

**3 Balance citrícola**  
Paco Borrás: La campaña 22/23 cierra con datos discretos a pesar del récord en precios



**4 Interceptaciones**  
Se disparan las detecciones de Mancha negra en cítricos importados

# valencia fruits

12 de septiembre de 2023 • Número 3.037 • Año LXI • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La sandía y el melón han alcanzado en momentos puntuales un alto precio en los puntos de venