurar el serial de falsedades que ha venido sosteniendo públicamente la CGA con tal de justificar su ineficacia o falta de voluntad a la hora de controlar una enfermedad que, de hecho, está regulada en la UE como ‘enfermedad prioritaria’, en el top 20 de todas las plagas de mayor impacto económico y medioambiental.

CITROPOST

Limpieza y desinfección al inicio de campaña

El inicio de la campaña es el momento ideal para planificar y llevar a cabo protocolos de Limpieza y Desinfección (L+D) en profundidad en todas las áreas del almacén. El estar la maquinaria parada, las cámaras sin fruta almacenada y los cajones de campo vacíos nos va a facilitar realizar una L+D de estos puntos mucho más exhaustiva que cuando el almacén está en pleno funcionamiento. Es muy importante rebajar al máximo la cantidad de inóculo fúngico presente en todas las zonas del almacén con buenos protocolos de L+D, ya que existe una relación directa entre el número de esporas y el porcentaje de infecciones.

Otra de las razones por la que es tan importante realizar una buena L+D es poder eliminar cualquier reservorio de esporas resistentes a los fungicidas. Estas no van a eliminarse con la aplicación de fungicidas por lo que, si no se controlan, pueden llegar a ser predominantes en el almacén. Cuando hay resistencias disminuye la eficacia de los fungicidas en control de podrido y además se pierde el control de estos sobre la esporulación del hongo. Al no haber control de la esporulación, se dispersan y acumulan más esporas en el ambiente, y se incrementa el porcentaje de infección: se genera un ciclo muy difícil de cortar.

Todo protocolo de L+D debe constar de dos etapas: 1. Limpieza: para garantizar la eficacia de los desinfectantes es imprescindible eliminar restos groseros, suciedad y materia orgánica. 2. Desinfección: donde aplicaremos los desinfectantes/ biocidas siguiendo las instrucciones de la etiqueta. Tras ambas etapas es necesario realizar enjuagado con agua limpia.

► **Almacén y Líneas de confección:** la limpieza de la línea debe realizarse de manera continua durante toda la campaña, pero es antes de empezar a confeccionar cuando podemos aplicar protocolos de L+D más dirigidos y profundos. La limpieza se debe realizar utilizando un detergente desengrasante, y no debemos olvidar la

limpieza de zonas poco accesibles. La desinfección se realiza siempre en ausencia de fruta, utilizando **Quacide PQ60 EC** (desinfectante biocida de amplio espectro de acción, de aminas terciarias y las biguanidas poliméricas) aplicado utilizando el **Nebulizador X3** o el equipo **Despray-Da**, y el desinfectante a base de glutaraldehído **Oxa-Biocid Eco**.

Muy importante es también la eliminación de fungicidas de la línea para evitar la contaminación cruzada de la fruta. Para ello recomendamos utilizar el detergente ácido **FNG Cleaner**.

tante **Fumispore®**, una formulación de ácido glicólico con acción fungicida y bactericida.

Figure 1: Equipment Despray-Da for disinfection of the lines and chambers (left). Detail of dirt accumulated in field crates (right).

Chamber	Before (col/m²)	After (col/m²)	Efficacy (%)
Cámara 1	0.71	0.10	86.06
Cámara 2	0.30	0.02	93.33
Cámara 3	7.05	0.80	88.65
Cámara 4	0.38	0.01	97.37

Figure 2: Contamination superficial Antes y Después de aplicar Fumispore® y Eficacia de la desinfección en paredes de cámaras de conservación de cítricos

► **Envases:** la fruta pasa la mayor parte del tiempo de producción y comercialización en los envases, por los que su L+D es un punto clave. Pero es también el más descuidado, en parte por su poca disponibilidad durante la campaña. Por tanto, es de vital importancia realizar una excelente L+D de los envases al inicio de la campaña. Para su limpieza recomendamos el uso de **Brili**, detergente muy eficaz para eliminar cualquier tipo de suciedad procedente del campo o almacén. La desinfección posterior puede realizarse con **Greencare-PH**, desinfectante de peróxido de hidrógeno.

Dra. Celia Murciano Camps
DEPARTAMENTO TÉCNICO DE CITROSOL

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

Gestión de los excedentes de la producción eléctrica renovable, mediante la acumulación térmica, en instalaciones frigoríficas

► DEPARTAMENTO DE I+D+I DE INDUSTRIAL LERIDANA DEL FRÍO SL (ILERFRED)

Industrial Leridana del Frío SL (Ilerfred) es una empresa especializada desde el año 1986 en diseño, ejecución y mantenimiento de instalaciones frigoríficas y de atmósfera controlada. Gracias al conocimiento adquirido durante su trayectoria en el sector del frío, Ilerfred desarrolló el software Isycad, que permite la gestión y el control de todos los parámetros de la instalación.

Uno de los retos que actualmente está trabajando Ilerfred es la necesidad de reducir las emisiones para ayudar a la descarbonización del planeta, por ello ha desarrollado el módulo “Green”. Este módulo permite transformar los excedentes de la energía renovable en energía térmica gracias a la capacidad de autocontrol de la instalación del Isycad en función del producto almacenado en cada cámara.

Mediante la implementación de este módulo, los usuarios tienen la posibilidad de reducir el consumo procedente de la red

Imagen de un gráfico ejemplo generado por el módulo “Green” del software Isycad. Consumo total, generación solar, inyección a red y consumo de red. / ILERFRED

eléctrica convencional y optimizar la eficiencia de producción del sistema de energía renovable, consumiendo la totalidad de la producción solar. Como resultado, se logra una reducción en los gastos asociados al consumo

energético, y la consecuente disminución de las emisiones de gases contaminantes de efecto invernadero. El módulo “Green” del software facilita la creación de un sistema completamente sostenible,

mediante la acumulación térmica de los excedentes, empleando el propio producto conservado como acumulador y la optimización de los distintos componentes de la instalación frigorífica para este propósito. Esto permite

Esta tecnología facilita la creación de un sistema completamente sostenible, mediante la acumulación térmica de los excedentes

llegar a aprovechar el 100% de la generación energética renovable para el autoconsumo.

La incorporación del módulo “Green” ha demostrado resultados altamente gratificantes en combinación con plantas solares fotovoltaicas, destacando como un componente fundamental para mitigar los picos de demanda, disminuir el consumo de la red durante los periodos de mayor solicitud energética y reducir los tiempos de amortización de la planta solar.

Las instalaciones de autoconsumo dirigidas a empresas, sin la posibilidad de compensar la energía excedente generada, pueden lograr un rendimiento notable mediante el uso del módulo “Green”. Esto permite aprovechar durante las horas nocturnas o en momentos de baja producción solar la energía térmica almacenada procedente de excedentes que se habrían vertido o desaprovechado sin este módulo. Esta estrategia incide, entre otros aspectos, en evitar la necesidad de poner en marcha la sala de máquinas durante lapsos prolongados, obteniendo un ahorro de hasta el 70% en los costes de electricidad y contribuyendo a la transición hacia prácticas más sostenibles y eficientes en términos energéticos.

Valencia Fruits / Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2 / 46005 Valencia Spain / Tel 963 525 301 / www.valenciafruits.com / E-mail info@valenciafruits.com

OPINIÓN

¿Qué llegará antes, el problema o la solución?

Rememorando los clásicos, bien podríamos decir que la llegada del mes de septiembre supone el inicio de una nueva campaña citrícola, sobre todo una vez que se ha presentado la previsión de cosecha de modo oficial por parte del ministerio, hecho que tuvo lugar el pasado día 15 de septiembre. Así, a partir de los números presentados —que tan solo son las grandes cifras—, se espera un descenso en la producción de naranjas de un 8,2% respecto del año anterior; la misma cantidad en pequeños cítricos, y un incremento en limones del 27,9%, lo que supone que el dato global de la producción citrícola española para la campaña 2023/2024 será de 5,7 millones de toneladas, cantidad similar a la campaña anterior. Estos datos, que ya serán de dominio público, no dejan de ser tan solo un eslabón de una cadena de acontecimientos que han venido ocurriendo durante este verano, en una campaña continua de comercialización citrícola que ya no tiene ni principio ni fin en el calendario.

Algunos hechos no dejan de ser anecdóticos, como es el caso que me comentaba un buen amigo, quien recientemente pudo observar que en un centro comercial se vendían mandarinas de Sudáfrica y naranjas de Zimbabue, a las que no se les exige tratamiento en frío. A las naranjas procedentes de Sudáfrica, como todos sabemos, sí que se les exige tratamiento en frío. Zimbabue es un país que tiene frontera con la zona norte de Sudáfrica y no tiene salida al mar. Se exportan a Europa del orden de unas 35-40.000 toneladas anuales de naranjas, siendo los meses de septiembre y octubre de mayor exportación. Lo dicho, tan solo un episodio anecdótico en un país que, según datos de la FAO, tiene una producción total de naranjas que no alcanza las 100.000 toneladas.

Por contra, se ha tenido conocimiento de algunos hechos que preocupan en alto grado. Es el caso del ataque al zumo de naranja natural con la inclusión de una categoría de “zumo de fruta reducido en azúcar”, olvidando que los zumos de frutas naturales (obtenidos mediante procesos mecánicos por extrusión directa de las frutas) son un producto natural cuyo contenido en azúcar es el de la fruta de la que están hecho; del sustancial crecimiento de las importaciones comunitarias procedentes de Egipto; o de la treta, un año más, de los colegas sudafricanos que, “buenismos” ellos, suspenden sus envíos como solución al problema de la mancha negra, cuando el grueso ya está enviado.

Otro tema de alta preocupación y que nos ha dejado helados es la detección de *Diaphorina citri*, un insecto vector hospedante



Todo este maremágnum de iniciativas de la CE no son más que nuevas exigencias únicamente para los productores europeos / 00

de la bacteria *Candidatus liberibacter*, que provoca el HLB, en la isla de Chipre. Así, ya tenemos vector hospedante en Israel y Chipre en el caso de *Diaphorina citri*, y en Portugal, próxima a la ribera del Guadiana que hace frontera con España, en el caso de *Trypza eritreae*. Como si de una película de suspense se tratara, se estrecha el cerco.

No me voy a extender más en la gravedad de estas detecciones, en lo que ello supone, y en la enfermedad que nos puede reportar la presencia de esos insectos, pues de ello ya se ha informado y escrito de modo prolijo. No obstante, sí que creo que sería interesante el averiguar cómo ha llegado *Diaphorina citri* a Chipre, y qué va a pasar a partir de ahora. Ruego y deseo que este episodio no sirva de elemento de disputa política entre diversas Administraciones y/o en el seno del propio sector, sino que provoque el que se aúnen esfuerzos en la búsqueda de una solución a corto y a largo plazo, si es que queremos que perviva el cultivo de cítricos en Europa. De momento, la respuesta de las autoridades está siendo de transmitir calma, aunque creo que de eso los insectos no saben mucho, y de que hay que estar preparando cuando llegue el patógeno. Visto lo visto, no sé qué llegará antes, si el problema o la solución.

El pasado 5 de julio, la Comisión Europea presentó una serie de propuestas legislativas que componen el llamado “Paquete legislativo sobre la Sostenibilidad de los recursos naturales”. En esto de los nombres hay que decir que últimamente Bruselas lo borda. Se trata de una Comunicación para asegurar el uso resiliente y sostenible de los recursos naturales en la UE. En este documento, la Comisión explica sus objetivos y argumenta la coherencia de sus políticas (*European Green Deal*) al respecto, en particular de las iniciativas que forman parte de estas propuestas. Este paquete complementa los objetivos acordados en el “Fit for 55” de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero en 2030 y las iniciativas en Economía circular y “Zero Pollution”. Completa la “*Climate Law*”, el

“Bien se puede decir que desde Bruselas se abre la puerta a producir plantas resistentes a aspectos climáticos como la sequía, y además, resistentes o tolerantes a patógenos que antes o después llegarán a Europa, lo que debe suponer una reducción en el uso de productos fitosanitarios y fertilizantes”

“No cabe duda de que este camino hay que emprenderlo cuanto antes, pero que cuesta tiempo y dinero, conceptos de los que actualmente carece el campo”

“El problema es qué pasara si plagas que pueden destrozar nuestra citricultura llegan a nuestras plantaciones antes de que la investigación haya encontrado soluciones. En ese caso nos habremos cargado nuestro modo de vida, pero es seguro que también el medio ambiente sufrirá los efectos”

“Y entretanto discurso florentino, la Comisión Europea ha propuesto multiplicar por nueve el nivel de residuos de Triziclazol en los arroces importados de países terceros. El hecho es que el uso de este producto, esencial para el control para la principal enfermedad del cultivo del arroz caso de la *Pyricularia oryzae*, está prohibido para los productores europeos. Señores de Bruselas, no se aclaran ni ustedes mismos”

reglamento “*LULUCF*” sobre emisiones de gases de efecto invernadero, la propuesta de Ley de Restauración de la Naturaleza, la propuesta de certificados de secuestro de carbono, y el uso sostenible de pesticidas. Para que luego digan.

Todo este maremágnum de iniciativas en el fondo, y al menos en el caso de la agricultura, no son más que nuevas exigencias únicamente para los productores europeos. En este contexto, me ha llamado la atención lo manifestado por la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, en su discurso sobre el estado de la Unión Europea, solicitando más diálogo y menos polarización en el debate entre la

protección del medio ambiente y el futuro de la agricultura de la Unión Europea, pues percibe que la tensión política ha aumentado en los últimos tiempos. Como complemento, Josep Borrell, Alto Representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad y vicepresidente de la Comisión Europea, manifestaba últimamente, que si se quiere atenuar la llegada de migrantes deberemos de comprarles sus productos, algo así como que había que elegir entre la llegada de mercancías o de personas. Para la presidenta de la Comisión, “la agricultura y la protección del mundo natural pueden ir de la mano”. Para el COPA-COGECA, órganos de representación



Por CIRILO ARANDIS (*)

de agricultores y cooperativas a nivel europeo, todas estas propuestas deben de someterse a evaluaciones en función de su viabilidad como de impacto económico.

En este juego en el que Bruselas actúa con guante de seda en las declaraciones y mano de hierro en la ejecución de sus políticas en el campo, hay que enmarcar el principal mensaje de la reunión informal de ministros de agricultura de la Unión celebrada en las primeras fechas de este mes en Córdoba. Una apuesta común de los países comunitarios por la aplicación de las nuevas tecnologías, que deben jugar un papel clave en la transición hacia un sistema agroalimentario más sostenible y permitir hacer frente a los efectos del cambio climático; su uso, además, facilitará que el sector agroalimentario gane en rentabilidad y competitividad, ayudando a reducir la dependencia externa en la producción agroalimentaria. Traducción de todo esto: seguimos con nuestra cruzada ambientalista, eso de la reciprocidad con los países terceros lo iremos viendo, y la solución a este desequilibrio normativo hay que buscarla, dentro de un contexto de una agricultura de precisión y digitalización, en las nuevas técnicas de edición genómica implicadas en los procesos de obtención de nuevas variedades vegetales.

Simplificando, bien se puede decir que desde Bruselas se abre la puerta a producir plantas resistentes a aspectos climáticos como la sequía, y además, resistentes o tolerantes a patógenos que antes o después llegarán a Europa, lo que debe suponer una reducción en el uso de productos fitosanitarios y fertilizantes. De momento, se trata de emular a la naturaleza induciendo mutaciones y modificando genes con información de la misma especie, quedando todavía lejos el tema de los productos transgénicos. No cabe duda de que este camino hay que emprenderlo cuanto antes, pero que cuesta tiempo y dinero, conceptos de los que actualmente carece el campo. El problema, y hay que incidir una y otra vez, es qué pasara si plagas que pueden destrozar nuestra citricultura llegan a nuestras plantaciones antes de que la investigación haya encontrado soluciones. En ese caso nos habremos cargado nuestro modo de vida, pero es seguro que también el medio ambiente sufrirá los efectos.

Entretanto discurso florentino, la Comisión Europea ha propuesto multiplicar por nueve el nivel de residuos de Triziclazol en los arroces importados de países terceros. El hecho es que el uso de este producto, esencial para el control para la principal enfermedad del cultivo del arroz caso de la *Pyricularia oryzae*, está prohibido para los productores europeos. Señores de Bruselas, no se aclaran ni ustedes mismos.

(*) *Presidente Frutas y Hortalizas Cooperatives Agro-alimentaries.*

La campaña de melón y sandía española llegará hasta octubre

El sector español del melón y la sandía está viviendo una temporada muy compleja

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
La campaña de melón y sandía española llegará hasta octubre. La Asociación Agraria-Jóvenes Agricultores de Ciudad Real ha salido a contrarrestar de esta forma las informaciones publicadas sobre el final de la recolección de estos productos en nuestro país. Unas noticias que pueden perjudicar a la normal comercialización. La organización recuerda que aún se encuentra en marcha la temporada en Castilla-La Mancha, con fruta de una excepcional calidad, abasteciendo gran parte del mercado nacional e internacional.

En concreto, la campaña se seguirá desarrollando durante este mes de septiembre y parte de octubre con la recogida del ciclo tardío. Se calcula que en Castilla-La Mancha queda por recoger sobre un 30% de melón y un 20% de sandía, todo ello dependiendo de las condiciones meteorológicas que se produzcan hasta el final del ciclo.

Este año los agricultores manchegos han declarado en la PAC la siembra de más de 5.600 hectáreas de melón y 3.200 de sandía. Castilla-La Mancha es una de las zonas productoras



Resulta complicado determinar si esta campaña ha sido buena o mala. / ARCHIVO

más importantes del país, y la superficie de cultivo representa entre el 25 y el 30% del total nacional, dependiendo de la campaña. Asaja Ciudad Real prevé que este año la producción final que podría llegar a las 420.000 toneladas de estos dos productos hortofrutícolas.

■ **UNA CAMPAÑA COMPLEJA**

A falta de concluir el ejercicio en Castilla-La Mancha, los productores españoles de melón y sandía están viviendo una

campaña compleja tanto en producción como en precios, y con notables diferencias entre zonas productoras. Durante esta campaña se ha pasado de momentos de sobreproducción a otros en los que no había producto porque los cultivos se habían perdido totalmente.

En concreto, Murcia vivió una de las peores campañas que se recuerdan debido a que se perdieron gran parte de las cosechas en los campos de debido a la adversa meteorología.

Este año, los productores de melón y sandía españoles se vieron sorprendidos por un cambio drástico de la temporada en un periodo de apenas tres semanas. Una vez más, el clima jugó un papel clave en la producción que, de mayo a los meses de junio y julio, pasó de la sobreoferta en los mercados y el hundimiento de las cotizaciones en origen, al desabastecimiento y a un alza importante de los precios que no han compensado las importantes pérdidas de cosecha.

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 directa que se adelantase y acelerase la producción. En mayo, cambió el tiempo y se sufrió 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.

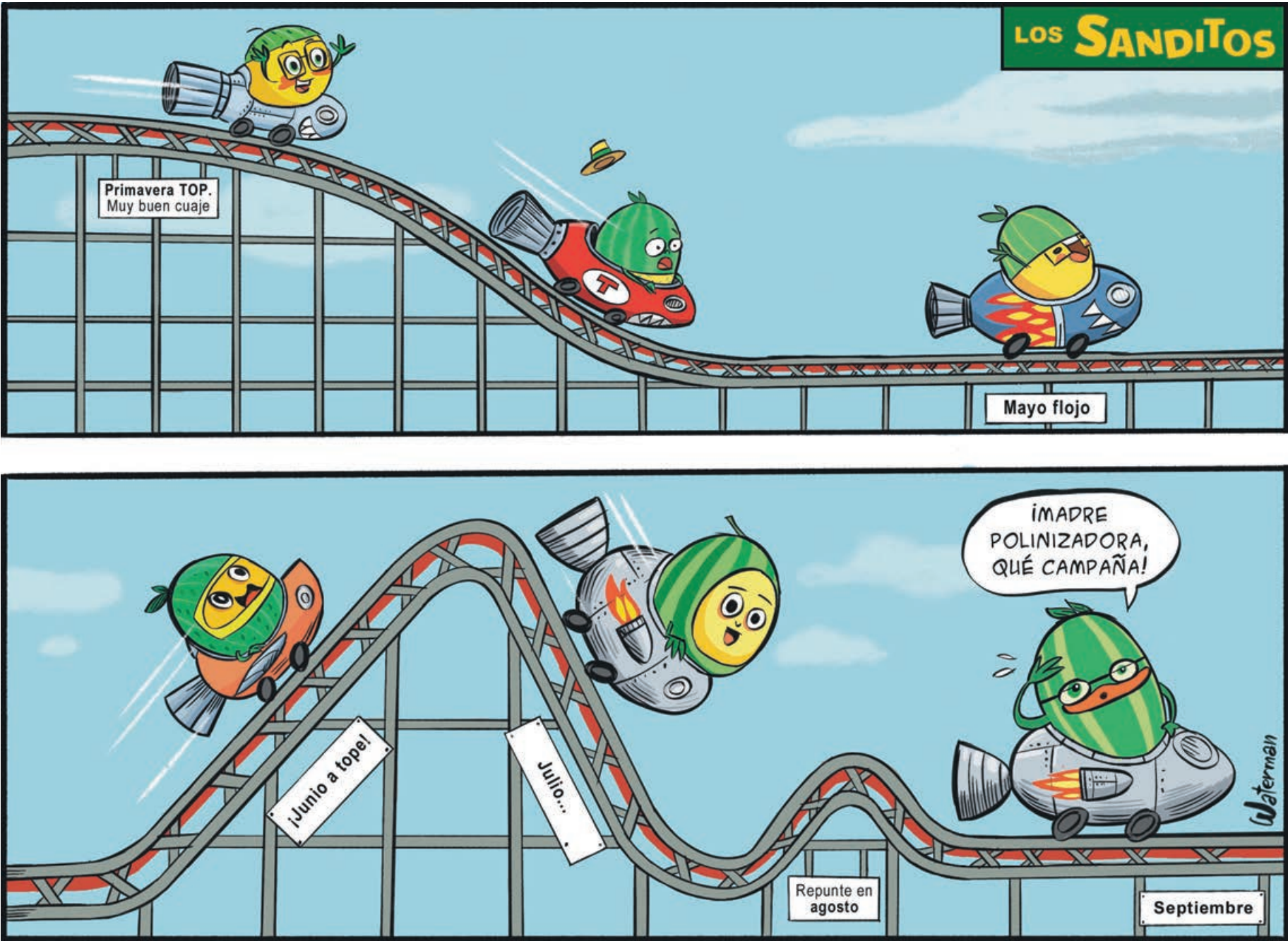
A esos fenómenos les siguió el granizo, caído junto con las lluvias torrenciales que acompañaron a las tormentas, lo que

afectó de forma negativa a las producciones murcianas y muchas de ellas quedaron destrozadas, aparte de generar problemas fitosanitarios de toda clase, como el oídio y el mildiu.

El mal tiempo sufrido durante el mes de mayo, caracterizado por fuertes tormentas acompañadas ocasionalmente por granizo, provocó que dos tercios de la producción murciana prevista para esta temporada se perdiese. El cultivo del melón se vio más afectado que la sandía. Esta situación generó tensiones comerciales, ya que el volumen de oferta disponible, tanto de melón como de sandía, no permitía atender el volumen de demanda existente.

Después de estos episodios climáticos, el calor de agosto normalizó la situación en los cultivos, llegando incluso a momentos en los que había una sobreproducción de melón y sandía.

Ante estos vaivenes, resulta complicado determinar que esta campaña haya sido buena o mala, ya que en algunas zonas productoras han sufrido grandes pérdidas en sus cultivos, mientras que en otras sí ha habido rendimientos muy buenos.



Agrocultivos



El aforo de cítricos elaborado por el Ministerio de Agricultura arroja una previsión de producción global de 5.754.184 toneladas para la campaña 2023-2024. / ARCHIVO

Una cosecha corta de naranjas y mandarinas

El sector del limón recupera esta campaña sus niveles de producción

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El aforo de cítricos elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación arroja una previsión de producción de 5.754.184 toneladas para la campaña 2023/2024, iniciada el pasado 1 de septiembre. El dato, obtenido a partir de la información que facilitan las principales comunidades autónomas productoras, supone un incremento global del 0,4% sobre la cosecha global de la temporada pasada, que ya fue corta en volumen, pero se sitúa un 14,4% por debajo de la media de los últimos cinco años. Será la segunda cosecha más corta de los últimos 11 años, tras la del ejercicio pasado. No obstante, la situación no es igual para todos los agrios.

Mientras que naranjas y mandarinas retroceden significativamente en relación con la media, con un descenso más marcado en el caso de las primeras, limones y pomelos incrementan su producción.

Según señala el MAPA, la sequía y las extremas condiciones climáticas registradas este año han sido decisivas en este volumen de producción, fundamentalmente por la falta de disponibilidades hídricas, las anormales altas temperaturas registradas durante las fases de floración y cuajado del fruto, y por las olas de calor en estadios posteriores que han requerido de restricciones al riego en algunas regiones.

Por producto, se producirían 2.643 millones de toneladas de naranjas, lo que supone el 8,2%

PREVISIÓN COSECHA DE CÍTRICOS CAMPAÑA				2023/24	Unidad: tonelada			
TIPO DE CÍTRICO	2022/23 (prov*)	2023/24 AFORO	Promedio 18/19 a 22/23	VARIACIONES				
				2023-24 vs 2022-23 (%)	2023-24 vs MEDIA (%)	2023-24 vs 2022-23 (t)	2023-24 vs MEDIA (t)	
Naranja Dulce	2.878.122	2.643.299	3.474.916	-8,2%	↓	-23,9%	-234.823	-831.618
Pequeños Cítricos	1.852.676	1.853.078	2.123.204	0,0%	↓	-12,7%	402	-270.127
Limón	913.008	1.167.444	1.033.567	27,9%	↑	13,0%	254.436	133.877
Pomelo	77.998	79.582	77.749	2,0%	↑	2,4%	1.584	1.833
Otros cítricos	8.969	10.782	11.696	20,2%	↓	-7,8%	1.813	-913
TOTAL CÍTRICOS	5.730.773	5.754.184	6.721.133	0,4%	↓	-14,4%	23.411	-966.948
*Provisional								

TIPO DE CÍTRICO	SUBGRUPO	AFORO 2023/24 (t)	PROD 2022/23 (t)	2023/24 VS 2022/23 (%)
NARANJA DULCE	SUBGRUPO NAVEL	1.892.024	2.168.043	-12,7%
	SUBGRUPO BLANCAS	710.346	674.329	5,3%
	SUBGRUPO SANGUINAS	40.929	35.750	14,5%
	OTRAS (no incluye amargo)	0	0	
	TOTAL NARANJA DULCE	2.643.299	2.878.122	-8,2%
PEQUEÑOS CÍTRICOS	SUBGRUPO SATSUMAS	80.143	106.235	-24,6%
	SUBGRUPO CLEMENTINAS	1.000.927	976.073	2,5%
	SUBGRUPO MANDARINOS E HÍBRIDOS	772.008	770.369	0,2%
	TOTAL MANDARINAS	1.853.078	1.852.676	0,02%
LIMÓN	VERNA	333.151	200.066	66,5%
	FINO	829.210	708.388	17,1%
	OTROS	5.082	4.554	11,6%
	TOTAL LIMÓN	1.167.444	913.008	27,9%
POMELO	TOTAL POMELO	79.582	77.998	2,03%
OTROS CÍTRICOS (incluye naranjo amargo)	TOTAL OTROS CÍTRICOS	10.782	8.969	20,2%
TOTAL CÍTRICOS	TOTAL CÍTRICOS	5.754.184	5.730.773	0,4%

Fuente: MAPA

menos que la campaña pasada y casi un 24% (-832.000 toneladas) por debajo de la media de las últimas cinco temporadas, lo que redunda en el descenso ya producido el año pasado.

La producción de naranjas disminuirá un 8,2% con respecto al año pasado, mientras que la de limones se incrementará en un 28%

La naranja será, como es habitual, el cítrico de mayor producción, con 45,9% del total, si bien perdería casi seis puntos de representatividad respecto a la media. El 72% de las naranjas corresponderán al grupo navel.

La producción de pequeños cítricos o mandarinas se elevará a 1.853 millones de toneladas, una cantidad prácticamente igual a la registrada la pasada campaña, pero un 12,7% por debajo de la media de las últimas cinco.

Este producto supondría el 32,2% del total cítricos. Las satsumas representarían el 4,3% de este grupo, las clementinas el 54% y el resto de mandarinas e híbridos el 41,7%.

Por el contrario, se estima que la producción de limones, después del bajón productivo de la campaña pasada, se recuperará y alcanzará, según los datos del Ministerio de Agricultura, un volumen de 1.167.444 toneladas, lo que supondría un récord productivo. Este dato supone un 28% más que la cosecha pasada y un 13% por encima de la media de los últimos cinco años.

En el caso del pomelo, con una previsión de 79.582 toneladas, también se obtendría una cosecha mayor que en la pasada temporada (+2%) y que la media (+2,4%), aunque el aumento sería más moderado.

Estos datos fueron trasladados la semana pasada a los representantes del sector en el transcurso de una reunión de la mesa sectorial presidida por la directora general de Producciones y Mercados Agrarios, Esperanza Orellana.

“La puesta a disposición del sector de las previsiones de cosecha al inicio de campaña constituye un avance en la mejora de la información que este ministerio facilita al sector desde 2019 y dota a este de mejores medios para la toma de decisiones”, señalan desde el Ministerio de Agricultura.

En el transcurso de la reunión, se hizo además un repaso a las medidas de apoyo que ha puesto en marcha el MAPA para apoyar al sector relacionadas tanto con los efectos negativos de la guerra de Ucrania como de la sequía, y que han permitido inyectar directamente en las economías de los citricultores cerca de 75 millones de euros sólo en ayudas directas.

Un año más, con la presentación del aforo, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación refuerza los sistemas de información al sector y actualiza su compromiso con él, tanto en materia de transparencia, como de solvencia y viabilidad, adquirido en el plan de medidas para la mejora del sector cítrico adoptado en abril de 2019.

España es el primer productor de cítricos de la Unión Europea y sexto del mundo. La producción exportada alcanza un valor medio por campaña de 3.300 millones de euros, lo que convierte a España en el primer comercializador mundial de cítricos en fresco, con un 25% de las exportaciones globales.

Aforos de cítricos 2023/24 en España

Análisis de datos y propuestas para mejorar la utilidad de esta información

► PACO BORRÁS (*)

Los aforos de cítricos tienen utilidad porque ayudan al sector a preparar y gestionar sus campañas. Analizaremos en este artículo los datos que ha ofrecido el Ministerio de Agricultura, recopilados de las consejerías de las comunidades autónomas que tienen cítricos. Después, propondremos cómo se podrían mejorar estos aforos y sus correspondientes balances para que aún fueran más útiles para los diferentes eslabones de la cadena de valor cítrícola.

Contemplado el dato del total de cítricos bajo la dimensión temporal de la última década, los balances de las campañas pasadas y el aforo de este año tenemos el gráfico 1.

En los aforos que comento a continuación se observa una pequeña discrepancia respecto a los que presentó el 15 de septiembre el Ministerio de Agricultura. Se observa que las cifras de aforo para naranjas, mandarinas y pomelos son exactamente las mismas. En limones hemos decidido usar las previsiones de Ailimpo, que se publicó el miércoles de la semana pasada, y que es un aforo 198.000 toneladas por encima del que da el Ministerio. Ese cambio altera las cifras por comunidades, ya que incrementa en 70.000 toneladas la Comunidad Valenciana y en 150.000 la Región de Murcia, mientras que en Andalucía baja ligeramente en limones de la zona de Málaga por los problemas de sequía.

Esta campaña será tan corta como la campaña pasada. En el tiempo tenemos que mirar atrás hasta encontrar cifras totales similares en la temporada 2009/10 para encontrar ese nivel de cosecha.

Por otro lado, también es importante tener en cuenta que la campaña pasada las exportaciones totales realizadas se han situado alrededor de 3.000.000 de toneladas, que es la cifra más baja de todas las temporadas desarrolladas durante el actual siglo.

Menos cosecha normalmente suele ser menos exportación y empieza a ser estructuralmente peligroso perder tanto en tan poco tiempo para el correcto mantenimiento del fondo de comercio que España tiene en cítricos, tanto en el mercado doméstico como en exportación.

Pero, si bajamos dentro del total de cítricos a la evolución de cosecha de las tres familias de cítricos tenemos una visión más concreta de la situación que se aprecia en el gráfico 2.

La imagen nos muestra la bajada en naranjas, una estabilización en mandarinas y la subida este año de limones. En los tres casos podemos hablar de estar asistiendo a razones estructurales y coyunturales, que han coincidido en esta campaña.

Las razones estructurales son las que afectan al abandono de 35.000 hectáreas en la Comunidad Valenciana en los últimos 25 años, lo cual afecta directamente a la no recuperación de la cosecha de mandarinas, ya que allí se concentra el porcentaje más elevado de esta familia de cítricos.

Estas hectáreas no se han perdido para el conjunto de España, ya que la mayoría de ellas

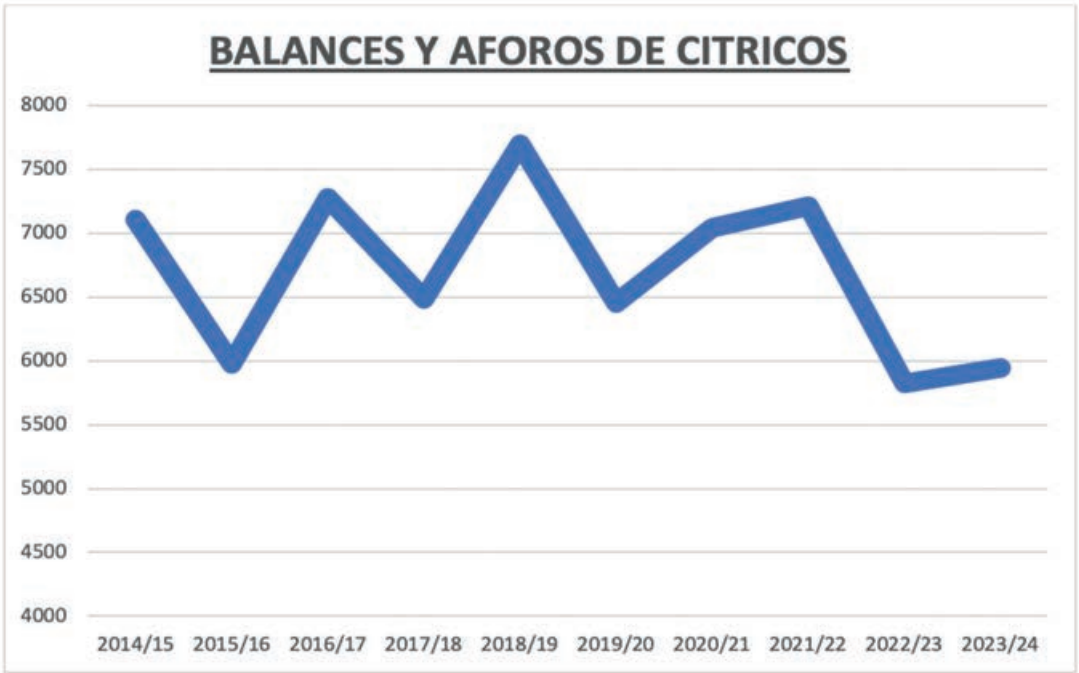


Gráfico 1. Fuente MAPA, Consejerías de Valencia, Andalucía y Murcia. Ailimpo.

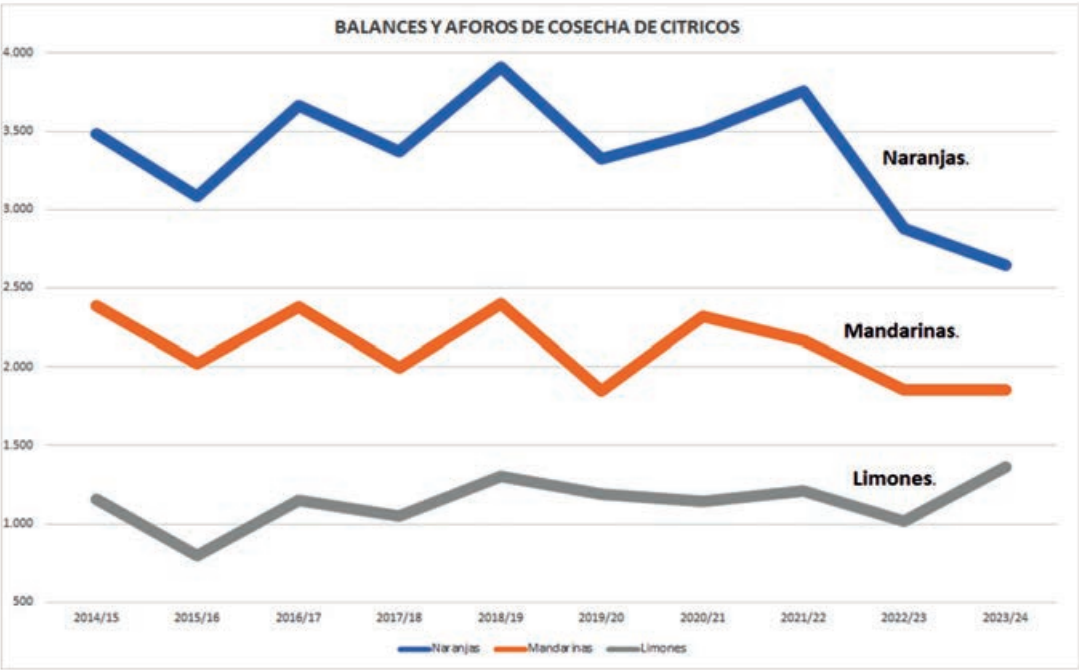


Gráfico 2. Fuente MAPA, Consejerías de Valencia, Andalucía y Murcia. Ailimpo.

	Balances de Cosechas					Aforo	Diferencias	
	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23		C. Pasada	Pro 5 Cam.
C. Valenciana	4051	3067	3508	3267	2907	2868	-1,34%	-6,18%
Andalucía	2325	2259	2338	2718	1897	1570	-17,24%	-37,16%
Región . de Murcia	1097	942	1015	1034	901	1140	26,53%	20,26%
Cataluña	220	180	193	180	160	175	9,38%	-22,29%
España	7693	6448	7054	7199	5852	5915	1,08%	-13,20%

Gráfico 3. Fuente. MAPA, Consejerías Valencia, Andalucía y Murcia. Ailimpo.

han sido en el mismo periodo plantadas en Andalucía y mayoritariamente con naranjas. Y en Andalucía aparece el problema de la gran sequía que sufre el Valle del Guadalquivir desde hace varios años y que esta próxima campaña ya afecta directamente a la cosecha de cítricos de las provincias de Córdoba y Sevilla, fundamentalmente.

En esta situación, España en su conjunto bajará en mandarinas de las 2.317.000 toneladas de la campaña 2020/21 a las 1.853.000 en este ejercicio. La bajada en estas temporadas de 464.000 toneladas está distribuida en 180.000 de la provincia de Castellón, un 33% de lo que tenía, otras 190.000 de Valencia, un 25% de su producción anterior y el resto entre otras provincias. Las pérdidas de Castellón y Valencia, en general, se deben a parcelas pequeñas de las comarcas históricas, algunas abandonadas y otras en proceso



La campaña de naranjas y mandarinas será corta en volumen. / ARCHIVO

de abandono con arbolado viejo y poca productividad.

En el caso de la pérdida en naranjas, donde se pasa de 3.756.000 toneladas en la campaña 2021/22 a 2.643.000 esta

temporada, se pierden en solo tres campañas 1.113.000 toneladas, lo cual implica perder casi el 30% de capacidad productiva total del país. La pérdida más importante la protagonizan las

provincias de Córdoba y Sevilla y su causa, como ya hemos comentado, es la pertinaz sequía que afecta a toda la cuenca del río Guadalquivir.

En la campaña 2021/22 según los datos de la Junta de Andalucía, entre estas dos provincias tenían una cosecha de 1.383.000 toneladas, el año pasado presentaron un aforo de 878.000 y es posible que en esta campaña estén alrededor de las 600.000, lo que supone una pérdida de casi 750.000 toneladas sólo en estas dos provincias.

Estos cambios alteran el peso de las tres comunidades claves en cítricos que quedarían de la forma que se aprecia en el gráfico 3.

La estabilización (-1,34%) de Valencia se debe fundamentalmente al ascenso de los limones en el bajo Segura. No obstante, la cosecha valenciana es la mas baja desde hace más de 30 años ya que nos tenemos que remontar a mediados de los 90 del pasado siglo para estar por debajo de los 3.000.000 de toneladas.

Al subir la cosecha en Murcia de la mano de los limones, y ser tan grande la bajada de Andalucía, vemos como la cosecha de Murcia se acerca a la del conjunto andaluz.

■ CÓMO PODRÍAN AYUDAR MÁS LOS AFOROS AL SECTOR

La información que ayudaría al sector en general es una información de la que disponen las consejerías en las diferentes comunidades, ya que se pueden encontrar buceando en los informes correspondientes con gran esfuerzo, por lo que sería conveniente que se facilitará de forma ordenada y transparente.

A nivel de España, sería deseable dar el informe por comunidades y a su vez que se pueda desglosar por provincias.

Pero, sin duda, lo más importante es el desglose varietal.

Mandarinas o pequeños cítricos en una campaña que dura siete meses dice poco sobre la misma. Porque hay Satsumas precoces y de campaña, clementinas precoces, de campaña y tardías, híbridos precoces y tardíos sin *royalties* e híbridos con *royalties*.

Naranjas a secas, para una campaña que dura ocho meses con un gran desglose varietal se queda corto. Tenemos Navel precoces, de campaña y tardías, blancas precoces y tardías y rojas.

En limones es más sencillo porque básicamente tenemos dos variedades, Fino y Verna, y Ailimpo desarrolla un buen desglose tanto de aforos como de seguimiento de la recolección por variedades a lo largo de la campaña.

Estos datos de las diferentes consejerías son estimaciones de finales de agosto y principios de septiembre. El Ministerio de Agricultura los recopila y los publicó el 15 de septiembre, de forma muy resumida. Ante esta realidad, la pregunta es: ¿Por qué las administraciones públicas nos esconden unos datos que tienen, que serían muy útiles para el sector?

(*) Consultor Internacional Agroalimentario

Aragón duplica en 2023 su producción de pistacho

Destina más de mil hectáreas al cultivo y se espera una campaña de 25.000 kilos, según Apistar

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN. Aragón va a recolectar esta campaña unos 25.000 kilos de pistacho en seco, más del doble de la producción del año pasado en que se cosecharon 10.000 kilos. En esta comunidad autónoma hay más de 1.000 hectáreas dedicadas al cultivo de este fruto seco y 600 de ellas pertenecen al centenar de socios de la Asociación de Pistacheros de Aragón (Apistar). La ampliación del cultivo y la madurez de los árboles plantados auguran una recolección récord que se llevará a cabo en octubre. En estas semanas de septiembre los agricultores injertan las plantas para seguir creciendo en las futuras recolecciones. El incremento se debe a que los campos existentes cada año van aumentando su producción y a que todas las plantaciones realizadas en los últimos años empiezan a recoger sus primeras cosechas. Cuando las actuales plantaciones estén a pleno rendimiento podrían alcanzarse los dos millones de kilos. Los buenos datos del cultivo y la cosecha se traducen también en la industria de transformación de este fruto. Así, el año pasado sólo había en Aragón una planta de procesado y este se ha inaugurado una segunda. Además, han surgido nuevos proyectos y las expectati-

vas apuntan a un incremento continuado del cultivo. Apistar proyecta crear una sociedad para poder realizar las ventas conjuntamente y además participa en dos proyectos de cooperación: Pistara y Pistazero. El primero, coordinado por UAGA, y en el que participa junto con otros productores, empresas y centros de investigación, tiene como objetivo sentar las bases para orientar a los agricultores sobre las zonas más adecuadas para el cultivo del pistacho y las variedades que mejor se adaptan a cada una de ellas. Para ello, se han colocado 42 estaciones meteorológicas repartidas por distintas comarcas aragonesas para recoger datos de temperatura y humedad, a lo que se suma los datos agronómicos aportados por los socios de la iniciativa sobre el comportamiento de cada variedad. Además, se van a realizar 15 catas experimentales con variedades que no son comunes, pero que corresponden al entorno mediterráneo y que pueden funcionar mejor en Aragón que otras traídas por ejemplo de Estados Unidos. Igualmente, hasta 2025 se desarrollará el proyecto Pistazero, cuyo objetivo se centra en promover, impulsar y divulgar técnicas de sistema de manejo sostenible en el cultivo de pistacho en secanos semiáridos y regadío, implementando técnicas de poda 4.0.

El 60% de la superficie de cultivo pertenece al centenar de socios de Apistar

El limón recupera volumen de producción en la campaña 2023/2024

La interprofesional Ailimpo prevé una cosecha de 1.365.000 t

PRODUCCIÓN DE LIMÓN ESPAÑA CAMPAÑA 2022/23 Y PREVISION CAMPAÑA 2023/24				
BALANCE Y DESTINO CAMPAÑA 2022/2023		PREVISIÓN DE COSECHA 2023/2024		
DESTINO	Toneladas	Producción C. 2022/23	Estimación C. 2023/24	DIF (%)
Exportación a la UE	578.480			
Exportación 3os Países	16.567			
Consumo Nacional	173.328			
Mermas de Peso	38.419			
Industria	211.613			
TOTAL	1.018.407			
		FINO	760.207	990.000 +30%
		VERNA	258.200	375.000 +45%
		TOTAL	1.018.407	1.365.000 +34%
Toneladas				

PRODUCCIÓN DE POMELO ESPAÑA CAMPAÑA 2022/23 Y PREVISION CAMPAÑA 2023/24				
BALANCE Y DESTINO CAMPAÑA 2022/2023		PREVISIÓN DE COSECHA 2023/2024		
DESTINO	Toneladas	Producción C. 2022/23	Estimación C. 2023/24	DIF (%)
Exportación a la UE	63.903			
Exportación 3os Países	3.031			
Consumo Nacional	7.000			
Mermas de Peso	3.697			
Industria	11.500			
TOTAL	89.131			
		POMELO	89.131	90.000 +1%
Toneladas				

Previsiones de la interprofesional Ailimpo para la presente campaña.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. La estimación de cosecha de limón de Ailimpo para la próxima campaña 2023/2024 prevé una producción en España de 1.365.000 toneladas. Una cifra similar a la ya alcanzada en la temporada 2020/2021, lo que supone un incremento global del 34% en comparación con el ejercicio 2022/2023, que tuvo la cosecha más baja de los últimos 10 años y que se cierra

con una producción final de 1.018.407 toneladas de acuerdo con el balance provisional que contabiliza la fruta exportada, procesada, comercializada en el mercado doméstico, así como las mermas de peso. El balance 2022/23 ha sido prácticamente coincidente con el aforo de Ailimpo que estimó 1.090.000 toneladas en septiembre, y actualizó en enero a 1.011.000 t.

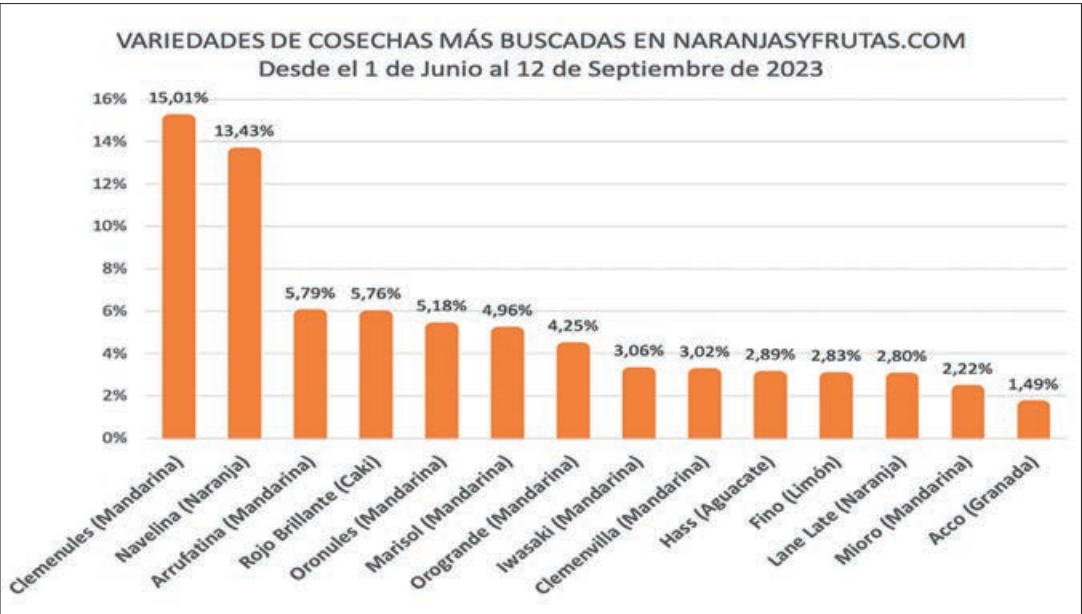
En la presenta campaña se esperan 990.000 toneladas de limón Fino, lo que supone un incremento del 30% respecto al ejercicio precedente, y 375.000 de Verna, un 45% más que en la pasada temporada. En cuanto al pomelo, Ailimpo prevé una cosecha en España de 90.000 toneladas, un volumen prácticamente idéntico al registrado en la anterior campaña.

¿Cuáles son las variedades de cítricos más buscadas?

Naranjasyfrutas.com confirma que han aumentado los comercios que buscan cosechas disponibles en el inicio de campaña

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. En la plataforma Naranjasyfrutas.com se ha detectado un fuerte incremento en la búsqueda de fruta por parte de los comercios. Concretamente, en el caso de los cítricos, han aumentado un 40% las búsquedas de cosechas de mandarinas y un 62% las búsquedas de partidas de naranjas en comparación al mismo periodo de la campaña anterior.

También hay que señalar que se ha registrado desde principios de junio un adelanto en las fechas de inicio de las búsquedas de cosechas por parte de los comercios. Esta situación está condicionada porque este año se espera un menor volumen en kilos. Por este motivo “en Naranjasyfrutas.com sabemos que este año los comercios nece-



sitarán un volumen extra de agricultores para proveerse, y la plataforma es un lugar idóneo para poder encontrarlos de una forma rápida y sencilla”,

aseguran los responsables de la plataforma. Desde el 1 de junio de 2023 hasta el 12 de septiembre de 2023, a través de las estadísti-

cas de esta web han analizado cuáles son las cosechas más buscadas por los comercios que utilizan Naranjasyfrutas.com para buscar cosechas disponibles.

■ COMUNITAT VALENCIANA

El pedrisco causa 40 millones de pérdidas en más de 15.000 hectáreas de cultivo

El granizo ha provocado graves pérdidas en cultivos de cítricos, kakis, aguacates, viñas, almendros, olivar, arroz y hortalizas como alcachofas

■ VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La tormenta de pedrisco que descargó el domingo en varias comarcas de Valencia y Castellón causó devastadores destrozos en los cultivos, algunos de los cuales estaban a las puertas de su recolección. Según una primera estimación de urgencia avanzada por la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja), el temporal provocó 40 millones de pérdidas tras castigar, con afecciones de hasta el 100% de la cosecha, más de 15.000 hectáreas de cítricos, kakis, aguacates, viñas, almendros, olivar, arroz y hortalizas como alcachofas.

El temporal golpeó con fuerza en el Camp de Túria, sobre todo en los términos de Benaguasil y la Poble de Vallbona, así como en Lliria, Benisanó, Vilamarxant, Bétera, Olocau y Nàquera. En esta zona la superficie agraria dañada ascendió a 6.000 hectáreas, siendo los cultivos predominantes los cítricos, kakis y hortalizas. Las pérdidas estimadas superan los 25 millones, tanto por las pérdidas directas de cosechas ante el inicio de la recolección de cítricos y kakis, como por la defoliación y los daños en madera que supondrán mermas en la próxima campaña. En parcelas de alcachofas, que se encontraban en periodo de brotación, sólo ha quedado la estaca.

Por otra parte, la organización señala que una alfombra de piedras de unos cuatro centímetros de grosor golpeó 8.000 hectáreas de viñedos, principalmente, en la comarca de Utiel-Requena, ocasionando unas pérdidas superiores a los 12 millones de euros. A lo largo de una franja de unos 40 kilómetros, entre la pedanía de Requena de El Rebollar y Villatoya (en la frontera con Castilla-La Mancha), cientos de viticultores perdieron hasta la totalidad de su producción de uva en plena época de vendimia. Además, la piedra llegó a causar daños severos en las cepas, lo que podría dar lugar a problemas en la poda y en la producción de la siguiente temporada. AVA-Asaja prevé que la cosecha en esta comarca —la principal zona productora de uva en la Comunitat Valenciana— sufrirá una merma superior al 60% respecto a la media de los últimos años debido a, entre otras adversidades climáticas, las sucesivas tormentas de pedrisco.

AVA-Asaja también constata otras comarcas de Valencia y Castellón con algunas áreas afectadas, en menor medida, por este último temporal de granizo, tales como el Camp de Morvedre, la Plana Baixa (que la semana pasada ya sufrió una DANA con consecuencias nega-



El granizo ha causado graves daños en 8.000 hectáreas de viñedos, principalmente en la comarca de Utiel-Requena, ocasionando unas pérdidas superiores a los 12 millones de euros. / AVA-ASAJA

tivas) y la Ribera. Estas zonas abarcan una superficie de un millar de hectáreas afectadas, especialmente de cítricos, kakis y aguacates. En el caso del arroz, el pedrisco ha tenido una incidencia escasa, aunque la persistencia de las últimas lluvias ya está ocasionando pérdidas de producción a las variedades más tempranas.

La organización agraria recuerda que el riesgo de pedrisco está cubierto por el seguro agrario y destaca la importancia de tener aseguradas las cosechas. Recuerda a todos los asociados que tengan contratada la póliza que declaren sus siniestros a fin de que Agroseguro perite e indemnice a la mayor brevedad posible los daños.

Por otra parte, AVA-Asaja solicita a las distintas Administraciones la puesta en marcha de medidas fiscales dirigidas a aliviar las graves pérdidas económicas de los agricultores que han sufrido siniestros en sus explotaciones a causa de este nuevo temporal.

■ PÉRDIDAS DE 43 MILLONES

Desde La Unió Llaureadora informan, por su parte, que las tormentas de del domingo acompañadas de lluvia, pedrisco y en algunos casos también viento afectaron a un radio de más de 22.000 hectáreas de cultivo y unas pérdidas estimadas en una primera evaluación de urgencia de más de 43 millones de euros.

Los principales daños se centran fundamentalmente en las comarcas de Utiel-Requena y el Camp de Túria, aunque también se observan en la Ribera Alta, Ribera Baixa, Camp de Morve-

Las organizaciones agrarias han pedido reunirse con conseller de Agricultura para evaluar los daños y establecer medidas de apoyo a los agricultores afectados

dre, La Serranía, La Costera, por lo que se refiere a la provincia de Valencia, y también de nuevo en el litoral sur de la comarca de la Plana Baixa.

El principal cultivo afectado es el de los cítricos con el 43% de las pérdidas, seguido del caqui con el 20% y la uva de vinificación con el 16%. En este último cultivo hay que señalar que en la zona afectada del término municipal de Requena con sus aldeas ya se había recolectado un tercio de la uva prevista aproximadamente, por lo que se han minimizado los daños. Otros cultivos afectados son el olivar con el 10%, ornamentales y viveros con el 8% y hortalizas con el 7%.

Una de las consecuencias principales de estas tormentas es que las cosechas previstas en la mayor parte de cultivos ya estaban mermadas por los efectos de la meteorología adversa de los últimos meses y ahora todavía lo estarán más con los de ayer y los que se esperan a mitad de esta semana ante la previsión de una nueva DANA.

A las pérdidas directas habrá que sumar las de las producciones de años venideros y los daños en infraestructuras afectadas por fuertes vientos,

arrastre de las lluvias, caída de árboles, además de los daños de reparación (tanto en fungicidas como en mano de obra)

Los porcentajes de daños han sido muy variables, hay zonas de las comarcas del Camp de Túria y Utiel-Requena donde serán del 100%, afectando no solo a la cosecha de este año sino que la madera está también muy afectada e incluso arrancada por lo que los daños se alargarán algunos años. También existen zonas donde ya granizó la semana pasada, y aunque ahora el tamaño de los daños ha sido inferior, habrá que sumarlos también a los anteriores.

En aquellos lugares donde no afectó el pedrisco, las lluvias son positivas y sirven para paliar el estrés hídrico en algunos cultivos de secano como las viñas, almendros, olivar y algarrobos, así como para los cultivos de regadío donde permitirá ahorrar en riegos, limpiar los árboles ante la amenaza de posibles plagas y recargar acuíferos y embalses ya bastante mermados. Para la ganadería servirán para regenerar los pastos y evitar así el aumento de los costes por los pienso para alimentación de los animales.

La Unió solicitará una serie de medidas para compensar los daños de las personas afectadas por este siniestro de ayer. Y los que puedan originarse esta semana, como ya ha hecho con las ocurridas en meses anteriores. La organización solicita al conseller de Agricultura, José Luis Aguirre, que convoque a las organizaciones agrarias para evaluar los daños y establecer medidas de apoyo a los agricultores afectados.

En este sentido, La Unió reclamará entre otras cosas la agilización de las peritaciones de los campos siniestrados, la concesión de ayudas directas, la condonación del IBI de las parcelas cultivadas y construcciones presentes en ellas, la bonificación de las cuotas de la Seguridad Social durante un año y el establecimiento de préstamos con interés subvencionado.

■ UNA SEMANA DE ESTRAGOS

Para UPA Comunitat Valenciana, las tormentas del domingo han sido el culmen de una semana con fuertes precipitaciones que han afectado prácticamente a toda la Comunitat Valenciana, causando estragos por donde pasaban. Durante la semana pasada se sufrieron lluvias torrenciales y grandes granizadas que han afectado a zonas rurales de Valencia.

Según la organización agraria, la tormenta ha causado estragos en los viñedos de la parte este de la comarca de Utiel-Requena donde ha granizado causando la pérdida total de las cosechas que estaban a punto de ser vendimiadas y de una buena parte de las del próximo año. Además, el granizo ha traído grandes daños en los cítricos del Camp del Turia, sobre todo en localidades como Lliria, Benaguacil o la Poble de Vallbona donde buena parte de la cosecha se ha perdido.

“Estamos ante un año inusual en lo que se refiere a daños como consecuencia del clima, pasando por graves sequías, olas de calor y ahora lluvias torrenciales y granizadas. Y todavía está por llegar el próximo invierno”, ha explicado Ricardo Bayo, secretario general de UPA Comunitat Valenciana.

“Ante esta situación extrema en la que muchos agricultores lo han perdido todo, consideramos que es necesario que la Administración, tanto la autonómica como nacional, tome cartas en el asunto y despliegue una batería de ayudas con la finalidad de paliar los daños causados”, ha añadido el dirigente agrario.

Desde UPA también se ha solicitado al conseller de Agricultura de la Generalitat Valenciana, José Luis Aguirre, que convoque una reunión con las organizaciones agrarias para evaluar los daños y tomar las medidas oportunas.

“Consideramos que son necesarias la concesión de ayudas directas a aquellos más afectados por los daños, así como que se implemente la exención del pago de algunos impuestos como el pago del IBI, que se aplase o se elimine el pago de las cuotas de autónomos de los próximos 18 meses en función de los cultivos afectados, y se concedan préstamos de campaña bonificados para afrontar la próxima campaña y recuperar los cultivos”, ha señalado Bayo.

“Ante una situación en la que los eventos climáticos son cada vez más extremos entendemos que la primera línea de defensa del agricultor es el seguro agrario. Por lo que, desde la organización creemos que tanto la consellería como el ministerio deben redoblar el esfuerzo y aumentar las aportaciones económicas con la finalidad de que el seguro sea accesible para todos los agricultores y no un lujo”, ha asegurado el secretario general de UPA Comunitat Valenciana.

La sequía empuja al campo a una siniestralidad récord

El Gobierno prevé que en 2023 las indemnizaciones totales superen los 1.000 millones de euros, la mayor cifra de la historia del seguro agrario

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Gobierno prevé que 2023 sea el año de mayor siniestralidad en la historia del seguro agrario, con unas indemnizaciones totales que se situarán por encima de los 1.000 millones de euros, la mayor cifra de la historia. De esta cantidad, unos 460 millones se destinarán a paliar daños en cultivos siniestrados por la sequía. Así lo avanzaron el pasado 12 de septiembre los ministros en funciones de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, y de Transición Ecológica y el Reto Demográfico, Teresa Ribera, durante la presentación en rueda de prensa de un informe sobre los daños ocasionados por la sequía.

De confirmarse las previsiones a final de año, los más de 1.000 millones de euros en indemnizaciones que tendrá que abonar el seguro agrario superarán por mucho el que hasta ahora ha sido el peor año, 2022, cuando se alcanzaron los 768,85 millones de euros.

En un análisis más pormenorizado, los cultivos extensivos (cereales, oleaginosas y leguminosas) y los pastos son los sectores más perjudicados por la sequía, con rendimientos significativamente inferiores a las campañas anteriores, según la información del Gobierno.

En cereales se estima una producción de unos 11 millones de toneladas, lo que significa una reducción de aproximadamente un 40% con respecto a la campaña de 2022, detalló el ministro de Agricultura, Luis Planas.

La producción de cebada se ha reducido en un 39%, la de trigo blando en un 36%, y la superficie de maíz ha disminuido en un 20% debido a la menor disponibilidad de agua para riego.

Como consecuencia de estas bajas producciones, el Gobierno estima que España deberá importar unos 20 millones de toneladas de cereales para poder satisfacer la demanda, tanto de consumo como de fabricación de piensos.

En cuanto al olivar, Planas ilustró que la falta de agua ha



La falta de agua en algunas zonas productoras ha provocado una disminución de la superficie sembrada. / ÓSCAR ORZANCO

provocado que la producción de la presente campaña se haya situado en poco más de 630.000 toneladas, un 55% inferior a la anterior, y que esta circunstancia se encuentra en el origen de la subida de precio al consumidor que está experimentando el aceite de oliva, de más de un 50% en el último año.

El Departamento que lidera Luis Planas espera que la próxima campaña, que comienza el 1 de octubre, sea algo mejor que esta, aunque considera que la evolución de la situación climática en las próximas semanas “será determinante”.

Respecto a las perspectivas de producción de uva de vinificación, indicó que las últimas lluvias han mejorado la previsión, que ahora se sitúa en entorno a 36 millones de hectolitros de vino, frente a los 41 millones de la campaña pasada. No obstante, Planas destacó que hay un stock importante de vino almacenado y que eso permitirá que los precios de mantengan estables.

En cuanto al descenso en los rendimientos de oleaginosas (girasol y colza), se cifra en un 30%

Los más de 1.000 millones en indemnizaciones que tendrá que abonar el seguro agrario superarán por mucho el que hasta ahora ha sido el peor año, 2022, cuando se alcanzaron los 768,85 millones de euros

La sequía ha afectado igualmente a frutas y hortalizas con una disminución de calibres en algunos casos o con una bajada significativa de la superficie de cultivo por la falta de agua para riego en otros

y también se esperan producciones inferiores de leguminosas en grano, principalmente lentejas.

FRUTALES Y HORTALIZAS

La sequía ha afectado igualmente de manera directa a los árboles y producción de frutales, tanto por la falta de lluvias como por las restricciones en las dotaciones de agua para riego en momentos críticos de la evolución de los frutos, como el periodo de engorde.

De esta forma, en fruta dulce se han obtenido productos de me-

nor calibre, que perciben menores cotizaciones en el mercado e inciden negativamente en la rentabilidad de las explotaciones.

En algunos cultivos hortícolas la falta de agua ha producido una disminución de la superficie sembrada muy significativa y en el caso del tomate de industria, por ejemplo, en Andalucía apenas se han sembrado 1.700 hectáreas, cuando lo habitual está en torno a las 6.600 hectáreas.

En la ganadería, la producción en extensivo es la más afectada por la situación de sequía,

indicó Luis Planas, y además de la escasa disponibilidad de pastos, también tiene incidencia el encarecimiento de las materias primas para la alimentación animal, lo que ha incrementado de manera muy significativa los costes de producción.

El ministro recordó que la sequía está contemplada dentro de los seguros agrarios en la gran mayoría de los cultivos que se desarrollan en secano: herbáceos extensivos (cereales, leguminosas, girasol), uva de vinificación, olivar, almendro, remolacha azucarera y algunos cultivos forrajeros.

Además, destacó que en el pasado mes de agosto ya se abonó más del 90% de los 460 millones de euros de indemnizaciones que se destinarán a cultivos siniestrados por la sequía.

Luis Planas ha subrayó que el Gobierno ha arbitrado ayudas directas por importe de 636,7 millones de euros para que agricultores y ganaderos combatan los efectos de la sequía, a los que suman los 81 millones de euros asignados por la Comisión Europea (CE) del fondo de reserva de crisis y varias medidas de ayuda indirecta.

UN AÑO SECO

El Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), presentaron la semana pasada al Consejo de Ministros el Informe sobre la Gestión de la Sequía en 2023. El estudio recoge que el año hidrológico 2022/23 está teniendo un carácter globalmente seco en el conjunto de España: el 14,6% del territorio nacional está en emergencia por escasez de agua y el 27,4%, en alerta, debido a que la precipitación media global se sitúa un 17,1% por debajo del valor normal de referencia de los mismos meses del periodo de referencia 1991-2020.

Como consecuencia, la reserva en los embalses ha disminuido considerablemente en los últimos diez años. Los datos, a 12 de septiembre, muestran que los umbrales están especialmente bajos: la reserva hídrica española se encuentra al 37% con 20.734 hm³ acumulados, siendo las cuentas del Guadalquivir (19,1%) y las internas de Cataluña (23,3%) las que atraviesan una situación más grave. La DANA ha supuesto un alivio en algunas zonas, ha mejorado la humedad del suelo y ha servido para recuperar cierto volumen de almacenamiento, sin embargo, no ha solucionado los graves problemas existentes.

Arranca en Granada la campaña de verdeo del espárrago verde

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Un total de 15 cooperativas granadinas de la Vega y el Poniente han comenzado la campaña de verdeo del espárrago verde, que se desarrolla entre los meses de septiembre y octubre. Se trata de una nueva temporada (tras la tradicional que va de marzo a junio) que mantiene la calidad del producto aunque presenta li-

geras diferencias como un color verde algo menos intenso.

En estos días, las fruterías y los lineales de los supermercados ya ofrecen este producto, cuya recogida y manipulación supone actividad y empleo en las cooperativas granadinas tras el descenso de actividad del verano.

En este sentido, Cooperativas Agro-alimentarias de Granada

recomienda adquirir y consumir espárrago verde de “origen Granada” (presente en el etiquetado) como garantía de extraordinaria calidad. Además, la compra de este producto contribuye a sostener las cooperativas del sector, generar riqueza y empleo en los municipios, y en consecuencia, favorecer el crecimiento de la economía de la provincia.



La campaña de verdeo se desarrolla entre los meses de septiembre y octubre. / CAG

Desde Cooperativas Agro-alimentarias de Granada han recordado que el 80% del espárrago verde que se recoge en la provin-

cia procede de cooperativas y que la provincia acapara el 70% de la producción nacional de espárrago verde.

ORIOL ORÓ / Director General de Fira de Lleida

“Fira de Lleida continúa trabajando en el ámbito de la internacionalización”

La consolidación de la 69ª edición de la Feria Agraria de San Miguel (Salón Nacional de la Maquinaria Agrícola) y la 38ª edición de Eurofruit (Feria Profesional de Proveedores de la Industria Frutícola) como una de las manifestaciones agrarias más importantes del sur de Europa y el contenido de las jornadas son algunos temas que trata Oriol Oró, director general de Fira de Lleida, en esta entrevista.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. ¿Qué puede avanzar sobre las ediciones de este año de la Feria Agraria de San Miguel (Salón Nacional de la Maquinaria Agrícola) y Eurofruit (Feria Profesional de Proveedores de la Industria Frutícola)?

Oriol Oró. La 69ª edición de la Feria Agraria de San Miguel y la 38ª edición de Eurofruit, doble manifestación ferial que tendrá lugar del 28 de septiembre al 1 de octubre en el recinto de Fira de Lleida, destacan en un doble ámbito. Uno, la presencia de novedades técnicas en el área de exposición y, dos, la organización de actividades profesionales centradas en temas de máxima actualidad.

Este año hemos tenido que reestructurar el certamen debido a las obras de remodelación y modernización del Pabellón 1 —que se complementará con la futura construcción de un quinto pabellón—, aún así hemos habilitado una amplia y atractiva área de exposición de 50.000 metros cuadrados en donde el visitante profesional encontrará innovaciones muy interesantes en ámbitos como la maquinaria, el riego, las energías renovables o la agricultura de precisión, incluidos drones para aplicación de fitosanitarios o microtráctores eléctricos con guiado automatizado y capacidad de visión artificial.

VF. A pocos días de abrir sus puertas, ¿en qué punto se encuentra el volumen de participación?

OO. A falta de una semana para la celebración, Sant Miquel y Eurofruit han alcanzado un 100% de ocupación, con casi 300 expositores nacionales y del extranjero.

En cuanto a los sectores expositivos, la feria ofrecerá las últimas novedades en maquinaria agrícola, tractores, agricultura de precisión, equipos y servicios para la agricultura y la ganadería, productos agroalimentarios de proximidad, automoción, obra civil, servicios financieros y seguros, entre otros.

Quisiera destacar que, más allá del área de exposición, el salón ha organizado un variado programa de actividades paralelas que incluirá jornadas técnicas, conferencias, presentaciones, demostraciones y reuniones profesionales.

VF. Siguiendo con la participación, ¿qué países extranjeros destacan y en qué línea de negocio?

OO. Fira de Lleida sigue trabajando en el ámbito de la internacionalización con la presencia de expositores extranjeros procedentes de Francia, Portugal,



Oriol Oró explica que este año las jornadas de la feria tratarán temas relacionados con la sequía. / FIRA DE LLEIDA

Italia y los EE.UU., básicamente de los sectores de la maquinaria agrícola y de los drones. Además, prevemos la presencia de visitantes de Alemania, Francia, Italia, Marruecos y Portugal, dado que Sant Miquel y Eurofruit se han consolidado como una de las manifestaciones agrarias más importantes del sur de Europa.

VF. De manera resumida, ¿cómo invitaría a una empresa a participar en estos eventos?

OO. Con casi 70 años de trayectoria, la Feria Agraria de San Miguel y el salón Eurofruit son un gran espacio de expo-

sición en la que las primeras empresas del sector agrario presentan sus novedades, pero además constituyen una plataforma de formación e información, de innovación y digitalización del sector agrario, y de transferencia de conocimiento, ámbitos que constituyen un aspecto básico para el profesional del campo. Hemos apostado por la calidad, por la novedad y también por la internacionalización, con la presencia de expositores extranjeros y la organización de misiones inversas. Por todo ello, creemos que esta gran manifestación fe-

rial se ha consolidado como una cita obligada para profesionales, fabricantes y distribuidores vinculados con el mundo agrario.

VF. ¿Qué temáticas están programadas en las jornadas técnicas?

OO. Este año las jornadas se centrarán en contenidos muy variados, pero destacan las iniciativas relacionadas con la problemática derivada de la sequía, como los “Aspectos prácticos para gestionar la sequía”, “¿Qué hemos aprendido de la sequía 2023?”, “Sequía: retos y futuro en la gestión del agua” o la “Gestión de riego en frutales bajo condiciones de escasez hídrica”.

También se tratarán temáticas de actualidad a través de las jornadas sobre la “Lucha alternativa de la mosca en frutales y olivos, las “Ayudas para los cerealistas, lucha contra las malas hierbas (*amaranthus*) y financiación”, la “Producción Agraria Sostenible en Cataluña”, “La digitalización de la actividad agraria: El Cuaderno integrado de Explotación”, la “Inteligencia Artificial, Robótica y Drones para la Agricultura”, las “Tendencias de futuro en la producción y consumo de alimentos o la titulada “¿Qué hay de cierto y qué no en el autoconsumo foto-



El balance de la pasada edición, en general, es muy positivo. / FIRA DE LLEIDA

“A falta de una semana para su celebración, Sant Miquel y Eurofruit han alcanzado un 100% de ocupación”

voltaico en las viviendas y en las empresas?”.

VF. Este año también en paralelo a estos eventos se celebra la II edición del Congreso sobre Bioeconomía, Innovación y Tecnología (Congreso BIT). ¿Qué aporta?

OO. La segunda edición del Congreso BIT se centrará en dos ámbitos específicos —la proteína alternativa y las nuevas vías de valorización forestal— a través de una docena de sesiones plenarios y sesiones paralelas que tendrán lugar en La Llotja de Lleida. El Congreso, certamen de referencia en el sector de la Bioeconomía, la Innovación y la Tecnología de Cataluña, incluirá también una zona expositiva, en el Pabellón 4 de Fira de Lleida, con varias empresas del mundo de la bioeconomía. El Congreso BIT 2023 (ver <https://www.congresbit.cat/programa/>) ha programado seis sesiones plenarios que repasarán las capacidades en el procesamiento de proteína alternativa en Cataluña, la visión y el rol de las empresas en las cadenas de valor de la proteína alternativa y las nuevas vías de valorización forestal, la rentabilidad de la sostenibilidad en las cuentas de explotación de las empresas y los servicios que ofrecen las universidades y centros tecnológicos. Además, el congreso se cerrará con un panel de entrevistas titulado “Rock stars”: líderes de la bioeconomía.

Las sesiones paralelas sobre la proteína alternativa desarrollarán la visión estratégica de la alimentación humana, las nuevas materias primas y los procesos y tecnologías de transformación. Por su parte, las sesiones paralelas sobre las nuevas vías de valorización forestal abordarán los mercados de carbono (perspectivas, metodologías y estándares para la cuantificación) y las biorefinerías forestales como pieza clave para la industrialización del territorio.

VF. La Feria Agraria de Sant Miquel acoge el 52º Premio del Libro Agrario y el 8º Premio del Artículo Técnico Agrario. ¿Cuántas obras se han presentado en estas ediciones?

OO. Un total de 57 obras se han presentado a esta edición de los premios, lo que supone un incremento del 24% respecto a los 46 trabajos (16 libros y 30 artículos) presentados el pasado año. El Premio del Libro Agrario y el Premio del Artículo Técnico Agrario, dotados respectivamente con 3.000 y 1.000 euros, son los únicos galardones de este ámbito en todo el país y tienen como objetivo reconocer las obras o artículos que suponen una aportación importante dentro del sector agroalimentario o el ámbito rural, así como estimular la creación de nuevos trabajos de carácter científico, técnico o divulgativo que permitan incrementar la producción literaria relacionada con dichos sectores. Los galardones cuentan con el patrocinio del Colegio de Ingenieros Técnicos Agrícolas y Forestales de Cataluña, el Colegio de Veterinarios de Lleida, el Colegio de Ingenieros Agrónomos de Cataluña y CaixaBank.



Raquel Aguado cuenta con una dilatada experiencia, de más de 25 años, en el ámbito del comercio y del marketing internacional / FEDEMCO

Raquel Aguado asume la dirección de Fedemco

Internacionalización y crecimiento de la federación son los puntos clave en los que trabajará la nueva directora

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. La Federación Española del Envase de Madera y sus Componentes ha anunciado la incorporación de Raquel Aguado Muñoz a su equipo. Este fichaje responde a los objetivos más inmediatos en la estrategia de Fedemco: dar un impulso definitivo a su internacionalización. Crecer a nivel nacional e internacional, ampliando la red de contactos y mercados y el número de empresas pertenecientes a la federación, así como servicios que les aporten valor consiguiendo acrecentar la red de stakeholders a nivel público y privado.

Raquel Aguado es experta en marketing y estrategia internacional, desarrollo de mercados y relaciones con la Unión Europea. Un perfil que la convierte en un valioso activo para la federación, que espera, con ella, seguir creciendo para llegar a todas las empresas que componen el macro sector del envase de madera; e impulsar un potente clúster europeo que sitúe al sector en la agenda de Bruselas.

Licenciada en derecho, con Máster en comercio y formación en negocios internacionales, Raquel Aguado lleva más de 25 años ligada al comercio y al marketing internacional.

Trabajando tanto en el sector privado como en el público, donde ha sido directora del Área de Coordinación de la Red Exterior en el Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX), y en los últimos años Jefa del Servicio de Es-

pecialización Internacional del Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE).

ASAMBLEA Y FRUIT ATTRACTION

Fedemco dará la bienvenida oficial a Raquel Aguado en la Asamblea General extraordinaria que celebrará el próximo 28 de septiembre en Valencia.

La llegada de la nueva directora se hace efectiva a menos de un mes de Fruit Attraction 2023. La cita más importante del sector para el producto fresco es el lugar escogido para presentar a los profesionales el hito más reciente en Fedemco: la creación de ECOWOOD®. La certificación propia desarrollada por Fedemco es garantía de reciclabilidad y nace de la necesidad de facilitar la adaptación del Reglamento Europeo de Envases y Residuos de Envases (PPWR) al productor-ensavador. Con esta marca los envasadores acreditan la total reciclabilidad de los envases, el ecodiseño y la valorización energética.

El stand de Fedemco en Fruit Attraction estará ubicado en el P3B24, un espacio a disposición de las empresas asociadas donde predominará la sostenibilidad, en línea su última campaña: el envase más sostenible. El espacio expositor servirá como siempre de punto de encuentro para la reunión anual de Grow International, patronal europea que aglutina las federaciones nacionales europeas del envase de madera.

Grupo Clasol y Cooperativa San Alfonso se integran en un innovador modelo empresarial

La empresa de Burriana y la cooperativa de Betxí emprenden un proyecto de integración enfocado en la pervivencia y la expansión de la pequeña y mediana agricultura

► RAQUEL FUERTES. VALENCIA.

En un evento informativo celebrado el 12 de septiembre en la ciudad de Valencia se ha dado a conocer una nueva operación societaria que cambia los esquemas a los que se está acostumbrando el sector agrícola y más concretamente, cítricola español.

En esta ocasión Grupo Clasol y la Cooperativa San Alfonso se integran para crear un grupo hortofrutícola líder. La alianza centrará su innovador modelo de negocio en la producción de cítricos y fruta de hueso. La nueva entidad contará con cuatro centros de confección distribuidos en la zona mediterránea, 2.500 hectáreas de producción y más de 2.000 empleados. Un grupo que integra a más de 800 familias de agricultores.

El resultado de la integración es un operador del sector hortofrutícola con capital 100% valenciano integrado verticalmente de origen a destino (cultivo, procesamiento, comercialización y transporte). La estrategia comercial se orientará a cadenas de alimentación, con un presupuesto de facturación para la campaña 2023/2024 superior a 120 millones de euros y suministro a más de 30 países.

Emilio Balaguer, presidente de la Cooperativa San Alfonso, afirma “las cooperativas quedan en tierra de nadie y deberán seguir reinventándose. Esta integración permitirá afrontar los retos a los que nos enfrentamos: incrementar volúmenes de fruta propia, reconversión varietal e inversión en modernización de almacenes”.

César Claramonte, CEO de Grupo Clasol, asegura “estamos creando un modelo de negocio pionero e independiente para defender los intereses de los pequeños agricultores locales (actualmente 800 familias), así como un plan de viabilidad económico alternativo para los casos en los que no exista relevo generacional y/o cooperativas de menor tamaño. Nuestra pretensión es ser una plataforma



Emilio Balaguer, presidente de la Cooperativa San Alfonso, y César Claramonte, CEO de Grupo Clasol durante el evento informativo. / RAQUEL FUERTES

referente para la integración de un proyecto gestionado por agricultores”.

El nuevo grupo empresarial tiene previsto realizar grandes inversiones en sus centros de confección y manipulado, con cifras que podrían superar los 40 millones en 5 años, así como en sus cultivos orientados principalmente a los cambios varietales para disponer de los productos con mayor demanda en el mercado a un precio competitivo.

César Claramonte concluye “tenemos un ambicioso plan de negocio a 5 años que nos

permitirá adquirir el tamaño suficiente para suministrar a los clientes en igualdad de condiciones con los grandes grupos hortofrutícolas existentes, formados por fondos de inversión manteniendo su independencia e intereses”.

El anuncio ha sido acogido con expectación en el sector y supone una posibilidad de crecimiento para explotaciones que se veían abocadas al abandono por las bajas rentabilidades y la dificultad para competir en un mercado cada vez más complejo en el que han entrado actores ajenos al sector.

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN



Valencia Fruits y Anuario*

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

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

EMPRESA:

DE ACTIVIDAD: DNI/NIF:

CON DOMICILIO EN: CP:

CALLE: NÚMERO: TEL.:

E-MAIL:

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

BANCO/CAJA: IBAN Nº

Firma

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



La combinación de la experiencia en tecnología de 4Processes y la solución VisionAgro de Gregal generará un impacto positivo en la industria agrícola peruana. /GREGAL

Gregal impulsa la implantación de la solución VisionAgro en Perú

El acuerdo con 4Processes fortalecerá la presencia de la firma en el mercado peruano

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. Gregal ha firmado un acuerdo de distribución con 4Processes para la implantación de VisionAgro en Perú. El acuerdo permitirá fortalecer la presencia de la firma valenciana en este mercado y 4Processes llegará a un sector muy importante para la economía de Perú como el agrícola.

Gregal, como experto en la transformación digital de las empresas agroalimentarias y en la prestación de soluciones de negocio para este sector, dispone de una solución certificada por

Microsoft sobre el ERP Microsoft Dynamics 365 Business Central denominada VisionAgro, diseñada para abordar los desafíos específicos a los que se enfrenta la industria agroalimentaria en términos de digitalización y eficiencia de procesos.

4Processes está especializada en ofrecer soluciones informáticas ERP para empresas de manufactura de diferentes tipos y tamaños. Sus servicios incluyen la implementación de Microsoft Dynamics 365 Business Central, así como consultoría en políticas, procesos y procedimientos

VisionAgro aborda los desafíos específicos a los que se enfrenta la industria agroalimentaria en términos de digitalización y eficiencia de procesos

4Processes está especializada en ofrecer soluciones informáticas ERP para empresas de manufactura de diferentes tipos y tamaños

tácticos y estratégicos. Con este acuerdo, 4Processes demuestra un paso significativo en la expan-

sión de los servicios y soluciones tecnológicas para el sector agroalimentario en la región.

La colaboración entre 4Processes y Gregal representa un paso adelante en la digitalización y mejora de los procesos en el sector agroalimentario de Perú

El papel de 4Processes como consultora especializada en soluciones de tecnología en la nube sugiere que esta colaboración no sólo impulsará la expansión y distribución de VisionAgro, sino que también permitirá a las empresas agrícolas en Perú adoptar soluciones integrales que se ajusten a sus necesidades específicas. Las soluciones basadas en la nube ofrecen flexibilidad, escalabilidad y acceso a herramientas avanzadas que pueden mejorar la gestión de datos, la toma de decisiones y la eficiencia en toda la cadena de suministro agroalimentaria.

La alta demanda de implantación de VisionAgro en Latinoamérica sugiere que las empresas en la región están buscando activamente soluciones tecnológicas para mejorar sus operaciones. La asociación con 4Processes permitirá a Gregal satisfacer esta demanda creciente y brindar un soporte más sólido para la implementación y adopción exitosa de VisionAgro en la región.

La colaboración entre 4Processes y Gregal representa un paso adelante en la digitalización y mejora de los procesos en el sector agroalimentario de Perú. La combinación de la experiencia en tecnología en la nube de 4Processes y la solución VisionAgro de Gregal tiene el potencial de generar un impacto positivo en la eficiencia y la innovación dentro de la industria agrícola en la región.

El holding alemán EW Group adquiere el grupo Planasa

La empresa española de mejora de frutos rojos constituye una plataforma para la expansión estratégica de EWG

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. El holding familiar alemán EW Group ha firmado un acuerdo para adquirir el Grupo Planasa a la firma británica de capital riesgo Cinven y al family office español Label Investment.

Planasa es líder mundial en la obtención y propagación de diversas variedades de frutos rojos como arándanos, frambuesas, fresas y moras, así como de otras variedades vegetales como ajos, espárragos, y aguacates.

La empresa tiene su sede en Navarra (España) y desarrolla actividades de reproducción y multiplicación en varias localizaciones, abasteciendo a clientes de más de 25 países.

En nombre de EW Group, su director general, Dirk Wesjohann, explica: “La adquisición de Planasa es un hito para nuestro grupo familiar, ya que nos permite ampliar estratégicamente nuestras actividades de mejora genética al campo del fitomejoramiento. Nuestro

grupo llevaba años buscando una oportunidad así. Estamos convencidos de que Planasa, con sus variedades genéticas excepcionales, su equipo directivo altamente cualificado y dedicado y su presencia global, es la plataforma ideal para la expansión del Grupo EW en el campo de la mejora vegetal”.

Jan Wesjohann, también director general de EW Group, añade: “El mercado mundial de frutos rojos es uno de los segmentos de más rápido crecimiento en el sector de frutas y hortalizas. Nuestra familia está encantada de tener la oportunidad de entrar en este atractivo segmento de mercado con Planasa. Nos comprometemos a contribuir al crecimiento sostenible de la industria mundial agroalimentaria invirtiendo fuertemente en las estructuras de mejora y vivero de Planasa”.

Thilo Sauter, socio director de Cinven, comenta: “Cinven ha impulsado con éxito un fuerte

crecimiento en Planasa invirtiendo en el negocio principal, expandiéndose globalmente, aumentando significativamente la I+D y atrayendo a un equipo directivo de primera clase. Hemos trabajado con el equipo directivo para transformar Planasa de una empresa dirigida por sus fundadores a un operador global líder en agrotecnología. Estamos muy orgullosos del éxito alcanzado por Planasa. Está bien posicionada para mantener su trayectoria positiva y deseamos a la empresa éxito en su próxima etapa de crecimiento”.

Por su parte, Michael Brinkmann, CEO de Planasa, señala: “El equipo directivo de Planasa está encantado de formar parte del Grupo EW. Unirnos a un grupo familiar con una larga trayectoria en el desarrollo de empresas líderes en genética a nivel mundial a través de una fuerte inversión en investigación y desarrollo es una excelente noticia para los clientes,



Planasa es una empresa obtentora vegetal con sede en Navarra. / PLANASA

socios y empleados de Planasa. Estamos deseando trabajar estrechamente con nuestros nuevos propietarios y confiamos en que esta asociación nos permita llevar las actividades de mejora genética de Planasa a un nivel aún más alto.

También me gustaría aprovechar la oportunidad para

agradecer a nuestros actuales accionistas, Cinven y Blue Label Capital, su confianza y apoyo inquebrantables a lo largo de los años. Gracias a su respaldo financiero y a su perspectiva estratégica, Planasa ha evolucionado hasta la posición de liderazgo que ocupa en la actualidad”.



FRANCISCO GASCÓ / Director Comercial de Patatas Aguilar

“Cada vez hay que sacrificar más margen para continuar siendo competitivos”

Para Patatas Aguilar, el balance de la primera parte del ejercicio en sus diferentes líneas de negocio “es positivo”. En cuanto a su actividad en Mercovasa, son optimistas y esperan cumplir los objetivos marcados respecto a ventas en toneladas. “Otra cosa será el objetivo de beneficio, ya que ahí sí que cada vez hay que sacrificar más margen para continuar siendo competitivos en un entorno en el que la mayoría de nuestros clientes son mayoristas”, especifica Francisco Gascó, director comercial de la compañía.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo se está desarrollando este año la actividad en los mercados mayoristas en general, y en Mercovasa en particular?

Francisco Gascó. La actividad en Mercovasa, en cuanto a ventas comparadas se refiere, es bastante similar a la del primer semestre de 2022, aunque ha sido más lineal y no hemos notado picos de venta en los meses de verano como si hemos tenido en ejercicios anteriores. Los demás puntos de venta están más o menos en la misma línea.

VF. ¿Está cumpliendo Patatas Aguilar hasta el momento sus objetivos para este ejercicio en este mercado?

FG. Pensamos que sí vamos a ser capaces de conseguir llegar a los objetivos marcados para este ejercicio en cuanto a ventas en toneladas se refiere, ya que en el primer semestre hemos conseguido cumplirlo. Otra cosa será el objetivo de beneficio, ya que ahí sí que cada vez hay que sacrificar más margen para continuar siendo competitivos en un entorno en el que la mayoría de nuestros clientes son mayoristas.

VF. Según su opinión, ¿en qué líneas o aspectos deben evolucionar Mercovasa y sus operadores para garantizar el futuro de la actividad en el mercado?



Gascó analiza el desarrollo de la primera parte del ejercicio. / PATATAS AGUILAR

FG. Los mercados mayoristas en general se enfrentan a varios factores en contra y Mercovasa no es ajeno a estas circunstancias. Una de ellas es la gran cantidad de productos que llegan directamente desde origen a destino a casa de nuestros clientes apoyándose en la logística de grupaje. Esto hace años era impensable y mucha mercancía tenía que pasar por los mercados. Otro factor es el aumento de la cuota de venta de frescos por parte de la gran dis-

tribución que resta poder de venta a nuestros clientes. Y hay otros aspectos que en mayor o menor medida hacen que debamos centrar nuestros esfuerzos y nuestra visión en ser especialistas en los productos que trabajamos, ser competitivos, entender bien las necesidades de nuestros clientes y tener una logística bien organizada. Estos elementos son las claves que garantizarán la continuidad de nuestra actividad.

VF. ¿Cómo se está desarrollando hasta el momento la campaña

de patata, el producto estrella de la firma?

FG. Venimos de un año de precios récord debido principalmente al descenso de la producción en Europa por la sequía. Aunque en este momento se han moderado y estamos en una situación de una mayor oferta de producto, seguimos con precios situados en valores muy por encima de la media de los últimos años.

VF. ¿Cómo está influyendo la inflación en los hábitos de compra de los consumidores y en la demanda de un producto como la patata?

FG. No estamos siendo inmunes a un entorno inflacionista en el que la cesta de la compra, la energía, etc. están siendo motivo de preocupación para el consumidor, y aunque no hemos visto como la venta de patatas disminuía si hemos comprobado como la venta de referencias de gama media o entrada de gama ha crecido en detrimento de las premium.

VF. Patatas Aguilar lleva años apostando por la línea de patata biológica. En un contexto tan complejo, en el que el consumidor mira mucho el precio, ¿la demanda de producto ecológico se ha visto mermada?

FG. La patata ecológica es un producto de nicho y se comporta de modo diferente al resto de la categoría de patatas. Las

ventas de esta referencia se han mantenido estables, tanto en la venta en distribución organizada donde sigue una tendencia de crecimiento moderada, como el la venta para platos preparados de V gama donde si sufrimos una drástica caída de consumo durante la pandemia y que en el último año casi ha recuperado a niveles pre-pandemia.

VF. En cuanto al conjunto de la actividad de Patatas Aguilar, ¿qué balance realizan desde la compañía de esta primera parte del ejercicio?

FG. El balance es positivo. Estamos en una situación en la que vamos asumiendo el alza de costes y la situación de los precios de los productos agrícolas se han moderado, sin olvidar que venimos de un ejercicio anterior en el que el alza de costes operativos a todos los niveles, la presión de un mercado con precios récord en las materias primas, y la imposibilidad de repercutir estos incrementos a nuestros clientes, impactaron en nuestra cuenta de resultados, creciendo en ventas y disminuyendo los beneficios.

VF. ¿Qué objetivos se han marcado para lo que resta de año?

FG. Nuestros objetivos pasan cumplir los objetivos marcados para 2023 en cuanto a volúmenes y cuenta de resultados para poder seguir creciendo de forma sostenible.

VF. ¿En qué punto se encuentran las obras de ampliación de las instalaciones de Riba-Roja?

FG. Actualmente están ya finalizadas y operativas tanto la ampliación de las oficinas como de la planta de producción donde hemos ganado en capacidad productiva y de almacenaje.

VF. ¿Qué otros proyectos está desarrollando actualmente Patatas Aguilar con vistas al futuro?

FG. Actualmente estamos trabajando en la implantación de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible). Estos objetivos están centrados en la sostenibilidad y se sumarían a las diferentes certificaciones de calidad que poseemos. También nos encontramos actualmente en el diseño del plan estratégico de marketing que comenzaremos a desarrollar en breve.

¿Cómo se está comportando el consumo en el hogar de frutas y hortalizas frescas?

La demanda de los españoles continúa descendiendo

► VF. REDACCIÓN.

El consumo de frutas y hortalizas frescas en los hogares españoles sigue retrocediendo en 2023.

En concreto, y según los últimos datos publicados por el Ministerio de Agricultura, procesados por Fepex, ha caído un 4% hasta el mes de abril en relación con el mismo periodo

de 2022, situando la demanda en un volumen total de 2.175 millones de kilos. Descienden un 5% las hortalizas y un 3% las frutas.

El consumo de hortalizas en los hogares españoles en el primer cuatrimestre del año se ha situado en 756 millones de kilos, un 5% menos que en el mismo periodo de 2022. Retrocede el

tomate un 4%, totalizando su consumo en los hogares 143 millones de kilos.

El pimiento registra una caída del 8% con 58 millones de kilos; y el consumo de lechuga desciende un 3,7% con 52 millones de kilos. Sube, por el contrario, la demanda de cebolla un 6%, situándose en 93 millones de kilos. Por otra parte, el con-



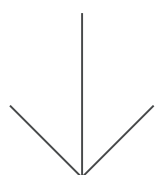
El consumo de frutas y hortalizas ha caído un 4% hasta el mes de abril. / VF

sumo de patata fresca en los hogares también se redujo un 4%, situándose en 280 millones de kilos.

Respecto a las frutas frescas, la demanda en los hogares españoles de enero a abril de 2023 se situó en 1.140 millones de kilos, un 3% menos que en los mismos meses de 2022.

Bajó el consumo de las frutas más demandadas como la naranja, con un 7,5% menos y 284 millones de kilos; la manzana, con un 2,6% menos y 148 millones de kilos; la pera, con 68 millones de kilos y un 2% menos; o la fresa, con 73 millones de kilos consumidos en los hogares, un 5% menos.

Por el contrario, el valor ha crecido en el periodo analizado un 7%, ascendiendo la facturación a 4.417 millones de euros, de los que 2.327 millones correspondieron a frutas (+6%), 1.791 millones a hortalizas (+9%) y 300 millones a patata (+12%).



Con todo el futuro
por delante.



MERCOVASA

+50  DESDE
1967

Síguenos en:



Te esperamos en nuestro STAND
Pabellón 3 / N°3D04



3-5
OCT
2023

+34 96 166 70 28

comercial@patatasaguilar.es

www.patatasaguilar.es

CENTRAL Riba-Roja de Túria

MERCOVASA El Puig

MERCAVALENCIA València

MERCADO ABASTOS CASTELLÓN Castellón de la Plana

OPINIÓN



Espectacular campaña de fruta de hueso

Por MANUEL FERRER GÓMEZ (*)

En la coyuntura actual de logística deficitaria hemos sido capaces en Sastre y Ferrer de superar todas nuestras expectativas de volumen de ventas en lo que a fruta de hueso respecta, que es nuestro grueso de negocio.

Gracias a la confianza depositada por nuestros proveedores, con los que cada vez nos consideramos más *partners* que clientes, y a su vez gracias a la fidelidad de nuestros compradores, hemos sido capaces, a pesar del exponencial crecimiento del volumen de kilos respecto la campaña anterior, de conciliar origen con consumo final sin stocks ni falta de producto, una ecuación de excelencia sostenida en el continuo cambio de variedades de todo tipo de productos y a una velocidad vertiginosa.

Todo esto nos afianza cada vez más como referente en fruta de hueso en Merco-

vasa y a su vez en la oferta mediterránea. Nuestros clientes han estado más que nunca a la altura de las circunstancias, y juntos hemos conformado una comunidad que apuesta por la comercialización de la pequeña y mediana empresa, en un modelo de proximidad que garantiza acompañarnos, más allá de los beneficios inmediatos, como una estructura de distribución sostenible y en continuo crecimiento.

Estamos muy orgullosos de poder contribuir al relevo generacional de nuestros clientes y haber podido consolidar unas sinergias de colaboración que nos permiten crecer juntos y superar una estricta relación de oferta y demanda que te hipoteca a lo más barato exclusivamente y te condena al *low cost* sin retorno para la piedra angular que es el productor.

(*) Director comercial de Sastre y Ferrer, SL

La subida de precios pone en jaque la viabilidad de las fruterías

El encarecimiento de las frutas y hortalizas y el incremento de costes han mermado la rentabilidad de las tiendas

► EFEAGRO.

Las fruterías han mantenido la clientela en lo que va de año pese al incremento de los precios en alimentos, en concreto en frutas y hortalizas, que ha provocado una disminución de sus beneficios en un año “excepcional” y les ha hecho plantearse medidas como la disminución del personal o abrir menos horas.

Desde que comenzase el año, las frutas y hortalizas han encadenado cada mes la subida de precios en su coste debido, en general, a factores climáticos como la sequía y el pedrisco, lo que ha llevado a los productores a reducir la superficie cultivada y, con ello, el incremento en su precio. Por ejemplo, sólo en marzo, el precio de las legumbres y las hortalizas frescas subió un 27,8% en comparación con el mismo periodo del año anterior; y un 5,7% con respecto al mes pasado.

Además, otros productos como la cebolla han visto multiplicarse durante este semestre su precio hasta por seis, al pasar de 0,2 euros en el mercado de origen en marzo del pasado año, a los 1,3 en la misma fecha de este curso.

El melón y la sandía también han sufrido picos en sus precios en los meses de junio y julio, debido a la subida de la demanda de estos productos en los supermercados provocada por las altas temperaturas y, a su vez, al descenso de la producción por el calor y la sequía.



Las fruterías van perdiendo cuota de mercado en la competencia con los supermercados. / ÓSCAR ORZANCO

Una de las sensaciones que más se respira en las fruterías entrevistadas por la agencia Efeagro es la incredulidad ante el curso que han pasado estos establecimientos, con elevados precios en los productos y un incremento en los insumos.

En Córdoba, Jesús Gallego lleva 23 años trabajando su frutería La Masía y, de todos estos años, reconoce que en los últimos cuatro meses han sufrido una “debacle” con un beneficio “muy pequeño”.

A pesar de que descarta cerrar el negocio, sí reconoce que, al calcular las horas que destina a la frutería, obtiene que no es un trabajo rentable.

En otro punto del país, Richard Peñalver, de la frutería Tu fresco (Valencia), mantienen la clientela a pesar de que “nunca

antes” había visto esta subida de precios en las frutas y hortalizas.

Con el negocio en funcionamiento desde hace 10 años, Peñalver explica que la clientela que tienen es gente que busca comprar el producto de la propia frutería o pescadería por su calidad, aunque advierte de que, poco a poco, hay una parte que opta por los supermercados.

En Madrid, José Cárdbas ostenta la frutería Vitamina, donde trabaja desde hace 34 años, desde la que asegura que se ha planteado reducir el personal para reducir gastos, por lo que pasarían de ser cuatro a tres trabajadores. A raíz del incremento de precios y del encarecimiento de otros productos como la luz, el responsable de esta frutería también baraja la idea de cerrar el establecimiento al mediodía y, con ello, disminuir más los gastos.

Todos, en diferentes puntos del país, coinciden en señalar este curso como unos meses excepcionales en los que el incremento de precios ha puesto en jaque la viabilidad de sus fruterías y ha complicado la competencia con las grandes superficies.

■ SUPERMERCADOS

Precisamente en la competencia con los supermercados reside una de las quejas que expone el responsable de la frutería cordobesa, Jesús Gallego, pues sostiene que la cuota de fresco “cada vez se está desplazando más” hacia las grandes superficies.

Según fuentes de la distribución, son las pequeñas tiendas especializadas como las fruterías las que están perdiendo esta cuota de mercado.

Gallego explica que “hace cinco o seis años” era este tipo de comercios los que más cuota de mercado tenían, algo que ha ido disminuyendo aunque con un pequeño repunte en la pandemia debido al “factor compra-confianza”, pero que, pasado este periodo se ha perdido.

A su juicio, la situación que vive el sector es “preocupante”, además, puede repercutir directamente en el ámbito social, con la pérdida del comercio de proximidad que es el que “da vida a las calles”.



Sastre & Ferrer

DESDE 1903



Sastre y Ferrer, S.L.

Pol. Ind. Mercovasa - Ptos 8-9-22-25-38A - 46540 El Puig (Valencia) - Tel: 96 147 21 67 - 96 147 23 03

Departamento Comercial: Manuel Ferrer Gómez - 607 401 073 - manuel@sastreiferrer.com

Departamento Administración: Amparo Sastre Albiach - 649 174 314 - amparo@sastreiferrer.com

Correo electrónico: administracion@sastreiferrer.com

Piensa
en Ti



Camí de la Mar, s/n. 46540 EL PUIG DE SANTA MARÍA - VALENCIA - Tel.: 961 472 529
www.mercovasa.com - infor@mercovasa.com

ÁREA COMERCIAL

90.000 m² - 87 Puestos de venta
15 km al norte de Valencia

1-53 CHAMPIÑONES Y SETAS GIMENEZ, S.L. 961472460

2-38A FRUTAS HNOS RIBELLES, S.L. 961472085

3 FRUVESA FRUITS SLU 689861522

4-5-42-84 CANSAFRESC, S.L. 961470076

6-61-74 SALVADOR DEL CERRO, S.L. 961472651

7 FRUTAS FORNELL, S.L. 961472108

8-9-22-25 SASTRE Y FERRER, S.L. 961472167/961472303

10 ESTIMA FRUITA S.L. 961472353/650385187

11-12-29 ALGITAMA, S.A. 961472682

13 BLASGOFRUIT, S.L. 961472517

14 AGUSTIN FENOLLOSA, S.L. 961472262

15 MATIAS ROIG PELLICER 961472500

16 VALNORTE LOGISTIC, S.L.U. 961479595

17 ZABALA GALINDO, S.L. 961472450

18-19 DAD PROPIEDADES S.L. 647782900

20-21 FRUTAS ARIAS Y CASTELL, S.L. 961472687

23-24 MARTI ALBIACH, S.L. 961472213

26A TIRA DE CONTAR 658586427

26B FRUTAS PIÑANA, S.L. 964475156

27-28-41 FRUTAS CHULVI, S.L. 654092443

30 AGUILAR MERCADOS S.L. 961472171

31 FRUTOS SECOS GLOMAR, S.R.L. 961472908

32-33-35 FRUTAS FEGRAN, S.L. 961471140/961471341

34 CHAMPIÑONES Y SETAS RAFAEL GOMEZ 606931328

36 GILANFRUT, S.L. 961472336

37 FRESHNATUR PATATAS, S.L. 609649324

388 FRUTAS JOSE LLUCH DEVIS, S.L. 961472623

39-40 PLATANOS VARA GRIMALDOS, S.A. 961472611

43A PATATAS ROSELLO, C.B. 629115482

43B CHAMPIPUIG, S.L. 961479866

44 PEIPEL FRUITS S.L. 639714130

45 PRODUC. AGRICOLAS HNOS GARCIA, S.L. 961472679

46 FRUTAS JAVIER ROIG E HIJOS, S.L. 961472568

47 GOZOA FRUTAS, S.L. 961479359/686482300

48 JOSE ARMERO CERVERA 961470663

49 JOSE CALATAYUD MAHIQUES 961472678

50-65 DEL CERRO SEGURA, S.L. 961479943

51-52-60 FRUANLLU, S.L. 961479205/686040939

54 FRUTAS INMAR, S.L. 961472469

55 ARACELI MARTI FERNANDEZ 630525858

57-58-59 FRUTAS Cerdan S.A. 961472211/961472212

62-63 TRANSPORTES RUIZ GIMENO, S.L. 961472606

64 VERDURAS SANVI S.L. 964460210

66-67-82-83 MIÑANA SANGERMAN, S.A. 961472313

68 MERCADO KLV 2014, S.L. 625961473

69-70 FRUTAS LUIS GIL HNOS, S.L. 961472693

71 FRUTAS FOIX, S.L. 964471748

72-73 CIELO E CAMPO 622438203

75-76-77 GUERRERO MERCOVASA, S.L. 961472412

78-80-81 SERV. HORT. DE LEVANTE, S.L. 961472619

79 TAKE TOMATO, S.C. 663817251-663821229

85-86-87 FRUVAL R.G.S.L. 961472052

HORARIO COMERCIAL DIURNO
Lunes de 4.00 h. a 7.00 h.
de 11.30 h. a 16.30 h.
M a V de 11.30 h. a 16.30 h.

BUSINESS HOURS:
Monday from 4h to 7h
and 11.30h to 16.30h.
Tuesday to Friday from
11.30h to 16.30h.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 4 al 10 de septiembre de 2023, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	1,50
Cereza Burlat.....	6,75
Ciruela Golden Japan y Songold.....	1,60
Reina Claudia.....	2,00
Red Beauty.....	1,60
Otras Familia Black.....	1,50
Frambuesa Otoño.....	12,40
Granada Mollar de Elche.....	1,43
Higo Chumbo.....	2,00
Verdal.....	2,59
Otras Variedades.....	3,25
Kiwi Pulpa Verde.....	4,30
Kiwigold.....	4,63
Lima Persian.....	3,00
Limón Verna.....	0,97
Fino o Primafiori.....	0,90
Rodrejo.....	1,20
Mango Tommy Atkins.....	1,85
Manzana Granny Smith.....	1,60
Golden.....	1,50
Fuji.....	2,20
Starking o Similares.....	1,50
Royal Gala.....	1,60
Melocotón Baby Gold.....	2,25
Merryl y Elegant Lady.....	2,50
Otras Variedades.....	2,70
Melón Piel de Sapo.....	0,70
Naranja Valencia Late.....	1,50
Nectarina Carne Blanca.....	1,60
Carne Amarilla.....	0,50
Nuez.....	5,50
Paraguay Ufo 4.....	1,60
Pera Agua Conferencia.....	1,60
Ercolini / Morettini.....	1,60
Piña Golden Sweet.....	1,90
Pitahaya Otras Variedades.....	6,00
Plátano De Canarias 1ª.....	0,94
Sandía Con Semillas.....	0,55
Sin Semillas.....	0,65
Uva Blanca Otras Variedades.....	1,74
Italia o Ideal.....	1,94
Red Globe.....	1,91
Victoria.....	1,78
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas.....	0,70
Hojas Rizadas Lyon.....	0,60
Ajo Morado.....	2,00
Tierno o Ajete.....	3,00
Alcachofa Blanca Tudela.....	6,75
Apio Verde.....	0,70
Berenjena Morada.....	0,62
Otras Variedades.....	2,57
Boniato o Batata.....	1,57
Broculi o Brócoli o Brecol.....	2,00
Calabacín Verde.....	1,31
Calabaza De Verano.....	0,70
De Invierno.....	0,90
Cardo.....	1,00
Cebolla Tierna.....	3,00
Blanca Dulce.....	1,50
Grano de Oro.....	0,78
Morada.....	1,00
Recas y Similares.....	0,75
Francesa o Echalote.....	0,83
Chirivía.....	1,00
Col de Hojas Lisas.....	0,60
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,70
Repollo de Hojas Rizadas.....	0,90
Coliflor.....	2,00
Endivia.....	2,36
Espárrago Verde Triguero.....	4,05
Espinaca.....	0,90
Judía Verde Fina.....	6,75
Lechuga Cogollo.....	2,40
Hoja de Roble.....	0,90
Iceberg.....	1,20
Romana.....	0,55
Lollo Rosso.....	0,75
Nabo.....	1,00
Pepino Corto o tipo Español.....	1,71

Perejil.....	0,70
Pimiento.....	
Rojo Lamuyo.....	4,35
Verde Italiano.....	0,90
Otras Variedades.....	0,90
Verde Padrón.....	3,00
Puerro.....	1,00
Rábano y Rabanilla.....	1,20
Remolacha Común o Roja.....	1,65
Resto de Hortalizas.....	0,70
Seta Champiñón.....	2,40
Gircola o Chopo.....	5,20
Tomate Daniela / Long Life / Royesta.....	1,15
Asurcado Verde Raf.....	2,00
Liso Rojo Rama.....	1,25
Muchamiel.....	3,50
Cherry.....	3,58
Zanahoria Nantesa.....	0,70
PATATAS	Euros/kg
Blanca Agria (Confecç).....	1,01
Blanca Monalisa (Granel).....	0,76
Blanca Spunta (Granel).....	1,00
Blanca Ágata (Confecç).....	0,75
Blanca Claustar o Primor (Confecç).....	2,58
Roja Otras Variedades (Confecç).....	0,60
Roja Otras Variedades (Granel).....	2,10

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 14 de septiembre de 2023, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	1,50
Aguacate.....	2,40
Almendra.....	7,00
Pomelo.....	1,20
Avellana.....	6,50
Kaki.....	2,00
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	3,50
Cerezas.....	5,00
Cocos.....	1,10
Membrillo.....	1,00
Dátiles.....	3,40
Feijoa.....	8,00
Higo.....	1,20
Higos Chumbos.....	4,00
Frambuesa.....	1,00
Grosellas.....	10,00
Kiwis.....	4,00
Lichis.....	12,50
Lima.....	2,50
Limón.....	1,05
Fresa.....	4,50
Fresón.....	5,00
Granada.....	1,90
Mandarina Clementina.....	1,50
Satsuma.....	1,00
Otras.....	2,00
Mangos.....	2,20
Maracuyá.....	8,00
Melón Galia.....	0,70
Amarillo.....	0,60
Piel de Sapo.....	0,60
Otros.....	2,30
Moras.....	16,50
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca.....	0,80
Amarilla.....	0,90
Níspero.....	3,50
Nueces.....	2,00
Olivas.....	1,80
Papayas.....	2,50
Pera Blanquilla.....	1,05
Verano.....	1,20
Invierno.....	1,50
Temprana.....	1,10
Piña.....	1,60
Pitahaya.....	6,00
Plátanos Canario.....	0,60
Importación.....	0,70
Manzana Bicolor.....	1,15
Amarilla.....	1,30
Verde.....	1,80
Roja.....	1,90
Otras.....	1,35

Melocotón Amarillo.....	2,00
Rojo Pulpa Blanca.....	1,10
Rojo Pulpa Amarilla.....	1,15
Ciruela.....	1,00
Uva Blanca.....	1,00
Negra.....	1,00
Rambután.....	12,50
Sandía con semilla.....	0,35
Sin semilla.....	0,50
Naranja.....	1,40
Chirimoya.....	3,00
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	1,20
Redonda.....	1,00
Ajo Seco.....	3,20
Tierno.....	0,70
Apio.....	0,95
Acelgas.....	0,75
Batata.....	1,40
Borrajá.....	1,00
Bróculi.....	2,30
Brécol.....	2,50
Calçots.....	0,11
Calabaza.....	1,10
Calabacín.....	1,10
Cardo.....	1,10
Alcachofa.....	3,00
Cebolla Seca.....	0,70
Figuera.....	1,30
Tierna.....	0,85
Pepino.....	1,80
Col Repollo.....	1,95
Bruselas.....	1,60
Lombarda.....	0,60
China.....	0,70
Coliflor.....	2,40
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,80
Larga.....	0,70
Otras.....	0,70
Endivia.....	1,05
Escarola.....	0,70
Espárragos Blancos.....	12,00
Verdes.....	10,50
Espinaca.....	0,55
Haba.....	1,00
Hinojo.....	1,00
Perejil.....	0,40
Judía Bobi.....	5,00
Perona.....	4,00
Fina.....	1,50
Otras.....	3,50
Nabo.....	0,80
Zanahoria.....	0,60
Patata Blanca.....	0,60
Temprana.....	0,60
Roja.....	0,60
Pimiento Lamuyo.....	1,30
Verde.....	1,00
Rojo.....	1,80
Guisante.....	2,40
Puerro.....	1,15
Rábano.....	0,50
Remolacha.....	0,75
Tomate Maduro.....	0,95
Verde.....	1,10
Chirivía.....	1,00
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola.....	6,50
Rovellón-Niscalo.....	8,00
Champiñón.....	2,10
Otras Setas.....	10,00
Maíz.....	0,95
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 12 al 15 de septiembre de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Ciruelas.....	2,00
Higos.....	3,50

Limones.....	1,30
Manzana Golden.....	1,10-1,15
Melocotones Duros.....	2,00
Melón Piel de Sapo.....	0,85-0,75
Pera Blanquilla.....	1,50
Sandías.....	0,75
Uva Moscatel.....	1,60-1,70
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga.....	0,50
Berenjenas.....	2,00
Cebolla.....	0,72
Judías Verdes Perona.....	7,00-6,25
Patatas Calidad.....	0,43-48
Pepinos.....	2,00
Pimientos Verdes.....	2,00
Tomate Maduro.....	0,85
Tomate Verde.....	2,50-2,40
Zanahorias.....	0,75

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 4 al 10 de septiembre de 2023. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	3,05
Almendra.....	8,90
Castaña.....	4,30
Cereza / Picota.....	8,00
Ciruela.....	1,29
Chirimoya.....	1,95
Dátil.....	3,67
Granada.....	2,24
Higo Fresco.....	3,74
Kiwi / Zespri.....	3,71
Limón.....	1,24
Mandarina Clementina / Fortuna / Nadorcott.....	1,31
Mango.....	3,24
Manzanas O.V.....	2,75
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,56
Royal Gala / Cardinale.....	1,44
Starking / Red Chief / Glostes / Galaxia.....	2,08
Granny Smith.....	2,06
Pink Lady.....	2,60
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	2,09
Melocotón / Baby Gool.....	2,19
Melón / Galia / Coca.....	0,62
Naranja Navel.....	1,62
Late / Miaknight.....	1,70
Navel Late / Nanelate / Lanelate.....	1,58
Nectarina.....	1,46
Nuez.....	4,20
Papaya.....	4,30
Paraguay.....	1,59
Pera Conferencia / Decana.....	1,74
Ercolini / Etrusca.....	1,52
Limonera.....	1,37
Blanquilla o Agua.....	1,80
Piña.....	1,52
Plátano.....	1,03
Banana.....	0,86
Pomelo / Rubi Start.....	1,15
Sandía.....	0,47
Uva.....	2,53
Otros Frutos Secos.....	12,57
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	1,03
Ajo Seco.....	3,09
Alcachofa.....	2,75
Apio.....	1,26
Berenjena.....	1,61
Boniato / Batata.....	1,16
Bróculi / Brecol.....	2,96
Calabacín.....	1,40
Calabaza / Marrueco.....	0,87
Cebolla / Chalota.....	0,95
Cebolleta.....	1,08
Champiñón.....	2,60
Col Repollo.....	0,98
Coliflor / Romanescu.....	1,57
Escarola.....	3,20
Espárrago Verde.....	6,18
Espinaca.....	1,90
Judía Fina.....	6,50
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	3,36
Lechuga O.V.....	0,75

Cogollo.....	2,26
Iceberg.....	1,13
Maíz.....	2,40
Nabo.....	0,98
Pepino.....	1,63
Perejil.....	1,48
Pimiento Verde.....	1,40
Rojo (Asar).....	2,49
Puerro.....	1,57
Rábano / Rabanilla.....	2,07
Remolacha.....	2,20
Seta.....	4,74
Tomate O.V.....	1,48
Cherry.....	5,10
Daniela.....	1,25
Zanahoria.....	0,99
Hierbabuena.....	1,63
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana.....	0,75

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 11 al 15 de septiembre de 2023, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	4,95
Aguacate Fuerte.....	7,45
Otras Variedades.....	5,45
Albaricoque Moniqui.....	1,95
Otras Variedades.....	2,45
Carambola.....	2,20
Chirimoya Otras Variedades.....	4,20
Ciruela Otras Familia Black.....	1,46
Golden Japan y Songold.....	1,69
Reina Claudia.....	1,65
Santa Rosa.....	3,45
Coco Otras Variedades.....	1,15
Dátil Deglet Nou.....	4,45
Fresón Otras Variedades.....	9,95
Granada Otras Variedades.....	4,45
Guayaba Otras Variedades.....	2,70
Higo Chumbo.....	1,82
Verdal.....	3,13
Seco.....	3,45
Kiwi Kiwigold.....	5,95
Pulpa Verde.....	4,20
Limón Fino o Primafiori.....	1,15
Otras Variedades.....	1,15
Verna.....	1,15
Litchi.....	4,45
Mandarina Clemenlate.....	2,35
Clemenvilla o Nova.....	2,20
Clemenule.....	2,35
Manga Kent.....	2,21
Mango Tommy Atkins.....	1,45
Manzanas Fuji.....	2,20
Golden.....	2,17
Royal Gala.....	1,80
Granny Smith.....	1,75
Otras Variedades.....	1,60
Reineta.....	2,07
Starking o Similares.....	1,65
Melocotón Merryl y Elegant Lady.....	1,69
Baby Gold.....	2,45
Otras Variedades.....	1,60
Melón Piel de Sapo.....	1,39
Amarillo.....	1,25
Galia.....	2,45
Futuro.....	1,15
Otras Variedades.....	1,35
Membrillo Común.....	1,75
Naranja Valencia Late.....	2,25
Navel Late.....	2,25
Lane Late.....	2,25
Navel.....	2,25
Navelina.....	2,25
Otras Variedades.....	2,25
Nectarina Carne Blanca.....	1,90
Carne Amarilla.....	1,90
Nuez.....	4,15
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	3,26
Papayón (2-3 kg/ud).....	2,92
Paraguay Otras Variedades.....	1,75
Pera Conferencia.....	2,05
Limonera.....	1,78
Otras Variedades.....	1,68
Agua o Blanquilla.....	3,45

MERCADOS NACIONALES

Ercolini / Morettini	1,85
Piña Golden Sweet	4,83
Plátanos Canarias Primera	0,85
Canarias Segunda.....	0,80
Canarias Extra.....	1,15
Pomelo Rojo	1,90
Amarillo	1,90
Sandía Sin Semilla.....	1,00
Con Semilla	1,00
Uva Blanca Otras Variedades.....	1,97
Negra Otras Variedades.....	2,85
Red Globe Roja.....	2,10
Resto de frutas	1,30

HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	2,75
Ajo Blanco	3,25
Morado.....	2,75
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada	2,17
Berros.....	1,95
Boniato o Batata.....	2,45
Brócoli, Brocol o Brócoli	3,34
Calabacín Blanco	2,43
Verde	0,55
Calabaza De Verano.....	0,84
De Invierno	0,77
Cebolla Grano Oro o Valenciana	1,05
Morada.....	1,15
Recas o Similares	0,85
Tierna	0,95
Col China o Pekinensis.....	1,75
Lombarda o Repollo Rojo.....	2,47
Repollo Hojas Rizadas.....	2,33
Coliflor	2,79
Endivia.....	0,95
Escarola Rizada o Frisée.....	2,05
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Espinacas.....	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja.....	2,50
Haba Verde o Habichuela.....	1,35
Hinojo.....	2,45
Judía Verde Boby	8,11
Verde Otras Variedades	5,84
Verde Elda	5,95
Laurel	9,50
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,71
Maíz o Millo	0,75
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o Tipo Holandés.....	1,53
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	2,65
Rojo Lamuyo	2,49
Verde Italiano	2,11
Verde Padrón	5,64
Otras Variedades	2,44
Puerro.....	1,95
Rábano y Rabanilla	0,65
Remolacha Común o Roja.....	1,30
Seta Champiñón	2,45
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,75

Liso Rojo Daniela/	
Long Life/Royesta.....	2,51
Liso Rojo Canario.....	0,85
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	2,01
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.....	3,25
Blanca Spunta.....	3,25
Otras Variedades.....	3,45
Roja Otras Variedades	3,25

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 12 al 15 de septiembre de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Ciruelas	2,03
Higos.....	3,13
Limones.....	1,18
Manzana Golden	1,50
Roja	1,41
Melocotones Duros.....	1,55
Melón Piel de Sapo.....	0,85
Pera Blanquilla.....	1,50
Sandías.....	0,33
Uva Moscatel.....	1,39
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga	0,75
Calabacines	0,60

Cebolla.....	0,62
Judías Verdes Perona	5,03
Patatas Calidad.....	0,66
Pepinos.....	1,74
Pimientos Verdes.....	1,88
Tomate Verde.....	1,32
Zanahorias.....	0,92

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 12 al 15 de septiembre de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Ciruelas	1,62-1,56
Higos.....	3,00-4,00
Limones.....	1,40-1,25
Manzana Golden	1,00-0,80
Roja.....	0,80-0,70
Melocotones Duros.....	1,00
Melón Piel de Sapo.....	0,70-0,90
Pera Blanquilla.....	1,50
Sandías.....	0,50-0,60
Uva Moscatel.....	1,40-1,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga.....	0,60
Berenjenas.....	1,80-1,50
Cebolla.....	0,70-0,60
Judías Verdes Perona	6,50-6,00
Patatas Calidad.....	0,60
Pepinos.....	1,90-1,50
Pimientos Verdes.....	1,80-1,60
Tomate Maduro	1,00
Verde.....	1,20-1,50
Zanahorias.....	0,75

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 12 al 15 de septiembre de 2023, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Ciruelas	0,80
Higos.....	3,00-4,00
Limones.....	1,40-1,25
Manzana Golden	1,00-0,80
Roja.....	0,80-0,70
Melocotones Duros.....	1,00
Melón Piel de Sapo.....	0,70-0,90
Pera Blanquilla.....	1,50
Sandías.....	0,50-0,60
Uva Moscatel.....	1,40-1,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga.....	0,60
Berenjenas.....	1,80-1,50
Cebolla	0,70-0,60
Judía Verde	6,50-6,00
Patatas Calidad.....	0,60
Pepinos.....	1,90-1,50
Pimientos Verdes.....	1,80-1,60
Tomate Maduro	1,00
Verde.....	1,20
Zanahorias.....	0,75

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 7 de septiembre de 2023, comercializados en el Mercado Mayorista de Frutas y Verduras, Mercovasa. *(Últimos precios recibidos).*

FRUTAS	Euros/kg
Melocotón	1,05
Nectarina.....	1,25
Limón	0,60
Manzana Golden	0,80
HORTALIZAS	Euros/kg
Guindilla	0,75
Pimiento Verde Italiano.....	1,90
Pimiento Padrón	0,75
Boniato Rojo.....	1,60
OTROS	Euros/kg
Almendra.....	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California.....	1,40

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 14 de septiembre de 2023. Información de EFEGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa	
Rama campo 1ª	297,00
Rama campo 2ª	247,00
AVENA	
Avena	
Blanca	270,00
Rubia.....	280,00

CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso –62 kg/hl.....	217,00
Pienso +62 kg/hl	222,00
CENTENO	
Centeno.....	227,00
GIRASOL	
Pipa	
Alto Oléico.....	S/C
Pipa de Girasol	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero.....	253,00
PAJA	
Paja Empacada	S/C
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté= 13%	380,00
Duro Proté= 12%	370,00
Extensible Chamorro.....	339,00
Forrajero	235,00
Gran Fuerza w 300	321,00
Media Fuerza w –300	296,00
Panificable	259,00
Triticales	232,00
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 12 de septiembre de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	408,00
Grupo 2	400,00
Grupo 3	393,00
Grupo 4. A.....	378,00
Grupo 4. B	363,00
Grupo 4. C.....	343,00
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	273,00
Grupo 4	233,00
Grupo 5.....	233,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale.....	223,00
Cebada.....	218,00
Avena	S/C
Maíz	S/C
Sorgo.....	S/C
Habas	S/O
Guisantes	S/O
Girasol Alto Oleico	440,00
Girasol	440,00
Colza	S/O

Nota: Las calidades que no se ajusten a los tipos cotizados tendrán depreciación según mercado.

Próxima sesión 26 de septiembre de 2023.

Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 5 de septiembre de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

ALMENDRAS	Euros/Tm
Floración Tardía	
Monovarietal	2,95*
Soleta	2,95*
Belona	2,95*
Guara	2,95*
Antoñeta	2,95*
Constantí.....	2,95*
Comuna Tradicional	2,95*
Ecológica	2,95*
<i>Nota: * Se cotiza CALIDAD PROPIETARIO consideranto calibre 20/60/20. Próxima sesión 19 de septiembre de 2023.</i>	

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 12 de septiembre 2023. Información facilitada por EFEGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa.....	310,00
CEBADA	
Importación	226,00
Nacional P.E. (62-64)	234,00
CENTENO	
Centeno.....	S/C
COLZA	
Importación 34/36%	350,00
GARROFA	
Harina	300,00
Troceada	310,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	278,00
GIRASOL	

Importación 34%.....	348,00
Semillas de Girasol.....	415,00
Importación 28/3	258,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación.....	313,00
Importación	243,00
Importación CE	253,00
MIJO	
Importación	650,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%.....	497,00
Harina	
Soja Nacional 47%	500,00
Aceite Crudo de Soja	1.028,00
Salvados de Soja.....	226,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	215,00
Forrajero	246,00
Panificable, mín. 11	256,00
Triticales	S/C
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
ALMENDRAS	
Común 14 mm.....	5.900,00
Largueta 12/13 mm	5.900,00
Largueta 13/14 mm	7.650,00
Marcona 14/16 mm.....	11.000,00
Marcona 16 mm.....	11.600,00
AVELLANA	
Negreta en grano.....	7.300,00
PIÑÓN	
Castilla	44.000,00
Cataluña.....	43.500,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
GUISANTE	
Forrajero	295,00
Forrajero	
Importación	305,00
ACEITE	
Palmiste	
Importación	235,00
Crudo	
de Palma.....	932,00

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 13 de septiembre de 2023, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	237,00
Cebada.....	217,00
Triticale.....	227,00
Centeno.....	215,00
Avena	281,00
Maíz	235,00
Colza	S/C
FORRAJES	Euros/Kg
Alfafa --	
Paquete Rama	340,00
Paquete Deshidratado	400,00
Paja 1ª (Cebada).....	135,00
Veza	
Forraje de 1º	370,00
Forraje	300,00

Los mercados internacionales siguen marcando una debilidad en el precio de los cereales que se traslada al mercado nacional, los operadores ralentizan las compras a la espera de nuevas oportunidades puesto que los consumos ganaderos están a la baja y no tienen prisa en cerrar operaciones. El informe USDA publicado ayer elevó la producción de maíz la presente campaña e igualmente los stocks finales. En cuanto al trigo rebajo la previsión de cosecha mundial de 793 millones de toneladas de agosto a 787 millones de toneladas en septiembre, y los stocks finales de 265 millones de toneladas a 258 millones de toneladas, esta rebaja tuvo poca repercusión en los precios puesto que el trigo es muy dependiente de las exportaciones rusas y a fecha de hoy sigue siendo muy competitivas. En cuanto al girasol la lonja de León incorporará su cotización tan pronto haya una referencia clara en los precios, puesto que las lluvias caídas estos días han paralizado la cosecha, hay que tener en cuenta también que las siembras de la presente campaña fueron atípicas, alargándose mucho en el tiempo y por tanto en este momento el cultivo presenta diferentes fases o estados y la cosecha se prevé que también se alargue. Respecto a la colza hoy ha dejado de cotizar hasta la próxima campaña al no registrarse ya operaciones de compraventa.

Lonja de Murcia

Información de los precios de las almen-dras, del 14 de septiembre de 2023. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del par-tidor, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/kg
Comuna.....	2,79
Largueta	4,12
Marcona	5,49
Ferragnes.....	3,13
Garrigues.....	3,60
Guara	2,92
Ramillete	3,60
Ecológica	5,23

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 4 de septiembre de 2023. Información facilitada por EFEGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALMENDRA	
Guara	2,75
Comuna Ecológica.....	4,80
Pelona	1,70
Belona	2,75
Constantí	2,80
Vairo.....	2,80
Lauranne	2,75
Común	2,60
Largueta	S/C
Marcona	S/C
PIÑÓN	
Alameda	44,00
Castilla	44,00
AVELLANA	Euros/Libra
San Giovanni	1,67
Tonda	1,80
Negreta D.O.P.....	2,10
Corriente	1,80
Negreta	2,05

Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Sala-manca del día 11 de septiembre de 2023. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Blando	253,00
Cebada	
P. E. (+64).....	238,00
Avena	302,00
Centeno.....	236,00
Tricale	245,00
Maíz, (14º).....	258,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Guisantes	S/C
Garbanzo	
Pedrosillano	900,00
Lenteja	
Arnuña	S/C
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol (Alto Oleico).....	S/C
Colza	S/C
FORRAJES	Euros/Tm
Forrajes (Avena).....	S/C
Forraje	
de Primera	S/C
Alfafa	
Empacada.....	365,00
Veza (Henificada)	S/C
Paja Paquete Pequeño	S/C
Paja Paquete Grande	142,00

Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados hoy en la Lonja de Segovia del día 14 de sep-tiembre de 2023. Información facilitada por EFEGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALFAFA	
Alfafa	
Empacada.....	255,00
AVENA	
Avena	280,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	223,00
CENTENO	
Centeno.....	223,00
COLZA.....	
Colza.....	390,00
GIRASOL	
Girasol.....	390,00
PAJA	
Paja Empacada	125,00

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 36, del 4 al 10 de septiembre de 2023, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona	Navelina	0,21-0,30	L. Valencia	Negra	1,25	Castellón
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>			Washington Navel	0,24-0,26	Castellón	Negra	0,66-1,10	Valencia
SATSUMAS			Washington Navel	0,26-0,30	L. Valencia	Boniato		
			BLANCAS			Rojo	0,75-0,86	Alicante
Clauselina / Okitsu			Salustiana	0,28-0,31	Alicante	Calabacín	0,69-0,73	Alicante
Clauselina / Okitsu			Salustiana	0,23-0,27	L. Valencia	Calabacín	0,38-0,80	Castellón
Iwasaki			LIMÓN VERNA			Calabacín	0,70-0,88	Valencia
CLEMENTINAS			Limón Verna Rodrejo	0,25-0,30	Alicante	Blanco	1,00-1,28	Castellón
Arrufatina			FRUTAS (semana 16)	Euros/Kg	Zona	Calabaza		
Arrufatina			<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>					
Clemenrubí			Kaki R. Brillante	0,35-0,50	Valencia	Tipo Cacahuete	0,31-0,43	Alicante
Clemenrubí			Manzana Gala	1,40	Alicante	Tipo Cacahuete	0,45-0,85	Castellón
Clemenules			Melón			Col		
Clemenules			Piel de Sapo	0,85	Castellón	Repollo Hoja Lisa	0,35	Alicante
Clemenules			Sandía Con Pepitas	0,25	Castellón	Lechuga		
Clemenules			Sin Pepitas	0,40-0,48	Castellón	Romana	0,35-0,43	Castellón
Marisol			Uva de Mesa D. Maria	0,65-0,70	Alicante	Trocahero	0,63	Castellón
Marisol			Uva de Mesa M. Romano	0,55-0,60	Alicante	Maravilla	0,51	Castellón
Marisol			Uva de Mesa Red Globe	0,60-0,70	Alicante	Patata		
Oronules			HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona	Blanca	0,36-0,37	Alicante
Oronules			<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>					
Oronules			Apio			Pepino		
Oronules			Verde	0,55	Alicante	Blanco	1,38-1,72	Alicante
NAVEL			Berenjena			Blanco	1,62-2,25	Castellón
Navelina			Rayada	0,69-0,93	Alicante	Pimiento		
Navelina			Rayada	1,06-1,40	Castellón	Dulce Italia	0,43-0,85	Alicante
Navelina			Rayada	0,62-1,32	Valencia	Dulce Italia	0,80-1,40	Castellón
						Lamuyo Rojo	2,00	Castellón
						Lamuyo Verde	1,70	Castellón

Tomate		
Valenciano	2,04-3,00	Castellón
Acostillado	1,59-2,64	Alicante
Pera	0,60-1,00	Castellón
Muchamiel	2,58	Alicante
Redondo Liso	0,52-1,03	Alicante
Redondo Liso	0,51-1,70	Castellón
Zanahoria	0,22	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotiza- ción más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	2,66-2,80	Alicante
Comuna	2,60-2,65	Castellón
Marcona	4,90-5,00	Alicante
Marcona	4,75	Castellón
Planeta	2,66-2,80	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
ACEITE		
Oliva Lampante >2º	6,00-8,30	Castellón
Oliva Virgen 0,8º-2º	8,50-8,70	Castellón
Oliva Virgen Extra	9,00	Castellón
Garrofa Entera	0,40-0,43	Castellón
MIEL		
De Azahar	3,90	Castellón
De Milflores	2,80-3,20	Castellón
De Romero	4,00-4,50	Castellón

TRIGO
Trigo Nacional.....243,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 12 de septiembre de 2023. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3.....	275,00
Grupo 4.....	S/O
Grupo 5	240,00
Pienso	
Importación	240,00
TRIGO DURO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3.....	ANEXO
Grupo 4.....	ANEXO
Triticale Nacional	235,00
Importación	235,00
Avena	
Importación	S/O
Nacional	S/O
Cebada,	
Igual y más de 64	225,00
Menos de 64	223,00
Importación Origen Puerto	225,00
Maíz	
Importación origen Puerto.....	255,00
Nacional	S/O
Habas	
Nacional	S/O
Importación	375,00
Guisantes	
Nacional	S/O
Importación	292,00
Girasol	
Alto oleico +80%	450,00
Convencional	440,00
Colza	S/O
NOTA: Ante la diversidad de calidades en esta campaña, los precios que cotiza esta lonja pueden estar sujetos a correccioens particulares de cada partida, como granos asurados, índice de caída, GMF, etc...	
Próxima sesión el 19 de septiembre de 2023.	

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales refe-rida al día 14 de septiembre de 2023. Pre-cios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Ce-reales-FEGA (Campaña 2022-2023).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz	
Secadero.....	269,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	238,00
Pienso –62 kg/Hl	233,00
AVENA	
Rubia.....	S/C
Pienso.....	317,00
TRIGO	
Duro Pr>12	S/C

Pienso	
+72 Kg/Hl.....	257,00
Fuerza	
+300w +14 pr	S/C
Fuerza	
-300 +12,5 pr	S/C
Panificable	
Pr>11, W<200	286,00
Chamorro	S/C
Triticale	245,00
Centeno.....	S/C
Guisante.....	305,00
Yeros	
Garbanzo	
sin limpiar	S/C
Veza	
Alfafa 1ª	365,00
Paja 1ª	160,00
Próxima reunión el 14 de septiembre de 2023.	

Lonja de Valencia

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 14 de septiembre de 2023.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible Valencia	500,00
J. Sendra,	
disp. Valencia	500,00
Monsianell,	
disp. Valencia	500,00
Fonsa,	
disp. Valencia	500,00
Guadamar,	
disp. Valencia	S/C
Gladío y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/C
Sirio, disp. Valencia.....	400,00
Puntal.....	S/C
Bomba,	
disp. Valencia	1.500,00
<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	248,00
Maíz Nacional,	
destino Valencia	S/C
Cebada	
Nacional, dest. Val.....	S/C
Importación	229,00
Avena Rubia,	

dest. Navarra	S/C
Blanca, dest. Valencia.....	316,00
Guisantes Importación,	
dest. Valencia.....	297,00
Veza Importación.....	
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/O
Trigo importación.....	
247,00	
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
TURTOS Y HARINAS Euros/Tm	
Soja 47% baja proteína,	
disponible Valencia	S/C
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona.....	S/C
Cascarilla de Avena,	
disponible Valencia	130,00
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
14%-15% prot., Aragón/Lérida.....	
.....	300,00-310,00
14%-15% Balas., Aragón/Lérida.....	
.....	250,00-300,00
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona....	258,00-259,00
disponible Andalucía	270,00-271,00
Harina de Girasol	
Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona	348,00-349,00
Palmiste,	
disp. Valencia	250,00-251,00
Harina de Colza, dest. Valencia	
355,00	
Gluten Feed,	
disp. Valencia	265,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia	S/C
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona.....	
.....	278,00-279,00
Import. disp. Andalucía. 285,00-286,00	
Pulpa Seca	
de Naranja.....	S/C
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	224,00
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	400,00-480,00
Zona Alicante.....	400,00-445,00
Zona Castellón.....	400,00-430,00
Zona Tarragona.....	380,00-400,00
Zona Murcia.....	300,00-400,00
Zona Ibiza.....	240,00-340,00
Zona Mallorca	480,00-500,00
<i>Precios tonelada a granel s/rendimientos</i>	
Troceada Integral,	
disp. orig.....	240,00-270,00
Troceada sin Harina	
disponible origen	300,00-350,00
Troceado Fino,	
disp. origen	250,00-280,00
Garrofin,	
disp. origen	2.500,00-3.000,00
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.....	2.100,00
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.....	1.750,00
<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/O
Comuna	
prop, Valencia	7.500,00
Belona	
prop, Valencia	S/O
Comuna ecológica,	
Valencia.....	S/O
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm,	
disponible Valencia	7.400,00
PATATAS Euros/Tm	
Lavada Nueva,	
origen España, disp. Val.....	640,00
Roja,	
origen España, disp. Val.....	600,00
Nueva de Castilla,	
disp. Valencia	420,00-440,00
<i>Precios s/origen y calidad, envas. en 25</i>	
<i>kgs.</i>	
CEBOLLAS Euros/Tm	
Variedad Sprin,	
disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo	
.....	500,00-700,00
<i>Nota: Las cotizaciones conocidas facilita- das se entienden sin nuestra garantía ni</i>	

responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja.

Lonja de Zamora

Información de los precios agrarios de la Mesa de Cereales del 12 de septiembre de 2023 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES	Euros/kg
Trigo Blando	238,00
Cebada.....	219,00
Avena	285,00
Maíz	235,00
Alfafa empacada	S/C
Paja empacada	125,00
Grisarol tipo	S/C
Alto Oléico	S/C
Trigo Forrajero.....	S/C
Centeno	S/C

MERCADOS NACIONALES

Ostra Bandeja	3,50
Shii-Take granel.....	5,00
Las instalaciones dedicadas al cultivo en fresco, tanto de champiñón como de setas, continúan con una producción reducida, mermada por las temperaturas propias del verano, mientras su venta sigue estable y sin variación en el precio. Mientras, los cultivadores de champiñón de industria comienzan con la cubrición de los paquetes que darán las primeras floradas durante las próximas semanas.	
HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga	
Amarilla	0,80
Verde	0,75
Borrajá.....	1,00
Lechuga Rizada.....	3,90
Brócoli	1,20
Alubia Verde Industria	3,30
Calabacín.....	0,50
Tomate 1ª	0,80
Tomate 2ª	0,40
Tomata	1,00
Tomate Pera.....	0,40
Pepino Corto.....	1,00
Pimiento Verde Cristal.....	1,00
Verde Italiano.....	1,00
Najerano.....	0,80

Con el fin de las vacaciones coincidiendo con el comienzo del mes de septiembre, los almacenes empezian a aprovisionarse de producto para cubrir las necesidades que marcan las empresas de distribución y comercialización. Los calores de los días anteriores provocaron el arranque de plantas de alubia verde y pocha, por lo que, durante unas semanas, estas hortalizas no van a tener cotización. El descenso de las temperaturas y las lluvias de este fin de semana han dado un respiro al campo, siendo muy beneficiosas para todas las hortalizas plantadas durante este mes, pero no tanto para los tomates, cuyos frutos han sufrido daños. En Rioja Alta, avanza la cosecha de alubia verde para industria, que alcanza ya el 50% de la superficie sembrada, con buenos resultados tanto en producción como en calidad. Los precios fijados por la industria son un 20% superiores a los de la campaña anterior, y el precio medio depende de la calidad final del fruto, es decir, de la relación grano vaina que tiene el fruto.

FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO PERA	
Industria	0,90
Moretini 60+	0,80
Limonera 60+	0,80
Ercolini 50+	0,09
GRUPO MELOCOTÓN	
Rojo 70+	0,40
Industria	0,40
Nectarina	
Amarilla 65+.....	0,30
Paraguay 70+	0,40
Amarillo 70+	0,45
GRUPO CIRUELA	
Reina Claudia <38mm	1,00
Reina Claudia >38mm	1,70

La cosecha de pera se encuentra muy avanzada en Rioja Media y finalizada en Rioja Baja. Por ahora la mayor parte de esta pera va a parar a las cámaras de conservación en una campaña en que pese a incrementarse la producción total, los calibres son menores y la pera presenta un bajo nivel de russetting. También continúa la de las variedades más tardías de melocotón y nectarina. La campaña de comercialización de la ciruela se muestra muy pesada y complicada, debido al exceso de otras variedades que compiten con nuestra ciruela y proceden de la zona de Extremadura y Francia.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRA	
Común.....	0,48
Largueta	0,96
Marcona	1,28
Floración	
tardía	0,92
Ecológica	1,31
Sigue el lento goteo de pérdidas en el sector de la almendra, esta semana centradas en las variedades comunes y la Largueta. Las operaciones comerciales siguen siendo muy escasas, debido a una demanda que permanece agazapada, y a una oferta llena de dudas ante el rumbo negativo que marca el mercado.	

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 4 al 10 de septiembre de 2023.

CEREALES

■ **De primavera:** El estado fenológico dominante en las parcelas de **arroz** de **Sevilla** es el de grano pastoso, aunque hay parcelas más adelantadas que pueden verse en grano duro y dorándose la espiga, especialmente las variedades más tempranas de grano redondo. En **Cádiz** el estado fenológico principal del **arroz** está algo más retrasado, se encuentra en el 10 (Floración), siendo el más adelantado el 13 (Grano duro).

CULTIVOS INDUSTRIALES

Se va rematando la recolección del **girasol** en las principales zonas de producción, se acordonan las cañas y se destruyen los restos del cultivo. En **Córdoba**, los rendimientos del cultivo del **girasol** han sido muy bajos y el rendimiento graso también. En el cultivo del **algodón**, en **Sevilla**, aunque la lluvia caída ha mejorado en muchos casos el estado vegetativo del cultivo, se aprecia mucha disparidad entre las parcelas que se han podido regar medianamente, que presentan un buen desarrollo y que no llegarán a alcanzar producciones siquiera medias, y las otras, que se han regado poco o nada y que difícilmente llegarán a dar una cosecha que merezca la pena recoger. La fenología dominante del cultivo es la de primeras capsulas abiertas, aunque pueden verse cada vez más parcelas con la mayoría de capsulas abiertas y defoliando. En **Huelva**, en la comarca **Condado Campiña**, zona de **Escacena- Paterna del Campo- Manzanilla-Villalba del Alcor**, los algodones se encuentran pequeños de tamaño, duros y con pocas cápsulas, algunas ya abiertas y secas. En general, la campaña se antoja muy negativa y con escaso rendimiento, si es que finalmente termina por recogerse. La sequía y la falta de riego, unido a las olas de calor continuas, han terminado por deteriorar las pocas hectáreas que se sembraron este año. En zonas productoras de la **comarca de la Campiña Norte (Jaén)**, las parcelas de **algodón** que no se han podido regar no se van a recolectar, la planta se ha endurecido y no ha llegado la apertura de cápsulas. No se va a aplicar defoliante y tienen mucha hierba. Finalizada la recolección del **tomate de industria**, en una campaña corta y con poca superficie.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos: Almería:** En la mayoría de los invernaderos ya se han realizado los trasplantes desde los semilleros, aunque en estos todavía existen partidas de **calabacín**, **berenjena**, **pepino**, **tomate** y también **pimiento**, sobre todo tipo italiano. Las cubiertas de los invernaderos continúan blanqueadas, aunque las últimas lluvias han lavado parcialmente la cubierta de los invernaderos en muchas zonas y, como consecuencia, se han observado algunas quemaduras en las plantas más jóvenes, ya que sigue existiendo una alta intensidad de radiación solar. En los invernaderos con cultivo de **pimiento** ha comenzado la recolección de los tipo **california en verde** y en **rojo** de los primeros que se plantaron en mayo, en el resto continúan las labores de entutorado y suelta de organismos de control biológico. Los **pimientos tipo Lamuyo** están en las primeras fases de cultivo y recién trasplantados, los italianos son los últimos en plantarse. En **tomate** se están realizando todavía trasplantes y las plantaciones más tempranas se están entutorando. En **berenjena** y **calabacín** continúan los trasplantes, aunque se encuentran plantaciones en todas las fases de cultivo. Los trasplantes en el cultivo del **pepino** se retrasan algo más, aunque existen invernaderos con plantaciones recientes en las que se realizan labores de entutorado. En esta fase de plantaciones recientes se inicia un periodo crítico, ya que las jóvenes plantas pasan del semillero, en un entorno de ambiente muy controlado, a los terrenos de asiento definitivos, en los que las condiciones ambientales suelen ser más adversas, pudiendo presentarse algunos daños de quemaduras, asfixia radicular y presencia de plagas y enfermedades. **Cádiz:** El estado fenológico dominante esta semana en pimiento es el de “Plantación-Inicio floración”, en las plantaciones de sandía el de “Floración-Inicio recolección” y en las de tomate el de «Recolección-Final cultivo”. **Granada:** En la comarca de **La Costa**, zona de **Los Carlos** se observan invernaderos de **tomates** plantados y plantando. Los **tipos pera** con 0,70 plantas/m2, los **Cherrys** con la misma densidad. Los **pera** se encuentran con dos ramas laterales y los **Cherrys** con 3 brazos. Se planta **pepino holandés** con densidad de 1 planta /m2. En la última semana de agosto se han plantado **pimientos Palermo** con densidad de 2 plantas/m2. Se le están dando riegos de 15 minutos, enraizantes y extractos húmicos para favorecer el enraizamiento. ■ **Al aire libre: Almería:** En las parcelas de **espárrago verde**, continúa con normalidad la fase de desarrollo vegetativo. Ya pueden verse parcelas plantadas de **lechuga**, **coliflor** y **brócoli**. **Cádiz:** Las **sandías** están finalizando la campaña, sólo algunos invernaderos de la zona de **La Algaída** están alargando la producción. Plantaciones de **melones**, casi ni se ven. Se están recolectando parcelas de **tomate** pera, así como algunas parcelas de repollo. **Málaga:** En la comarca de **Vélez-Málaga** se están recolectando **pimientos Italianos** y **Palermo**, no hay mucha oferta. Se recoge también algo de **Lamuyo rojo**. Los **calabacines** se encuentran en producción así como las **berenjenas**, con cotizaciones altas, no hay mucho género en las alhóndigas. Los **tomates tipo Daniela** siguen en producción así como los tipo pera. **Sevilla:** Se está rematando la recolección de las plantas de **calabaza cacahuete**. Desarrollo del tallo en el maíz dulce de ciclo otoñal. Se produce la fructificación y acumulación de reservas en las esparragueras.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos: Almería:** La campaña de recolección del **almendro** ya se ha iniciado. La estimación de la producción es variable de unas zonas a otras o si se trata de regadío o secano. Las últimas precipitaciones de lluvia de la DANA han paliado en parte la falta de agua y altas temperaturas existentes, aunque también se han observado algunos daños puntuales en los términos municipales de **Vélez Rubio** y **Chirivel**. **Córdoba:** La campaña de recolección de **almendra** en las comarcas de **La Campiña Baja**, **Las Colonias** y zonas de la **Campiña Alta** ha finalizado. **Granada:** En la comarca de **Huéscar** la recolección de la **almendra Guara** ha comenzado hace una semana, con producciones de 300 kg/ha y con rendimientos del 26%. El 90% de las explotaciones son de secano. Los calibres se han quedado muy pequeños al llegar tarde las lluvias del mes de mayo. En general el fruto está adelantado una semana con la sequía. La variedad Lauranne está sin carga, con daños por mancha ocre y cribado en muchas zonas. **Málaga:** En la comarca de **Ronda**, la campaña de la **almendra** se inició en la segunda quincena de agosto. Los rendimientos han sido bajos así como la calidad. Los vientos han tirado mucha cosecha, sobre el 50% en las últimas semanas. Las del suelo no se aprovechan porque los jabalies las ingieren. Se inició en la zona con la variedad **Marcona**, **Comuna** y luego variedades autóctonas. **Sevilla:** Prácticamente finalizada la recolección del **almendro** con mermas en tamaño de fruto y rendimiento. ■ **Frutales subtropicales: Cádiz:** El estado fenológico predominante de los **aguacates** es el I (Frutos en fase de engorde). Hay menos cosecha que el año pasado porque se ha regado lo justo. Se observa un cierto adelanto en el cultivo y para octubre podrá comenzar la campaña. Se ha caído un porcentaje importante de la fruta por el calor. **Granada:** En el cultivo del **aguacate**, la fenología predominante es la de engorde de fruto, se encuentran con el tamaño de un huevo. El viento ha afectado en la zona de **Palmares** y **Jete**, tirando el 50% de frutos y algo menos en la zona de **Almuñécar**. Se riegan 15 minutos diarios, son riegos de subsistencia, muy deficitarios. La recolección del **mango Osteen** está muy avanzada en la zona de **Almuñécar-Salobreña**. Los rendimientos están siendo un 75% inferiores a otras campañas, oscilando entre 2.000-2.500 kg/ha. Hay poca fruta y buenos calibres, siendo de 6-7-8 los calibres medios. En las plantaciones de **chirimoya** se recogen algunas parcelas, encontrándose buena fruta en algunos árboles. En la zona de **Lobres-Motril** están mejor. Se le aplica 1 kg/pie de potasa para favorecer el engorde del fruto. Los **nísperos** se encuentran en reposo vegetativo. Se le está dando un riego de mantenimiento mínimo para que la floración no se adelante. No se aplica abono en esta fase del cultivo.

CÍTRICOS

Cádiz: El estado fenológico predominante es el J (Fruto en fase de engorde). Los **naranjos** y **mandarinos** de la provincia todavía no han llegado al envero en las variedades más tempranas. Se encuentran en fase de engorde. **Satsumas** como **Iwasaki** no tienen casi fruto, la primera floración se fue y con la segunda la fruta es de mala calidad. Se han aforado en

3-4 tn/ha en algunas fincas. Le falta un mes a los **navelinos**. La cosecha se ha aforado en un 50% menos que el año pasado. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de los **cítricos** en general es de fruto al 40%, al 80% en el caso de las variedades tempranas e incluso en maduración en el caso de las **mandarinas extra tempranas**.

OLIVAR

Córdoba: En las comarcas de **Pedroches** y **La Sierra**, las precipitaciones llegan tarde, los rendimientos serán bajos. El **olivar** de secano no se va a recuperar de la mala situación que presenta. La campaña en las comarcas de **La Campiña Baja**, **Las Colonias** y zonas de la **Campiña Alta** no está bien. Sólo en las tierras más calizas, terrenos más frescos, se cogerá algo. En las parcelas de regadío se le aplican unos 600 m3/ha, insuficiente, pues en un año normal se aportan 2.000 m3/ha. En estas fincas la **aceituna** tiene también problemas. **Granada:** En las comarcas de **Montefrio-Iznalloz**, la variedad **Hojiblanca** está muy mal, se observan parcelas con **aceituna arrugada**, con unos 10-15 días de retraso. Se han dado labores de cultivador y rastra superficiales para levantar polvo y cerrar grietas. **Huelva:** La cosecha de **aceituna de mesa** se encuentra avanzada, principalmente en la variedad **Manzanilla**. Los rendimientos son claramente inferiores a un año normal (sobre el 50%). Durante los últimos días, se dieron pases de cultivador de forma frecuente en terrenos de poca pendiente. Aquella aceituna que no se decida verdear irá directamente a molino, que tampoco es mala opción debido a los precios que se están pagando por el aceite . **Jaén:** En las comarcas **Campiña Norte** y zonas de **Sierra Morena**, **Campiña Sur** y **La Loma**, se han observado adelantos en variedades italianas que se suelen emplear para encabezar aceites de menor calidad, observándose las primeras manchas moradas. La **Picual**, predominante en la provincia, se encuentra pequeña, con tamaño de 1cm. En las comarcas de **Sierra Mágina** y **Sierra Sur**, la **aceituna** está en fase de envero. La mayoría de las zonas están en no laboreo, se desbroza la hierba con tractor dónde se puede por la pendiente. En unos días va a comenzar el desvareto. En los mercados, el sector, a pesar del precio del aceite en los lineales, tendrá cuantiosas pérdidas, puesto que no hay **aceituna** en el campo, no hay kilos y hay mucha aceituna que no sirve, dañada y pequeña. Los costes han aumentado exponencialmente y no compensan las subidas de cotizaciones. **Sevilla:** La fenología dominante del **olivar** se encuentra muy adelantada esta campaña y es la de endurecimiento del hueso con evolución al envero-amarilleo e incluso al envero-manchas rojas en las zonas más precoces como **Aljarafe** y **Campiña**, donde ya se ha generalizado la recolección de la aceituna de mesa. Las lluvias **caídas** han mejorado el aspecto general de muchas parcelas y el peso de la **aceituna**, aunque la carga de fruto es irregular y la cosecha media final previsiblemente será baja.



TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

En el cultivo del boniato, en **Cádiz**, el estado fenológico más tardío es el BBCH 31-39 (Crecimiento longitudinal de los brotes principales y el predominante es el BBCH 41-49 (Desarrollo de las partes vegetales cosechables). Se están recolectando variedades como **California** y **Covington**. Hay zonas que se han visto afectadas por clorosis. La recolección de **boniatos** sigue en la comarca de **Vélez-Málaga** con variedades más tempranas como **Beauregard**, a las que seguirán la **California** y la **Covington**. Los riegos en la provincia han sido muy complicados.

VIÑEDOS

Huelva: En zonas del **Condado Campiña** o **Condado Litoral**, finaliza la recolección de la variedades **Sirah** y **Listán**. Los rendimientos se sitúan sobre los 6.000-7.200 kg/ha para la primera y 8.000-10.000 kg/ha para la segunda. Comienza también la variedad **Zalema**, que es la más extendida. Se observan daños frecuentes en la hoja de la viña debido al excesivo y persistente calor. **Jaén:** En la comarca **Campiña Sur** y **Sierra Sur**, se están recolectando parcelas de **Syrah**. Suelen ser vinos con IGP. La vendimia se inició el diez de agosto en la variedad **Chardonnay** , seguida de **Merlot** y **Tempranillo**. La producción está siendo de 6.000 kg/ha, muy corta, un 50-60% inferior a la media de un año normal. La graduación en tintos se sitúa en 14-15° y de 13° para los blancos. **Málaga:** En la comarca de **Vélez-Málaga**, la campaña de la uva de vinificación y de la pasa ha finalizado. La producción se estima en un 60-70 % inferior al año pasado. La sequía y el calor han afectado la maduración y mermado la producción. La calidad de la uva es buena. En las pasas se han reducido en un 20% los rendimientos.



stay fresh with
innovation



fruit
attraction

visítenos en el stand 3C28

KAKI

valencia
fruits
Suplementos
Septiembre 2023



Patrocinado por



CIRILO ARNANDIS / Presidente de la DO Kaki de la Ribera del Xúquer

“Esperamos tener una cosecha sin los altibajos de las dos últimas campañas”

Tras dos ejercicios muy complejos, el sector del kaki afronta una nueva temporada que, de momento, se enmarca dentro de la normalidad. Como afirma el presidente de la DO Kaki de la Ribera del Xúquer, Cirilo Arnandis, “las dos últimas campañas fueron complicadas con pérdidas significativas de producción que alteraron de forma considerable las previsiones comerciales, por lo que es importante poder recuperar la normalidad y con ello los consumidores”. Además, este año es muy especial para la Denominación de Origen porque celebra su 25 aniversario, y por ello quieren poner en valor todo aquello que representa: compromiso con los agricultores para que su actividad tenga el reconocimiento que merecen, con el territorio, con la autonomía alimentaria, y una fórmula eficiente para ofrecer y garantizar productos de calidad y de proximidad.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué balance realizan desde el Consejo Regulador de la DO Kaki de la Ribera del Xúquer de la pasada temporada?

Cirilo Arnandis. La campaña fue bastante complicada por la reducción de cosecha, que, aunque esperada desde el principio de la temporada, finalmente fue bastante peor en cuanto a volúmenes comercializados. Esto supuso que comercializáramos menos del 50% que la campaña anterior. Cuando se dan estas circunstancias nunca puede ser un buen ejercicio para ninguno de los implicados en el sector. Desde el punto de vista de nuestros productores y asociados la campaña lógicamente fue mala ya que los mejores precios obtenidos no compensaron de ninguna forma los rendimientos que se obtuvieron en campo.

VF. ¿Qué previsiones generales de cosecha manejan para el presente ejercicio? ¿Qué volumen espera poder certificar la Denominación de Origen durante esta temporada?

CA. Esperamos tener una cosecha sin los altibajos de las dos últimas campañas. A pesar de que alguna zona ha sufrido alguna incidencia, prevemos que la comercialización puede rondar las 120.000 toneladas de empresas adscritas al Consejo Regulador, por lo que podemos hablar de una temporada con un volumen normal de producción.

Aunque hay que tener presente que, en adelante, cuando hablemos de campaña normal estamos hablando de volúmenes inferiores a los que llegamos a comercializar hace unos años cuando alcanzamos de alguna forma la máxima producción potencial que había en aquel momento, que en general era bastante superior a la actual. Hay que recordar que se llegaron a tener producciones a nivel nacional de 400.000 toneladas y que actualmente las previsiones para los próximos años ya son menores. Respecto al producto certificado, generalmente suele rondar el 50% del producto comercializado.

VF. En cuanto a la calidad de la fruta, ¿cómo llega este año?

CA. La fruta llega como siempre con la máxima calidad. A pesar de que este verano se ha experimentado posiblemente uno de los periodos estivales más cálidos que se recuerdan, no



Cirilo Arnandis analiza las perspectivas para la presente campaña de kaki. / ÓSCAR ORZANCO

hemos tenido ningún problema con el riego, por lo que se han cubierto las necesidades hídricas de los campos sin ningún problema. Por lo que a nivel de calidad se refiere, estamos como siempre con las mejores garantías.

VF. ¿Cuáles son los principales problemas a los que se han tenido que enfrentar hasta el momento en la presente campaña de kaki?

CA. Como viene siendo habitual durante las últimas campañas, se sigue sufriendo con el problema de algunas plagas como el cotonet o la mosca blanca que siguen dando problemas dada la falta de alternativas para su control, aunque seguimos trabajando intensamente para encontrar soluciones.

Por lo demás, la temporada ha discurrido con normalidad y como he comentado antes, lo más significativo han sido las altas temperaturas, aunque afortunadamente no ha sido un problema en nuestra zona.

VF. Tras vivir una temporada como la pasada, ¿en qué momento se encuentra actualmente el sector del kaki?

CA. Las dos últimas campañas fueron complicadas con pérdidas significativas de producción que alteraron de forma considerable las previsiones

“Prevemos que la comercialización de las empresas adscritas al Consejo Regulador puede rondar las 120.000 toneladas, por lo que podemos hablar de una temporada con un volumen normal de producción”

“Se va comprobando que la superficie dedicada al cultivo va disminuyendo, por lo que parece evidente que el sector se está autorregulando después de un crecimiento desmedido en la última década”

comerciales, por lo que es importante poder recuperar la normalidad y con ello los consumidores. Los productos de estación, como es nuestro caso, son todavía más sensibles a estas situaciones, y más aún si tenemos en cuenta que es un producto que todavía es un desconocido para muchos consumidores. Por ello, temporadas donde la falta de producto es significativa no ayudan a establecer esa relación producto – consumidor necesario en los productos de temporada, por lo que estamos impacientes por poder recuperar esa normalidad.

Por otro lado, estos últimos años también se va comprobando que la superficie dedicada al

cultivo va disminuyendo, por lo que parece evidente que el sector se está autorregulando después de un crecimiento desmedido en la última década.

VF. ¿Cómo ha evolucionado la superficie de cultivo amparada por la Denominación de Origen Kaki de la Ribera del Xúquer?

CA. Como comentaba antes, la superficie inscrita en el Consejo Regulador ha descendido ligeramente en los últimos años como consecuencia de las malas campañas a nivel productivo y sobre todo la falta de rentabilidad, lo que ha hecho que muchos agricultores que se incorporaron en los años de este crecimiento exponencial están abandonado

“Hemos iniciado la elaboración de un plan estratégico para planificar la promoción de los próximos 5 años”

el cultivo. No obstante, es significativo que la gran mayoría de la superficie que se ha dado de baja procede de agricultores individuales, ya que la superficie cultivada por cooperativas se mantiene prácticamente estable, lo que indica que las cooperativas están haciendo un trabajo significativo asegurando la rentabilidad del cultivo.

Por otra parte, es interesante señalar que a nivel nacional también se ha producido un descenso considerable en algunas zonas productoras, donde la falta de rentabilidad y sobre todo de productividad ha hecho que se haya reducido la superficie cultivada, y por consiguiente la producción a nivel nacional.

VF. ¿En qué líneas está trabajando e incidiendo el sector del kaki para seguir creciendo con rentabilidad para todos los eslabones?

CA. El nuestro es un sector en el que nunca podemos decir que bajamos los brazos, y posiblemente el kaki es uno de los ejemplos más significativos donde no dejamos de trabajar en la mejora de todos los procesos del cultivo. A pesar de que ya hace 25 años que empezamos con el cultivo del kaki Persimon®, todavía hoy en día seguimos trabajando en su mejora y en la resolución de nuevos problemas que van apareciendo con el paso de los años. Seguimos muy involucrados en la resolución de los problemas en campo, con la apertura de nuevos mercados, con campañas de promoción para dar a conocer el kaki o nuevas vías para los destiños entre otros frentes.

VF. La Denominación de Origen Kaki Ribera del Xúquer sigue centrada en el desarrollo de grandes campañas de promoción. ¿Qué programa e iniciativas han diseñado para esta campaña?

CA. El objetivo de la Denominación de Origen es dar un valor añadido a la producción certificada, y por ese motivo la promoción ha sido la razón de ser. Seguiremos apostando por la promoción porque estamos convencidos de que es necesario tanto para crear este valor y trasladarlo a nuestros agricultores, como para seguir ganando consumidores que todavía no conocen la fruta.

Este año seguimos trabajando mercados como el francés o el alemán a través de programas europeos, de países terceros como es el caso de Brasil, y por supuesto del mercado nacional que es nuestro destino principal. Además, hemos iniciado la elaboración de un plan estratégico para planificar la promoción de los próximos 5 años, trazar una ruta que nos permita poner en valor el kaki Persimon® de la Denominación de Origen.

VF. Para los productos hortofrutícolas españoles su mercado natural es la Unión Europea. ¿Qué margen de crecimiento tiene todavía una fruta como el kaki en Europa?

CA. El kaki todavía es una fruta desconocida entre el consumidor europeo. En el estudio

(Pasa a la página 4)

AgroFresh

We Grow Confidence™

Te ayudamos a llegar con éxito a tus mercados de interés

 **Control-Tec™** *PERSIMMON*

Mantener la firmeza de la fruta durante más tiempo, así como protegerla contra el pardeamiento interno debido a daños por frío en conservación, reduciendo las mermas.

SmartFresh™ Quality System

Una excelente opción para eliminar la astringencia del caqui, alcanzándose las características organolépticas óptimas que desean los consumidores.

 **FRESHCLOUD™**

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

AgroFresh

We Grow Confidence™

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

RESPONSABLE COMERCIAL

Sergio Aparicio
Tel: 696 447 131
saparicio@agrofresh.com

Carlos García
Tel: 696 447 126
cgarcia@agrofresh.com

Daniel Fernández
Tel: 696 447 132
dfernandez@agrofresh.com

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

Las condiciones y los resultados individuales pueden variar. AgroFresh no puede garantizar resultados comparables. Los términos completos están disponibles en www.agrofresh.com/terms-conditions

©2023 AgroFresh. Reservados todos los derechos. ™Marca registrada de AgroFresh Inc.



La superficie dedicada al cultivo del kaki se ha ido reduciendo en las últimas campañas como consecuencia de las malas temporadas a nivel productivo y sobre todo la falta de rentabilidad. / ARCHIVO

“Esperamos...”

(Viene de la página 2)

más reciente que hemos llevado a cabo, excepto en España, el conocimiento del kaki todavía está por debajo de la mayoría de las frutas, lo que claramente significa que todavía existe una parte importante de consumidores que no la conocen. Si trasladamos esta situación a otros países donde la presencia de producto y la ausencia de acciones promocionales es menor o incluso inexistente, este desconocimiento todavía es mayor.

VF. En el campo de la exportación, ¿se plantean explorar y dar a conocer el kaki en nuevos mercados fuera de la UE esta temporada?

CA. Si bien las últimas campañas han sido complicadas para nuevas exportaciones, evidentemente es un objetivo de nuestro sector, con una vocación claramente exportadora, como lo

demuestra nuestra historia con otros productos como cítricos o sandías, por ejemplo, de los que también somos productores en la zona, y que queda además patente en el hecho de que el 80% de nuestra producción de kaki se destina a la exportación, principalmente Europa, pero con presencia en más de 40 países, como Canadá, Brasil, y países de Oriente Medio o Asia. En los últimos años se ha trabajado en la apertura de nuevos mercados, caso de Sudamérica o el más reciente de China, lo que significa que seguimos esforzándonos para conseguir la apertura de nuevos destinos para la comercialización de esta fruta.

VF. ¿Qué posibilidades abre la apertura del mercado chino a la exportación de kaki español?

CA. Cualquier apertura de nuevos mercados es importante, y de hecho se ha trabajado de forma intensa por parte de todo el sector para la apertura del mercado chino, que por otro lado es un

“Queda por explorar las posibilidades que nos va a ofrecer China, ya que la apertura es muy reciente y aún está por ver como funcionarán los primeros envíos”

“En nuestro 25 aniversario creo que podemos estar muy orgullosos de lo que hemos logrado con una fruta que era una absoluta desconocida hasta hace pocos años”

gran consumidor de kaki. Queda todavía por explorar las posibilidades que nos va a ofrecer este mercado, ya que la apertura es muy reciente y todavía está por ver como funcionarían los primeros envíos, ya que es un destino bastante alejado y presenta retos logísticos importantes.

VF. Este año la DO Kaki de la Ribera del Xúquer celebra su 25 aniversario. ¿Qué destacaría de esta larga trayectoria y qué tienen preparado para celebrar esta señalada fecha?

CA. Efectivamente, este año se cumplen 25 años de la creación del Consejo Regulador y queremos poner en valor todo aquello que representa: compromiso con nuestros agricultores para que su actividad tenga el reconocimiento que merecen, con el territorio, con la “autonomía alimentaria”, ofrecer y garantizar productos de calidad y de proximidad entre otros aspectos.

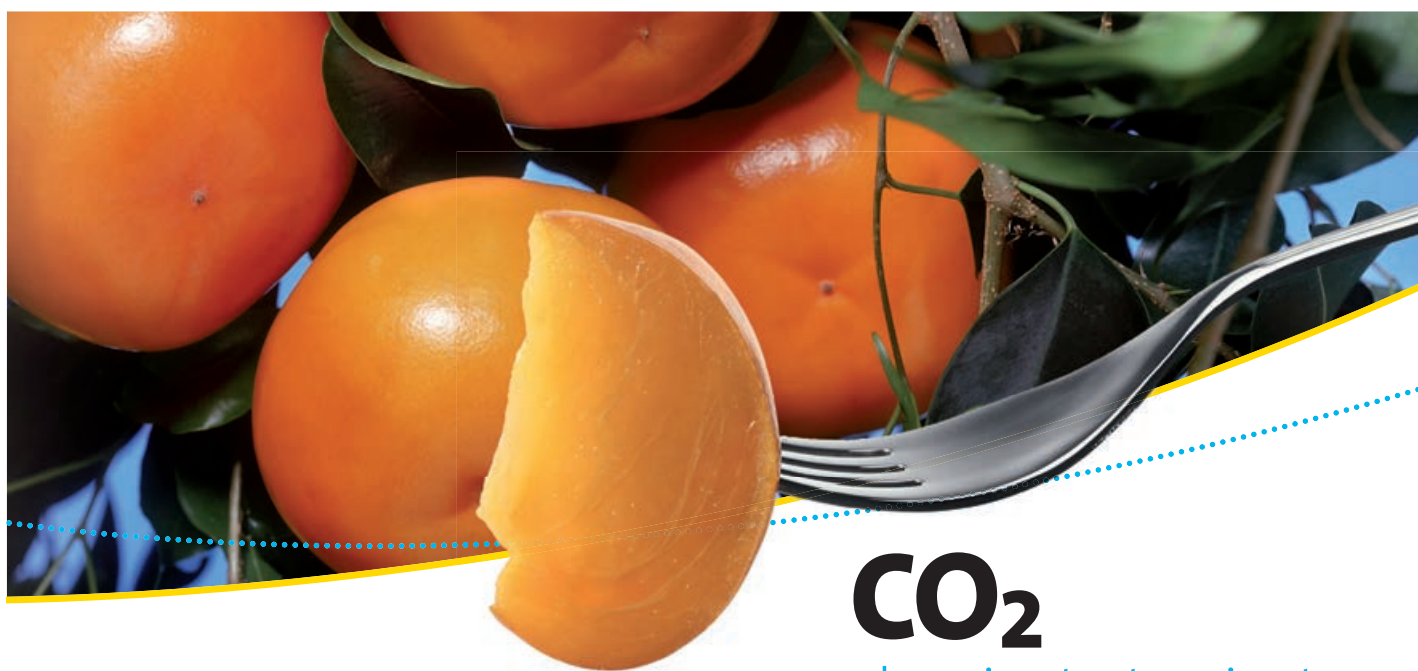
Vamos a seguir realizando promoción, pero como apuntaba antes, estamos inmersos en un

plan estratégico para definir la ruta promocional de los próximos años con el objetivo de conseguir un valor añadido al producto de la Denominación de Origen y que comercializamos bajo la marca registrada del Consejo Regulador Kaki Persimon®. Vamos a trabajar para valorizar la marca, y que el consumidor la reconozca como garantía de calidad, como solo nuestra Denominación de Origen y sus asociados pueden garantizar.

Además, este 25 aniversario debe servir también para reconocer el mérito de nuestros productores, para que sean conscientes de lo que su trabajo con la introducción del Kaki Persimon® ha supuesto para nuestra comarca a nivel social. Tan importante es que los consumidores entiendan lo que hay detrás de una Denominación de Origen, con todo lo que la actividad agrícola de una región supone para un país, como lo es también que nuestros agricultores sean conscientes de lo que se ha logrado con su trabajo y estén orgullosos del mismo. Es importante recordar a la gente la importancia de su trabajo, y aunque suele parecer que otros sectores son más importantes o significativos, creo que podemos estar muy orgullosos de lo que hemos conseguido con una fruta que era una absoluta desconocida hasta hace pocos años. Creo que toca reivindicarnos y con toda justicia. En este sentido vamos a realizar acciones encaminadas a reconocer el trabajo de nuestros agricultores a todos los niveles en las zonas productoras y centradas en las cooperativas que son el corazón de esta Denominación de Origen.

VF. Para finalizar, como presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Kaki de la Ribera del Xúquer, ¿qué espera de esta campaña?

CA. Espero y deseo que a nivel comercial esta campaña sea todo lo normal que pueda ser esta palabra en un sector como el nuestro dónde estamos expuestos a tanta incertidumbre, y sobre todo que sea el inicio de una nueva etapa que asegure la rentabilidad del cultivo para nuestros agricultores después de unos años complicados. Creo que nuestros productores merecen que su trabajo tenga una recompensa digna, y este es nuestro objetivo y deseo principal.



CO₂

el mejor tratamiento
para eliminar la
astringencia del caqui

Más información

T 930 009 960

oferta@carburos.com

carburos.com



¡Síguenos en redes sociales!



**CARBUROS
METALICOS**
Grupo Air Products



Cuando nuestra
gente da lo mejor,
nuestra tierra
ofrece lo mejor

Y lo mejor es el Kaki Ribera del Xúquer, certificado bajo la marca comercial Persimon® por el Consejo Regulador para garantizar el origen y la calidad de una fruta única, antioxidante y multivitamínica, ideal para recuperarse tras la práctica deportiva. El año pasado los agricultores de la Comunitat Valenciana produjeron de forma sostenible el 95% de los kakis de España, de los cuales el 80% se destinó a la exportación.



PASCUAL PRATS / Presidente de la Asociación Española del Kaki (AEKAKI)

“El cultivo del kaki se ha vuelto complicado y muy profesional”

Muchas cosas han cambiado desde que el kaki comenzó a expandirse en los campos de la Ribera del Xúquer espoleado por los excelentes resultados que ofrecía esta fruta. En aquellos años el cultivo no exigía excesivos cuidados y generaba beneficios. Hoy en día la situación es muy distinta. Existen pocas armas para luchar contra plagas como la mosca blanca o el cotonet y los productos disponibles cada vez son más caros y tienen menos efecto. Los costes de producción se han disparado y la rentabilidad se ha ido mermando. En este contexto, cada año se van arrancando algunas plantaciones. “Es una dinámica que venimos observando desde hace cinco o seis años. El cultivo del kaki se ha vuelto complicado y muy profesional. Ahora hay que estar a pie de campo continuamente”.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué previsiones manejan en la Asociación Española del Kaki para la presente campaña?

Pascual Prats. Hace un mes y medio preveíamos un potencial máximo de producción de 320.000 toneladas, un volumen similar al obtenido en el ejercicio 2021, tras la fuerte merma sufrida el año pasado. Sin embargo, la situación ha ido evolucionando y los pronósticos iniciales se han modificado a la baja. En estos momentos estimamos que puede haber una reducción de entre el 10 y el 20% respecto a la cosecha registrada hace dos temporadas.

El pedrisco ha afectado en algunas zonas, hay bastantes problemas con la negrilla, hasta que no comencemos a recolectar no sabemos cómo nos va afectar este año el problema cotonet, las últimas lluvias han provocado una caída de fruta más elevada que lo habitual, es decir, nos encontramos en un momento en el que todos estos factores vienen a descontar y mermar kilos del potencial productivo.

VF. ¿Todos estos factores han afectado a la calidad de la fruta?

PP. La calidad de la fruta y los tamaños son bastante buenos, y con respecto al año pasado se va a mejorar mucho en este aspecto. Además, en 2022 sólo tuvimos un 35% de la cosecha esperada y esta campaña prevemos obtener aproximadamente un 80% del potencial productivo.

VF. ¿En qué momento se encuentra actualmente el sector del kaki?

PP. Cada año se van quitando plantaciones. Este año hay árboles que los están cortando ahora, en pleno mes de septiembre y a punto de arrancar la temporada. Esta es una dinámica que venimos observando desde hace cinco o seis años. El cultivo del kaki se ha vuelto complicado y muy profesional. Nada comparable a las escasas exigencias que requería esta fruta cuando comenzó a despegar en la Ribera del Xúquer. Ahora hay que estar a pie de campo continuamente.

Actualmente existen pocas armas para luchar contra las plagas y los productos disponibles cada vez son más caros y tienen menos efecto. Los costes en campo se han disparado y existen menos soluciones efectivas. Por ello, muchos productores están volviendo al cítrico o directamente dejando los campos



Pascual Prats desgrena las claves de una campaña que arranca con buenos precios en campo y grandes retos. / OSCAR ORZANCO

abandonados. Y esto, a su vez, genera todavía más problemas de plagas.

Los elevados costes, y que cada vez es más complicado acertar con los tratamientos para luchar contra plagas como el cotonet o la mosca blanca, están convirtiendo este cultivo en una actividad muy profesional. Hoy hay que realizar en el campo de ocho a diez tratamientos, y aún así surgen problemas en la producción. Por ello, muchos agricultores han decidido abandonar. Hay zonas como Alzira o Guadassuar en las que producir kaki, debido a las condiciones climatológicas de humedad y temperatura, resulta muy complicado y los productores se están dando por vencidos. Cada vez resulta más difícil y caro producir kakis, y la reducción anual de superficie se cifra entre el 3 y el 5%, aunque también es cierto que algunas plantaciones nuevas van entrando en producción y esto nos está permitiendo mantener el potencial de cosecha por el momento.

VF. En este constante abandono del cultivo, ¿qué papel juega la disminución de la rentabilidad que se ha ido produciendo en esta fruta?

PP. La merma del margen de beneficio juega un papel muy importante en el abandono del cultivo por parte de los productores. La rentabilidad ha bajado muchísimo. Todos los costes ya se incrementaron de forma no-

“Cada vez resulta más difícil y caro producir kakis, y la reducción anual de superficie se cifra entre el 3 y el 5%. También es cierto que algunas plantaciones nuevas entran en producción y esto nos está permitiendo mantener el potencial de cosecha por el momento”

“Las cotizaciones iniciales son buenas, pero hay que comprobar si los mercados asumen que los costes han registrado fuertes incrementos y se puede vender en valores que garanticen la rentabilidad del productor y de todos los eslabones que componen la cadena”

table en 2022, y este año se mantienen en niveles altos, y no se espera una bajada. Los gastos han subido entre 12 y 14 céntimos por kilo respecto a hace dos años. Y obtener precios de venta de la fruta en niveles para mantener la rentabilidad cada vez resulta más complicado.

VF. En el terreno comercial, ¿cómo prevén que se desarrolle la temporada?

PP. En el campo el precio inicial no está nada mal y se sitúa entre 40 y 42 céntimos por kilo, pero estos son los valores de las primeras compras para arrancar. No obstante, hay que ver cómo evoluciona la temporada cuando comience a llegar más volumen de fruta. Estas cotizaciones iniciales son buenas, pero hay que comprobar si los

mercados asumen que los costes han registrado fuertes incrementos y se puede vender en valores que garanticen la rentabilidad del productor y de todos los eslabones que componen la cadena.

En la actividad comercial ahora se exige una calidad muy elevada y una simple rozadura de una hoja hace que la fruta pase a venderse como segunda categoría. La exigencia en este sentido es máxima, los costes se han incrementado, pero los precios de venta de la fruta no han crecido al mismo ritmo. Tenemos claro que hay que partir de unos mínimos de calidad, pero también hay que tener en cuenta que la fruta se produce en el campo y no siempre puede ser estéticamente perfecta. Hay que alcanzar un equilibrio.

“Hay mucho interés ante la apertura de las exportaciones a China. Ofrece una buena oportunidad de negocio”

En cuanto a los canales de comercialización, el kaki se vende cada vez más en supermercados que piden calibres medios-bajos. En cambio, los mercados solicitan calibres más grandes.

VF. ¿En qué líneas puede trabajar el sector del kaki para que este cultivo siga creciendo con rentabilidad?

PP. Actualmente, sobre todo habría que desarrollar productos efectivos para combatir las plagas, fundamentalmente la mosca blanca que produce la negrilla y el cotonet. En este sentido, las limitaciones de Europa cada vez son mayores y se reducen las armas que podemos emplear. Esto complica y encarece mucho la producción y desanima a los productores.

VF. ¿Qué oportunidades de negocio ofrece la apertura del mercado chino para esta temporada?

PP. Hay mucho interés ante la apertura de las exportaciones a China, un mercado que ofrece interesantes oportunidades de negocio. Está previsto que los inspectores chinos realicen tres auditorías en España a mediados de octubre para dar vía libre a las exportaciones.

El tratamiento en frío de la fruta se realizará en tránsito para los contenedores y será de 15 días, en instalaciones del puerto de Valencia, para los envíos aéreos. Por ello, para mandar partidas por avión vamos a mantener contactos con Americold, una empresa especializada en almacenamiento en frío ubicada en el recinto portuario.

VF. ¿Qué tipo de kaki demanda el consumidor chino?

PP. El kaki que demandan, que complica todavía más el proceso, es fruta de buen calibre y categoría extra. Y llegar con kaki de calidad *premium* tras muchos días de viaje en barco exige realizar todo el proceso con un cuidado exquisito. El riesgo que se corre al enviar producto a China es mayor que el que se asume en mercados más cercanos, y su nivel de exigencia en cuanto a calidad es muy elevado, pero el precio de venta también es superior al que se obtiene en Europa. Si se hacen las cosas bien, es un mercado muy interesante.

VF. ¿Qué iniciativas está promoviendo AEKAKI para dar a conocer y promover el consumo de esta fruta?

PP. El proyecto de promoción Mediterráneo Combo concluirá en el mes de febrero en la feria Fruit Logística tras una andadura de tres años. No obstante, seguimos creyendo que la promoción resulta esencial para dar a conocer esta fruta y ya estamos preparando otra iniciativa conjunta en la que, junto a AEKAKI, también participarán empresas griegas que se dedican al cultivo del kiwi y la fruta de hueso.

Además, este año en la feria Fruit Attraction acudimos con un stand visible propio de la Asociación Española del Kaki, que estará ubicado al lado del espacio dedicado a Mediterráneo Combo. El objetivo es dar a conocer y promover el consumo de kaki.

La unión hace la fruta

Together is better



LISTADO DE ASOCIADOS

ÁNGELA IMPORT EXPORT, S.L.

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

ARANTRADE, S.L.

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

BLASCO FRUIT, S.L.

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

BOSKAKI, S.L.

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

CITRICS CARLET, S.L.

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

DISPLAFRUIT, S.A.

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

E. PONS GASCON, S.L

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

FERMONDUC, S.A.

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

FRUITES TOT L'ANY, S.L.

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

FRUTA DE AUTOR, S.L.

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

FRUTAS ALEJANDRO, S.L.

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

FRUTAS CHESCO MARTÍNEZ, S.L.U.

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

FRUTAS ESTHER, S.A.

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

FRUTAS HERNARA, S.L.

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

FRUTAS INMA, S.L.

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

FRUTAS MONTIFRUT, S.L.

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

FRUTAS PASCUAL, S.L.

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

FRUTAS RANA, S.L.

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

FRUTAS ROSMI, S.L.

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

FRUTAS SAMBA, S.L.

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

FRUTAS VITORE, S.L.

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

GREEN FRUIT, S.L.

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

HATO VERDE SAT 9972

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

HNOS. LLOPIS SAT 15 CV

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

HUERTO LAS PARRAS SAT 47 CV

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

LA ESPESA SAT 189 ARA

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

LA VEGA DE CIEZA SCA

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

LUSIA FRUIT, S.L.

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

MADREMIA, S.L.

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

MARCOS MARCO SILVESTRE

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

MARTÍ FRUIT, S.L.

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

MICOFRUIT IS LIFE, S.L.

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

MONTESA INTEGRAL AGRÍCOLA SAT 1001

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

ONUBAFRUIT S. COOP. AND

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

PIPA'S FRUIT ALGINET, S.L.

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

RIBER MAGFRUITS, S.L.

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

RICAFRUT LLUTXENT, S.L.

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

SAFIR FRUITS, S.L.

46816 · ROTGLÀ i CORBERÀ
Tlf. 699.28.24.56
e-mail: administracion@safirfruits.com

SANLLO FRUITS SAT

46680 · ALGEMESÍ
Tlf. 96.131.72.06
e-mail: info@sanllofruits.com

THE NATURAL FRUIT COMPANY

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

THE NATURAL HAND, S.L.

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

VERCOM SAT 7075

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

YACUFRUT, S.L.

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



V2023.05.17

PEDRO SÁNCHEZ / Gerente de CANSO

“Nos hemos preparado pasando las certificaciones oportunas necesarias para poder exportar a China”

Con una previsión de cosecha de 40.000 toneladas, el gerente de CANSO, Pedro Sánchez, confirma una recuperación de la producción de la cooperativa. Sin llegar a su capacidad máxima, cifrada en 50.000 toneladas, la Cooperativa Agrícola Nuestra Señora del Oretó comienza esta nueva campaña con una cosecha sin afección y una calidad muy favorable, aspectos que permitirán abordar la primera incursión al mercado chino, sin dejar de mirar al mercado europeo.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Antes de hablar de la próxima campaña de kaki, hagamos un pequeño balance de la pasada. ¿Se cumplieron sus sospechas de una “campaña tensa”?

Pedro Sánchez. Efectivamente, fue una campaña tal y como se esperaba. Conforme avanzaba la temporada los clientes se daban cuenta que de que la oferta era mínima y no cubría la demanda que requería el mercado.

VF. ¿Qué sabor de boca dejó la campaña 2022-2023 a los socios de CANSO?

PS. Las liquidaciones a nuestros socios productores fueron buenas en el ratio de euros/kg, pero en el ratio de euros/superficie fueron incluso peores que los años precedentes debido a las bajas producciones de kaki en nuestra zona por los efectos de una adversa climatología en el momento de brotación.

VF. Este año parece que las previsiones de cosecha son mejores tanto en volumen como en calidad. ¿Se mantienen estas buenas sensaciones después del paso de la DANA de principios de septiembre?

PS. Hasta el momento nuestras previsiones de cosecha se incrementan respecto a la campaña pasada en kaki, pero no llegando a lo que se categorizaría como una producción normalizada.

La climatología entra a formar parte de la comercialización de fruta y verdura fuertemente debido a la sequía en el sur de



Pedro Sánchez analiza cómo se puede recuperar la rentabilidad del kaki. / VF

España y las fuertes granizadas ocurridas en todas las zonas de producción.

Así y todo, en Valencia ha habido granizadas fuertes en zonas mayoritarias de producción de kakis que van a provocar una bajada de la producción comercial esperada que hará que no haya excesos de oferta. El calibre, debido a las lluvias caídas y a la cantidad de fruta que hay en los árboles, va a ser un calibre muy comercial.

VF. En cuando a la incidencia de plagas y enfermedades, ¿la temporada se prevé complicada?

PS. La calidad del producto debido a la afección de plagas ha venido mermada los últimos

años por una incidencia fuerte de las plagas mosca blanca (negrilla) y cotonet, pero este año, hasta el momento, tenemos una cosecha sin afección y la calidad es muy favorable.

VF. ¿Cuáles son las cifras de producción y venta que se han fijado en CANSO para la campaña 2023-2024?

PS. Las cifras que se estiman para este año oscilan alrededor de las 40.000 toneladas, no llegando hasta nuestra capacidad productiva máxima que se situaría alrededor de las 50.000 toneladas.

VF. ¿CANSO mantiene su superficie de cultivo de kaki en 1.400 hectáreas o por el contrario es una cifra a la baja?

“El calibre, debido a las lluvias caídas y a la cantidad de fruta que hay en los árboles, va a ser muy comercial”

“En Valencia ha habido granizadas fuertes en zonas mayoritarias de producción de kakis que van a provocar una bajada de la producción comercial esperada que hará que no haya excesos de oferta”

PS. La cifra se mantiene estable debido principalmente a nuestras políticas de plantación propia donde potenciamos y primamos la diversificación de productos.

VF. En los meses de verano, los operadores ya han realizado las primeras operaciones de compra-venta en campo a precios más que interesantes. ¿Se podrá mantener esta tónica durante el resto de la temporada?

PS. Las compras que se realizan por parte de los operadores no productores son puntuales y no cubren la gran parte de la campaña. Habitualmente son compras para recolección a inicio de campaña o a finales y de

campos seleccionados por su calidad, ubicación, climatología, etc.

No es nuestro caso, ya que nosotros comercializamos la producción de nuestros socios y no compramos en campo a los agricultores no organizados que están a expensas de la volatilidad de los mercados.

A pesar de ello, que se realicen compras en campo a precios elevados denota que los operadores y clientes priman el asegurarse la producción antes que pagar las cosechas a precios por debajo de la rentabilidad para los productores, y provocará umbrales mínimos de precios para garantizar dichas rentabilidades en las líneas comerciales cerradas con los clientes.

VF. En el tema de nuevos mercados, en octubre concluyen las últimas auditorias de calidad para poder exportar kaki al mercado chino. ¿Es un destino que entra en el plan de expansión de CANSO?

PS. Efectivamente que se abran nuevos mercados como es el caso de China, país que valora el kaki muchísimo, mejorará la dispersión de producto en los mercados, y un mercado tan potente como este puede beneficiar el resultado final.

En el caso de CANSO ya nos hemos preparado pasando las certificaciones oportunas necesarias para poder exportar a este país.

VF. A día de hoy, ¿podemos considerar el kaki un cultivo viable para los agricultores valencianos?

PS. Los últimos años la rentabilidad ha sido muy mala ante la falta de producción debido a la climatología o al bajo porcentaje de fruta comercial por culpa de las plagas.

El aumento de los costes de producción (fertilizantes, fitosanitarios, combustibles) e incremento de tratamientos para combatir las plagas, con productos inocuos, también ha bajado la rentabilidad.

Para volver a equilibrar la rentabilidad del cultivo tendremos que incrementar los precios de venta, además de mejorar el control de las plagas con todos los sistemas disponibles. Si no, algunos productores menos competitivos podrían abandonar el cultivo.

Soluciones AgroFresh para la conservación postcosecha de kakis

La multinacional proporciona equipos, productos y tecnologías digitales para mantener la calidad de los Persimmon

► AGROFRESH.

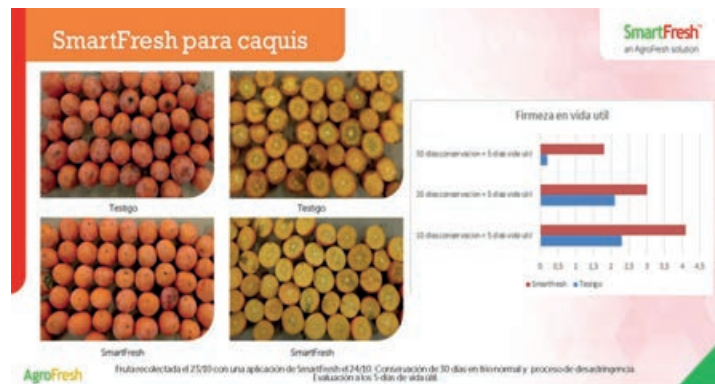
Evitar el desperdicio alimentario y prolongar la frescura de las frutas son los principales objetivos de AgroFresh, y por ello ofrece en su catálogo diferentes soluciones y tecnologías para la conservación del kaki.

SmartFresh™ contribuye a mejorar el ciclo de gestión del kaki, gracias a su galardonado principio activo 1-MCP, que ayuda a aumentar su rentabilidad ofreciendo frutos que conservan la firmeza durante mayor tiempo. La tecnología SmartFresh ayuda frente a los daños por frío

del kaki durante el periodo de almacenamiento, a lo largo de su transporte hasta la cadena de distribución y en el lineal del supermercado. El 1-MCP pone la maduración “en pausa”, ayudando a conservar a temperaturas bajas, manteniendo la firmeza y contribuyendo a extender el potencial de conservación de los frutos. La tecnología SmartFresh es especialmente valiosa a la hora de transportar productos a largas distancias, ayudando a mantener la frescura durante más tiempo, para satisfacer a los consumidores, reduciendo

las mermas e incluso permitir el acceso a nuevos mercados más lejanos.

AgroFresh también dispone en su catálogo el equipo Control-Tec™ Persimmon, una cámara de atmósfera controlada con CO2 que posibilita la programación y regulación automática de todo el proceso para la eliminación de la astringencia. Ayuda en la optimización, gracias a la regulación automática del caudal de inyección. Además, detecta cualquier anomalía durante el proceso, realizando análisis de seguridad en el interior de



la cámara durante su llenado y vaciado. Proporciona un control total sobre los procesos de conservación, maduración y eliminación de astringencia de kakis en las cámaras y facilita la observación y control de los parámetros ambientales de las cámaras en cualquier momento y desde cualquier dispositivo electrónico compatible. Asimismo, su versatilidad facilita la adaptación de esta tecnología a diversos tamaños de cámaras.

Además, AgroFresh ofrece la plataforma digital FreshCloud™, un software que se adapta a diversos cultivos facilitando datos

en tiempo real para que sean accesibles y procesables donde y cuando quieras. FreshCloud™ Inspection captura, organiza y analiza las métricas de calidad en tiempo real para ayudar a conseguir la máxima calidad de la fruta. Esta tecnología impulsa la precisión y la regularidad en todas las operaciones con inspecciones de calidad optimizadas y objetivas, y una visibilidad inteligente de los datos de principio a fin. Permite compartir informes automatizados que simplifican la comunicación durante las operaciones y en toda la cadena de valor.

KAKI persiMon®

LA ÚNICA MARCA
CON DENOMINACIÓN
DE ORIGEN PROTEGIDA.



25
ANIVERSARIO
1998 — 2023

PERSIMON.EU



Estamos de aniversario. Cumplimos 25 años cultivando y promocionando el Kaki Persimon[®], la fruta que ha cambiado el sabor del otoño.



¿Recuerdas la primera vez que probaste un Kaki Persimon[®]?
Aquella fruta desconocida entonces, esta de aniversario.

Celebramos los 25 años de la creación de la Denominación de Origen Protegida Kaki Ribera del Xúquer, que nació con el compromiso de dar a conocer una fruta única, bajo la marca comercial “Kaki Persimon[®]” exclusiva de nuestros asociados.

25 años de mucho trabajo, esfuerzo y dedicación para ofrecer una fruta única, y lo celebramos comprometiéndonos a seguir 25 años más mejorando, y cumpliendo con las expectativas de nuestros clientes y consumidores para seguir siendo los referentes del sector.

25
ANIVERSARIO
1998 — 2023

A TODOS LOS QUE HACÉIS POSIBLE EL KAKI PERSIMON[®] DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN KAKI RIBERA DEL XÚQUER, GRACIAS.

Gracias por elegir cada temporada el único kaki con Denominación de Origen. La única fruta de temporada. A sus productores, comprometidos con el territorio, su entorno y su sostenibilidad. Y a los consumidores, por elegir una fruta de cercanía, arraigada a nuestro territorio y por dar vida a nuestros agricultores.

persimon.eu



KAKI PERSIMON®

Kaki Persimon® es la marca registrada por la Denominación de Origen Protegida “Kaki Ribera del Xúquer” para identificar el caqui de carne crujiente, piel y pulpa anaranjada, y sin astringencia. La aparición hace **más de 25 años** de esta fruta entonces desconocida para la gran mayoría de los consumidores, fue una de las grandes novedades del sector, hasta posicionarse en la actualidad como una de las frutas de temporada de referencia. Por sabor, por calidad, garantía y versatilidad en su consumo. **Solo los kakis certificados por la Denominación de Origen pueden utilizar la marca registrada Kaki Persimon®.**

25 ANIVERSARIO
1998 — 2023



DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA KAKI RIBERA DEL XÚQUER



La **Denominación de Origen Protegida Kaki Ribera del Xúquer** es la única figura de calidad en el mundo que protege y distingue una variedad de caqui, la “Rojo Brillante”, variedad que apareció de forma espontánea en la década de los sesenta en la comarca de la Ribera Alta, en la provincia de Valencia, y única variedad amparada por la Denominación de Origen.

Además, las cooperativas asociadas a la Denominación de Origen representan más del 50% de la producción nacional de caqui “Rojo Brillante”. Por experiencia y profesionalidad, no solo por haber sido los pioneros de la introducción del **Kaki Persimon®**, son el auténtico referente en el sector.

OBJETIVOS DE LA DOP KAKI RIBERA DEL XÚQUER

Las Denominaciones de Origen son figuras de calidad creadas por la UE, cuyo objetivo es favorecer el mantenimiento y desarrollo de las zonas rurales con producciones diferenciadas como es el caqui de la variedad **Rojo Brillante**. Cada vez que eliges un caqui de nuestra Denominación de Origen, eliges ayudar a mantener la actividad de nuestros agricultores, de nuestras cooperativas, el compromiso de estas con el entorno y con el paisaje de las zonas rurales. Por lo tanto, no solo eliges sabor, calidad y garantía, eliges compromiso y futuro para el campo español.



LLEVAMOS 25 AÑOS PROMOCIONANDO EL KAKI PERSIMON®.

JUNTOS HEMOS ANDADO MUCHO CAMINO, PERO
TODAVÍA NOS QUEDA MUCHO QUE RECORRER JUNTO A
NUESTROS CLIENTES. POR ESO SEGUIREMOS REALIZANDO
ACCIONES QUE OFREZCAN VALOR AÑADIDO. NUESTRO
PLAN ESTRATÉGICO PREVÉ SEGUIR TRABAJANDO EN LOS
PRÓXIMOS AÑOS TODOS ESTOS FORMATOS



TV Y ONLINE

Seguimos utilizando diversos
formatos en televisión (patrocinios,
momentos internos, spots) para la
**promoción del Kaki Persimon®, con
programas de máxima audiencia,
de la mano de prescriptores y de
formatos innovadores** que nos
permitan llegar a los consumidores.



REDES SOCIALES

**Las redes sociales han cobrado
un gran protagonismo en
los últimos años por lo que
seguiremos activos, ofreciendo
contenido útil sobre consumo:**
época de la campaña, condiciones
de conservación, características
y conocimiento del producto,
además de información
nutricional, vídeo consejos, vídeo
recetas e información general
sobre el **Kaki Persimon®.**



ACCIONES CON LA PRENSA



**Además, este año, nuestro plan
estratégico incluye acompañamiento
de gabinete de prensa y acciones
de relaciones públicas,** con el fin de
reforzar la comunicación de campaña y
ayudarnos a alcanzar nuestros objetivos
establecidos, así como amplificar la
comunicación de los 25 años desde
la creación de la **Denominación de
Origen Protegida Kaki Ribera del
Xúquer.**



Junto con estas acciones principales,
seguiremos apostando por todas aquellas actividades específicas
que generen conocimiento y valor añadido para
nuestros clientes y consumidores.

XIMO MANDRAMANY / Responsable Sectorial de kaki de La Unió Llauradora

“El sector del kaki tiene grandes expectativas en el acuerdo con China”

Dos perspectivas casi opuestas retratan la campaña 23-24 de kaki. A nivel productivo, Ximo Mandramany estima que el destrío supera en la mayoría de los casos el 50%, por lo que la producción no llegará a las 250.000 toneladas. Las responsables, las altas exigencias de la gran distribución. En consecuencia, “al consumidor sólo le llegará lo mejor de lo mejor; un kaki de excelente calidad, aunque sea a costa del productor”, señala el responsable sectorial de La Unió. Por otro lado, esta campaña empieza con buen pie para la comercialización. La apertura del mercado chino puede ser un gran impulso para el kaki español, hacer que “se incremente la demanda, se descongestione el mercado europeo y, en condiciones normales, aumente el precio”.



Ximo Mandramany destaca nuevas dificultades agronómicas que está provocando el cambio climático. / LA UNIÓN

► GONZALO GAYO. VALENCIA.

Valencia Fruits. ¿Se confirman las previsiones que apuntan a una recuperación de la producción del kaki en esta campaña?

Ximo Mandramany. Antes de comenzar, es importante destacar que la producción potencial no es la producción comercial. A los productores únicamente nos compran la fruta comercial perfecta, como si el kaki, en lugar de cultivarse al aire libre expuesto a las condiciones meteorológicas, se produjera en una nave.

Por ello, en esta campaña habrá mucho destrío, que en la mayoría de los casos superará el 50%.

Con estos datos, nuestras perspectivas de producción son mucho menores que en algunas campañas previas y creemos que difícilmente llegaremos a las 250.000 toneladas.

VF. ¿Qué se espera en cuanto a calidad?

XM. La calidad de esta campaña será, como ha sido hasta ahora, excelente. El modelo comercial con el que trabaja el sector del kaki —y el frutícola en general— busca la excelencia. Por eso, al consumidor sólo le llegará lo mejor de lo mejor: un kaki perfecto de una calidad excepcional.

Pero estas exigencias recaen siempre sobre el agricultor, pues la distribución y la comercialización nunca se hacen cargo ni asumen el coste de la fruta que se rechaza comercialmente.

VF. ¿Cómo han afectado al cultivo las últimas inclemencias meteorológicas y demás adversidades?

XM. No podemos obviar que cada vez los agricultores debemos hacer frente a más desafíos. Destacan, por un lado, los episodios de mal tiempo, cada vez más frecuentes e intensos, y, por otro, las plagas.

En suma, el resultado es que el productor debe asumir



Ximo Mandramany: “Esperamos que las nuevas salidas comerciales den un respiro al sector y que ese incremento de precio llegue hasta el productor y no se quede, como ya viene siendo costumbre, en los eslabones intermedios de la cadena”. / LA UNIÓN

en muchas ocasiones pérdidas que superan el 50 o 60% de su producción real.

Otro problema que está adquiriendo cada vez más importancia es el cambio climático. No sólo por los temporales antes mencionados, sino también porque genera otros muchos problemas a lo largo de la campaña, como la falta de cuajado en algunas zonas concretas y que puede provocar, a fin de cuentas, la desaparición del cultivo de kaki.

En este caso, desde La Unió proponemos el estudio de nuevas variedades más adaptadas las nuevas condiciones climáticas y que la línea del seguro cubra todos los daños que se produzcan.

VF. Pasando de la producción a la comercialización, ¿qué expectativas hay con los prime-

“En esta campaña habrá mucho destrío, que en la mayoría de los casos superará el 50%. Con estos datos, nuestras perspectivas de producción son mucho menores que en algunas campañas previas y creemos que difícilmente llegaremos a las 250.000 toneladas”

“Desde La Unió proponemos el estudio de nuevas variedades más adaptadas las nuevas condiciones climáticas y que la línea del seguro cubra todos los daños que se produzcan”

“El mercado chino podría absorber una gran parte de nuestra producción debido a su gran potencial y sería clave para descongestionar el mercado europeo y, en consecuencia, para ajustar los precios”

ros envíos a China durante esta campaña?

XM. Lo cierto es que el sector productor tiene puestas en el reciente acuerdo comercial con China grandes expectativas.

El tamaño y el potencial del mercado asiático pueden absorber gran parte de nuestra producción y, además, ser clave para descongestionar el mercado europeo y, en consecuencia, para ajustar los precios.

No obstante, vamos a ser cautos este primer año y a ver cómo se desarrolla porque, por ejemplo, las exigencias fitosanitarias del país asiático son muy elevadas y no nos gustaría que ningún irresponsable se aprovechara y causara graves perjuicios al resto del sector por no cumplir con la trazabilidad.

VF. En línea con lo anterior, ¿tiene potencial el kaki en nuevos mercados?

XM. En La Unió consideramos que la apertura de cualquier mercado es fundamental para la viabilidad del sector. En el caso de los internacionales, como el chino, hará que se incremente la demanda, se descongestione nuestro mercado habitual y, en condiciones normales, aumente el precio.

VF. ¿Cómo ve el futuro del sector?

XM. A nivel productivo, cada año nos enfrentamos a más retos. Cada vez hay más dificultades agronómicas y cuesta más producir este cultivo. Tampoco ayuda la escasa rentabilidad, pues ha ido bajando año tras año y el ligero incremento de cotizaciones no está compensando ni la subida de los costes ni el destrío de la fruta.

Sin embargo, esperemos que las nuevas salidas comerciales den un respiro al sector y que ese incremento de precio llegue hasta el productor y no se quede, como ya viene siendo costumbre, en los eslabones intermedios de la cadena.



Aguado resalta las cualidades del kaki: "Es una fruta que gusta, quien la prueba repite", recalando la necesidad de conquistar más mercados. / VF

CRISTÓBAL AGUADO LAZA / Presidente de AVA-Asaja

"China debería ayudar a lograr una comercialización más fluida y positiva"

El presidente de AVA, Cristóbal Aguado, constata una recuperación del kaki con precios al alza, si bien advierte que los agricultores sufren una escalada de precios en los costes soportados. Los primeros envíos a China y la apertura de nuevos mercados respaldan la extrema calidad del producto e invitan al optimismo de cara al futuro. Aguado insta a unir esfuerzos en torno a una Interprofesional del kaki para conquistar un futuro "brillante" para el sector.

■ GONZALO GAYO. VALENCIA.

Valencia Fruits. ¿Cómo está arrancando la campaña del kaki? ¿Se confirma la recuperación de la producción?

Cristóbal Aguado. Estamos ante una campaña bastante diferente a la anterior, afortunadamente. El año pasado hubo un desplome de la producción histórica, del 70%, y la mayoría de los agricultores perdieron dinero, lo que aceleró el abandono del cultivo. Este año, en cambio, hay una recuperación generalizada de la producción valenciana de kaki. No llegará a ser una cosecha normal, porque hay zonas afectadas por las tormentas de pedrisco, y menos aún se acercará a las cantidades récord de hace tres o cuatro años, pero indudablemente habrá suficiente para abastecer a los mercados.

VF. ¿Qué evolución constata en los precios a pie de campo?

CA. Como la oferta no resulta excesiva y además hay una excelente calidad de la fruta, estamos notando unos movimientos de mercado interesantes. Los operadores comerciales empezaron a comprar pronto y a medida que han avanzado estas semanas los contratos de compraventa se han ido cerrando a precios al alza, superiores a los que había un año atrás. Aunque es evidente que los elevados costes de producción ajustan cada vez más el umbral de rentabilidad. Todo está carísimo: los abonos, los fitosanitarios,



Cristóbal Aguado constata una recuperación generalizada e insta a la unidad del sector del kaki. / GONZALO GAYO

los combustibles, la energía eléctrica para extraer las aguas subterráneas, la maquinaria, las reparaciones, etc. En todos los sectores agropecuarios estamos sufriendo una escalada de los insumos hasta tal extremo que, si no mejoran los precios en proporción, los números no salen.

VF. ¿Las plagas y enfermedades continúan siendo un problema en el kaki?

"Como la oferta no resulta excesiva y además hay una excelente calidad de la fruta, estamos notando unos movimientos de mercado interesantes"

CA. Por supuesto. Seguimos arrastrando el grave problema de la falta de soluciones —ya sean fitosanitarias o biológicas— para prevenir y combatir las plagas y enfermedades del

cultivo. Hay unas zonas más vulnerables que otras, donde los cotonets, las moscas blancas y la mancha foliar ponen en entredicho la viabilidad del kaki. Tenemos evidencias de que las

"Siempre hemos insistido en la necesidad de abrir nuevos mercados para nuestros kakis, sobre todo desde el veto ruso"

cubiertas vegetales y otras prácticas culturales pueden ser un buen complemento para luchar contra estos patógenos, pero queda mucho trabajo por hacer. Desde AVA-Asaja reiteramos a las administraciones que no supriman ninguna materia activa mientras no exista una alternativa viable, que destinen más recursos para investigar esas alternativas y que establezcan reciprocidad a las importaciones de países terceros.

VF. ¿Qué expectativas hay con los primeros envíos a China durante esta campaña?

CA. Toda piedra hace pared. China debería ayudar a lograr una comercialización más fluida y positiva para el conjunto del sector. Siempre hemos insistido en la necesidad de abrir nuevos mercados para nuestros kakis, sobre todo desde el veto ruso. Es una fruta que gusta, quien la prueba repite, con sabor, textura y excelentes propiedades organolépticas. Tras China tendrían que conquistarse muchos más destinos exteriores en América, Asia y África. Si disponemos de más mercados internacionales y hacemos una mejor promoción, podremos incrementar el consumo y la demanda del kaki.

VF. En este sentido, ¿insiste en la necesidad de crear una Interprofesional del Kaki?

CA. Una vez más ofrecemos nuestra colaboración para, entre todos, poner en marcha una Interprofesional del Kaki que contribuya a coordinar e impulsar medidas beneficiosas para los distintos eslabones de la cadena de valor. No me cansaré de destacar el enorme esfuerzo promocional que ha efectuado la Denominación de Origen Kaki Ribera del Xúquer, pero creo que debemos dar un paso adelante y ello pasa por la constitución de una interprofesional que sea capaz de obtener más fondos con el objeto de extender una campaña de promoción más potente y eficaz, a la vez que permita tomar acuerdos que sólo competen a una interprofesional.

VF. ¿Qué apoyo necesitan los agricultores por parte de las administraciones y cómo ve el futuro del sector?

CA. El kaki tiene un futuro brillante si el sector trabaja unido y las administraciones se ponen las pilas para garantizar una rentabilidad digna a los productores.

Entre las reivindicaciones destacamos la búsqueda de soluciones eficaces contra las plagas y enfermedades, la investigación en nuevos pies, variedades y procesos de maduración, la adaptación del seguro agrario a las necesidades reales del cultivo, la apertura de los mercados, el impulso de la promoción y el cumplimiento de la Ley de la Cadena Alimentaria de manera que los precios permitan cubrir los costes medios de producción y garantizar la calidad de vida que merecemos. Hay muchas asignaturas pendientes, pero con inteligencia y trabajo todo es posible.

Sabemos que cuidar
cada pieza no solo
va de fruta.

Va de campo
y de personas.



DisplaFruit

CARLOS NEMESIO / Responsable de Kaki del Grupo Anecoop

“Tenemos que ofrecer un producto atractivo sin que el socio vea comprometida su rentabilidad”

A punto de dar el pistoletazo de salida a una nueva temporada, desde el Grupo Anecoop, el responsable de Kaki, Carlos Nemesio, confirma que la campaña 2023-2024 se caracteriza por una recuperación de cosecha en comparación al año pasado, aunque todavía lejos de las cifras récord de hace 4 y 5 años. A un 70% del potencial productivo, el grupo cooperativo ha preparado a conciencia esta nueva campaña con el fin de responder de manera eficaz y rápida a los contratiempos que puedan surgir durante los próximos meses. En principio, desde el Grupo Anecoop se espera una temporada más tranquila que la anterior.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. A pocos días de comenzar la campaña comercial de kaki, ¿qué podemos decir de la temporada 2023/24?

Carlos Nemesio. En el conjunto del sector, el dato más destacado es la recuperación de la producción respecto al año pasado, si bien las cifras no llegan al volumen de hace tres y cuatro años. Con las previsiones de cosecha a nivel nacional, el volumen esperado será suficiente para abastecer al mercado.

Este es el mensaje general que también compartimos desde Anecoop. En nuestro caso, el volumen total que manejamos es de un 70% de la capacidad productiva del Grupo Persimon. Son cifras de recolección similares a las de 2021, un ejercicio que estuvo marcado por el cotonet, pero este año la diferencia es que contamos con un mayor rendimiento comercial.

VF. Las informaciones que llegan desde el campo son buenas operaciones de compraventa a precios altos. ¿Será la tónica general durante la temporada?

CN. Esto sería el escenario ideal, aunque todavía es muy pronto para predecir el comportamiento del mercado.

Lo cierto es que venimos de dos años climáticos en los que casi todos los productos hortofrutícolas han sufrido daños de algún tipo, lo que ha derivado en mermas de oferta. Esto ha hecho que los programas de compraventa se organicen con antelación y no haya tanta especulación en los precios a pie de campo.

VF. A pesar de este inicio “más ordenado” y la recuperación de la cosecha, el kaki sigue perdiendo peso en España. ¿En Anecoop también descende la superficie de cultivo?



Carlos Nemesio espera que esta temporada sea más llevadera que la pasada. / NEREA RODRIGUEZ

CN. Ciertamente, a nivel nacional se constata un descenso de la superficie de cultivo de kaki, al igual que en la Comunidad Valenciana.

Sin embargo, en Anecoop mantenemos las mismas hectáreas de producción de los últimos cinco años, cuando se decidió cerrar la entrada de nuevas hectáreas de kaki, medida que a día de hoy se mantiene.

VF. ¿Podemos afirmar entonces que el kaki es un cultivo rentable para el socio de Anecoop?

CN. El kaki es un cultivo rentable para nuestros socios; si no fuera así, no recibiríamos peticiones de entrada de nuevas plantaciones. Sin embargo, hablar de números es complicado al tener 17 cooperativas dentro de Anecoop trabajando el kaki, amparadas por el Grupo Persimon. Cada una tiene sus dimensiones, costes... Pero, en

“El kaki es un cultivo rentable para nuestros socios; si no fuera así, no recibiríamos peticiones de entrada de nuevas plantaciones”

general, para el socio de Anecoop es un cultivo rentable.

VF. Después de los efectos negativos derivados del cotonet hace dos años, ¿Anecoop cuenta con líneas de I+D para la búsqueda de productos efectivos y autorizados frente a plagas y enfermedades?

CN. El equipo de Producción y Desarrollo lleva años investigando en soluciones y modos de combatir y prevenir plagas como el cotonet, la Mycosphaerella, la mosca o la negrilla.

Se está llevando a cabo un estudio de la aplicación de aceites minerales en campo, y, gracias al convenio que hemos firmado

este año con la empresa Koppert, estamos realizando ensayos de fauna auxiliar de control de plagas orientados al cotonet.

También hay en marcha un proyecto en colaboración con el IVIA para la evaluación de la fisiología del cuajado y abscisión del fruto del kaki, que consiste en entender los efectos de los distintos sistemas de fertirrigación en el fruto, para dominar más el cultivo.

VF. Centrándonos ahora en la parte comercial, la novedad este año es la apertura del mercado chino. ¿Hasta que punto es importante esta noticia?

“El volumen total que manejamos es de un 70% de la capacidad productiva del Grupo Persimon”

CN. China es un mercado importante por el potencial de consumo que tiene. Además, su apertura para el kaki es todo un hito. No obstante, también hay que tener en cuenta los requisitos a cumplimentar, que no son pocos, y cuál es el resultado final entre coste-precio percibido.

Por lo tanto, en esta primera campaña se harán pruebas, con envíos de tres a cuatro contenedores, en fechas en las que la fruta viaja mejor y con toda la tecnología necesaria para que llegue en óptimas condiciones. Se trata de un mercado muy grande, que conoce el producto y donde hay mucho por explorar. Su rentabilidad dependerá de las empresas que haya con capacidad de asumir los costes que representan estos envíos y no tener problemas con el estado de la fruta una vez llegue a destino.

VF. ¿Qué podemos adelantar de la situación de los mercados tradicionales para el kaki de Anecoop?

CN. Estamos en un periodo de contracción de la demanda generalizada que afecta no solo a frutas y hortalizas sino a toda la alimentación y prácticamente a todos los productos de consumo.

En este escenario, tenemos que ser lo más competitivos posible. Un gran reto teniendo en cuenta los altos costes de producción que aún persisten. A pesar de ello, tenemos que trabajar para ofrecer un producto atractivo sin que el socio vea comprometida su rentabilidad.

De los destinos con más peso en la cuota de exportación del Grupo Anecoop —Francia, Alemania, Reino Unido e Italia— el país vecino es el que más incertidumbres presenta debido a la Ley de Envases. Ley que obliga a la eliminación del plástico en las unidades de venta inferiores a un kilo. Ahora mismo estamos en un periodo de moratoria en su aplicación que acaba el 1 de enero de 2024. Sin embargo, la mayoría de las cadenas de supermercados que operan en Francia ya han informado de que van a adelantar la puesta en marcha de esta medida, precisamente con los productos de ‘otoño-invierno’. La preocupación viene por el hecho de que ahora mismo las alternativas al plástico propuestas no son fáciles de conseguir, son poco operativas, poco funcionales, y además son más caras.



¡Visítanos del 3 al 5 de octubre!

fruit attraction

📍 Pabellón 10 Stand 10D21

OUR INNOVATION, YOUR EFFICIENCY
TU SOLUCIÓN GLOBAL

Automatización | Tratamiento | Calibrado | Clasificación | Robótica | Packing

“Realizamos una preparación de campaña más minuciosa y organizada para responder mejor a las dificultades que puedan aparecer, incluso evitarlas si es posible”

Todo esto puede condicionar la disponibilidad de servicio de este tipo de formatos que, por si fuera poco, son de los más consumidos en Francia (en torno al 30% de las ventas de frutas y hortalizas frescas).

VF. ¿Cuál es el peso real de la promoción a la hora de lograr una mayor presencia del kaki en las casas tanto españolas como del resto de Europa?

CN. Ahora mismo, el kaki ‘Rojo Brillante’ español no tiene competencia de otros países, aunque coincide en el lineal con otras frutas de otoño-invierno como manzanas y peras, frutas con un consumo muy arraigado.

Esta coincidencia en el calendario con frutas más convencionales hace que las campañas de promoción tengan un peso muy importante para dar a conocer el kaki entre los consumidores. Pese a que lleva ya más de 25 años en el mercado y se ha realizado una importante inversión durante todo este tiempo para popularizarlo, todavía tiene recorrido y potencial de consumo porque a día de hoy hay muchos consumidores, tanto dentro como fuera de España, que no lo conocen.

Este desconocimiento no significa una falta de eficacia de las campañas de promoción. El asunto es más complejo, hay muchos factores y actores a tener en cuenta. Sea como sea, a pesar de las dificultades, en Anecoop estamos convencidos de la necesidad de hacer promoción, de su importancia, de su poder de penetración... y seguiremos apostando por el marketing con campañas dirigidas al consumidor para lograr que el kaki Persimon®, en nuestro caso siempre bajo nuestra marca Bouquet, se convierta en un producto tradicional en la cesta de la compra de cualquier comprador.

VF. DO Kaki de la Ribera del Xúquer vs Interprofesional del Kaki. ¿Cuál es la postura del Grupo Anecoop?

CN. En primer lugar, aclarar que actualmente no existe una Interprofesional del Kaki, aunque es cierto que es una petición recurrente en los últimos años a tener en consideración.

Respondiendo a la pregunta, el escenario perfecto sería que las dos entidades fueran de la mano. Lo mejor para el kaki y para su futuro es que todos trabajemos en una misma dirección.

VF. Mientras llega ese “escenario perfecto”, ¿por dónde pasa el futuro del kaki?

CN. El futuro del cultivo pasa, en primer lugar, por alargar el calendario mediante la obtención de nuevas variedades, cambio de patrones, introducción de nuevas tecnologías postcosecha, nuevos tratamientos para poder empezar antes la temporada y acabarla más tarde... También haciendo hincapié en la promoción para dar a conocer el producto y lograr que se convierta en una fruta que no puede faltar en la cesta de la compra en los meses de otoño e invierno, aumentando así, sus cifras de consumo per cápita. Por supuesto, la calidad es condición sine qua non, junto con una oferta organizada y concentrada.

Estos aspectos son precisamente puntos clave en la gestión del Grupo Persimon.

VF. Por último, ¿cuáles son las sensaciones que transmite la campaña? ¿El responsable de Kaki del Grupo Anecoop tendrá una temporada “más tranquila” que el año pasado?

CN. En este sector no hay campañas tranquilas sencilla-



El kaki aún tiene recorrido y potencial de consumo dentro y fuera de España. / RF

mente porque ninguna es igual a otra. Y encontrar un término medio tampoco es fácil. Aclarado este punto, y con los datos que manejamos, espero que esta temporada sea más llevadera que la pasada.

En los últimos años, realizamos una preparación de campaña más minuciosa y organizada para responder mejor a las dificultades que puedan aparecer, incluso evitarlas si es posible. Este trabajo lo desarrollamos tanto con las cooperativas como con los clientes. Ello nos permite afrontar la temporada con más fluidez, de manera ordenada y con la mínima improvisación.





En Decco hemos desarrollado un protocolo de actuación para la limpieza y sanitización de kakís con la instalación de la lavadora para kaki sobre la línea de confección, unido al uso de Decco San FH

► **JAUME SANTONJA.** DECCO IBÉRICA.
El kaki Persimmon es un cultivo relativamente nuevo en España cuyo despegue económico como un cultivo que puede complementar al cítrico se dio en la década de 2005-2015. De acuerdo con las estimaciones de Pascual Prats, presidente de la Asociación Española del Kaki, la campaña 2023 tiene una previsión clara de mejora de la producción, con unos 300 a 320k toneladas esperadas, pendientes de los fenómenos meteorológicos.

■ **CUIDADOS POSTCOSECHA DEL KAKI**
Para alargar la comercialización del Persimmon se deben tener en cuenta ciertas consideraciones:

- Se debe entrar en la cámara fruta con calidad suficiente, sin manchas ni plagas.
- No se debe cosechar después de lluvias o un periodo de alta humedad.
- Se deben evitar partidas afectadas por el granizo para la conservación.
- Hay que vigilar la presencia de plagas en las partidas compradas.
- Hay que efectuar una correcta desinfección y puesta a punto del almacén y las cámaras de conservación.
- Se deben limpiar y desinfectar los palots.

Para conseguir una comercialización de una fruta de calidad debemos apoyarnos en el conocimiento de un experto, ya que hay que tener en cuenta muchos parámetros.

Condiciones idóneas para la conservación del kaki Persimmon en postcosecha:

- Mantener la fruta a una temperatura estable entre 0-1°C
- Humedad relativa entre 90-95°C
- Oxígeno entre el 3-5%
- Dióxido de carbono entre el 5-8%
- La cámara debe estar libre de etileno.
- Firmeza de los frutos superior a 4.5kg/cm³.
- Brix entre 17 y 20.

De no tener en cuenta estas pautas, con una alta probabilidad nuestra fruta sufrirá daños.

Daños por frío: *Ablandamiento.*
Daños por etileno: *Senescencia del fruto.*
Bajo oxígeno: *Pérdida del sabor.*
Distorsiones en el % de dióxido de carbono: *Pardeamiento interno.*

Decco: control postcosecha en el kaki

■ FITOPATOLOGÍAS POSTCOSECHA DEL KAKI Y SOLUCIONES DE DECCO

El kaki sufre principalmente de dos tipos de fitopatologías:

- Hongos saprófitos (negrilla).
- La *Alternaria alternata* (Mancha negra).

■ NEGRILLA DEL KAKI

Hay una clara simbiosis positiva entre las cochinillas algodonosas, comúnmente conocidas como cotonets, y la proliferación de los hongos saprófitos que generan la negrilla. De acuerdo con el manual de la GVA sobre 'Gestión integrada de plagas y Enfermedades del caqui', la secreción por parte de las cochinillas algodonosas de una melaza con gran cantidad de azúcares es idónea para el desarrollo de estos hongos y que



Ilustración 2. Simbiosis positiva cotonets con la negrilla del caqui. Fuente Agronews C.V.

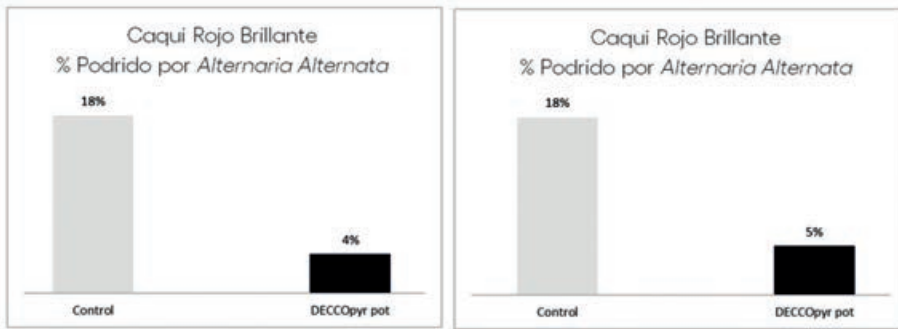
INFORMACIÓN

1. REGISTRADO EN ESPAÑA ES-00186
2. FORMATO COMERCIAL DE 250 GR. Y 1000 GR.
3. SECUENCIA DE USO RECOMENDADA
4. 1MCP-DECCOpyr pot-DESASTRINGENIA

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

1. PIRIMETANIL 30% GE
2. PRODUCTO PREVENTIVO Y CURATIVE
3. AMPLIO ESPECTRO FUNGICIDA

Ilustración 4. Información del DECCO Pyr pot



72% Eficacia

79% Eficacia

Ilustración 5. Dos ensayos de eficacia del DECCO Pyr pot

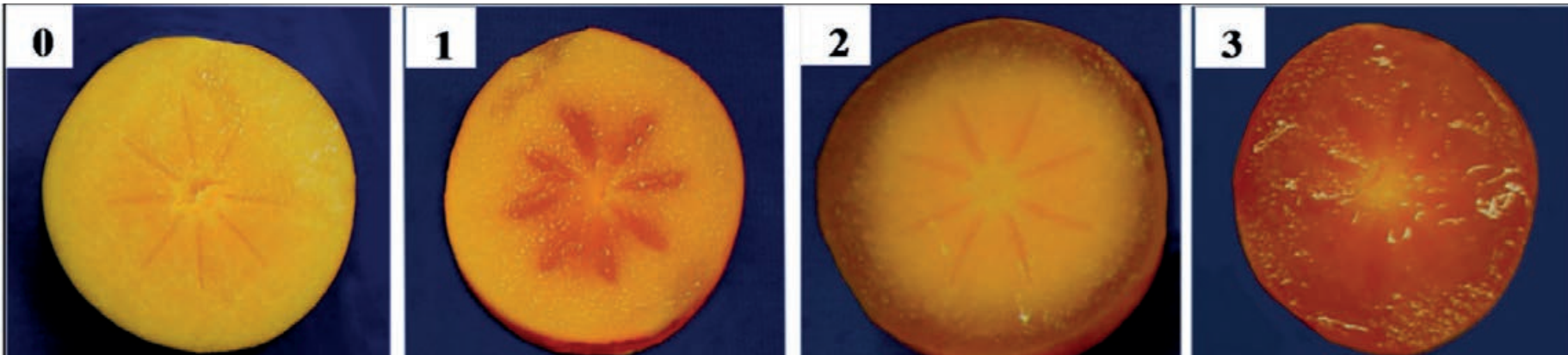


Ilustración 1. Escala utilizada para evaluar la severidad de los daños por frío, (0) fruta sana; (1) ablandamiento central en ausencia de semillas; (2) ablandamiento externo en epidermis y capas de parénquima; (4) fruta completamente ablandada (Tessmer et al., 2019).



Ilustración 3. Infección de Alternaria Alternata en Kaki Persimmon.

En Decco hemos diseñado Decco Pyr pot, única solución con registro postcosecha para la mancha negra del kaki, que se utiliza en las cámaras de kakís para disminuir la proliferación de hongos

su proliferación cree este manto negruzco que se adhiere a los frutos.

En principio, la negrilla no afecta a la calidad organoléptica del fruto, salvo en caso de desarrollarse bajo el sépalo que hará que el fruto madure más rápidamente. Sin embargo, los frutos afectados de estos hongos, si que verán reducido su valor comercial.

En Decco hemos desarrollado un protocolo de actuación para la correcta limpieza y sanitización de los kakís gracias a la instalación de lavadora para kaki, instalado sobre la línea de confección, unido al uso del Decco San FH cuyo cometido es poder comercializar frutos sanos, seguros y, dentro de lo posible, potenciar su valor comercial al limitar la presencia de negrilla en la superficie del fruto.

■ MANCHA NEGRA DEL KAKI

Decco Pyr pot es la única solución con registro postcosecha para la mancha negra del kaki

La *Alternaria alternata* es la patología postcosecha que más afecta la vida postcosecha del kaki, se reportó y estudió por primera vez en Israel en 1981. Se trata de un hongo que se encuentra presente en el campo y que se desarrolla durante la postcosecha, infectando el fruto cuando está maduro y cuando las defensas naturales de la piel son menores.

La *Alternaria alternata* es un hongo polífago que se visibiliza por unas características manchas negras, que suelen empezar en las hojas y en el fruto pero que puede afectar a toda la planta. Las esporas de este hongo se desarrollan en materia orgánica muerta (hojas, brotes, frutos...) y se diseminan e instalan en toda la parcela por la acción del viento, la lluvia...

Los factores que inducen al crecimiento de este hongo son el calor y la humedad constante, por lo que la postrecolección es un punto de la cadena de suministro crítico, pues es cuando se dan estas condiciones.

En Decco hemos diseñado Decco Pyr pot que se utiliza en las cámaras de kakís para disminuir la proliferación de hongos como la *Alternaria alternata*. Así se consigue aumentar la cantidad disponible de fruta para su comercialización.



La Ribera del Xúquer es el único lugar del mundo donde se cultiva el kaki Persimon®, producto de calidad diferenciada con DOP. / MOLT DE GUST

Kaki Persimon®, la fruta del deportista

► MOLT DE GUST.

Cultivado desde antaño en la Comunitat Valenciana, a mediados del siglo XX surge en la Ribera del Xúquer (Valencia) una variedad de kaki autóctona que supone una auténtica revolución tanto en su cultivo como en su comercialización: el kaki Persimon®. Bajo esta marca comer-

cial se distingue a la variedad 'Rojo Brillante', una variedad singular que se diferencia por su gran calibre, textura y características organolépticas únicas.

El kaki 'Rojo Brillante' empezó a cultivarse en la Comunitat Valenciana en los años cincuenta, siendo la Ribera Alta y Baja, Alcañet y el Valle d'Albaida las

principales zonas productoras. Su producción asciende a 350 millones de kilos en España, de los cuales el 95% se produce en la Comunitat Valenciana. El 20% de la producción de kaki Persimon® se destina al mercado nacional y el 80% a la exportación, principalmente a los países de Italia, Francia y Alemania.

La Ribera del Xúquer es el único lugar del mundo donde se cultiva el kaki Persimon®, producto de calidad diferenciada con Denominación de Origen Protegida de gran calibre y sabor dulce y estable durante toda la campaña, que normalmente se extiende de octubre a diciembre.

El kaki Persimon® es un fruto de consistencia firme, piel y carne anaranjada, sin astringencia y con pulpa crujiente, similar a una manzana o un melocotón. Fácil de cortar y pelar, resulta perfecto para su utilización en la cocina, pudiéndose incluso consumir con piel. Al contener antioxidantes y potasio, vitamina A y C y alto contenido de agua y fibra, es la fruta perfecta para recuperarse tras la práctica deportiva.

Convertido en el kaki favorito de los consumidores, que valoran su versatilidad y sus óptimas cualidades de sabor, vistosidad y color, el kaki Persimon® supone un cambio radical respecto a la forma de consumo tradicional de los países mediterráneos, donde el fruto presentaba una consistencia gelatinosa de difícil manejo y comercialización. Siguiendo técnicas tradicionales del antiguo Japón, y mediante un tratamiento natural consistente en mantener la fruta en un ambiente de anoxia (ausencia de oxígeno), se consiguen eliminar los taninos presentes en la fruta, responsables de la astringencia, para obtener un kaki de consistencia dura, pulpa crujiente y sabor dulce.

Aunque el kaki Persimon® se consume preferentemente en fresco, cada vez más cocineros recurren al kaki de la Ribera del Xúquer como ingrediente en sus elaboraciones de alta cocina. El resultado son recetas originales que cuentan historias sobre productores y productos y que ayudan a construir una cocina de producto y relato en la Comunitat Valenciana.

La solución más eficaz y ecológica al problema de la mosca de la fruta.

Producto apto para su uso en Agricultura Ecológica de acuerdo con Reglamentos (UE) nº2018/848 y nº2021/1165. Control ECOCERT F-32600

www.planthealth.es



DECCO Pyr Pot

Fungicida

Tenemos la solución contra la Alternaria Alternata del kaki

- Registro definitivo en kaki ES-00186
- Solución fumígena
- Basado en pirimetanil, molécula de bajo perfil toxicológico



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

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

deccoiberica.es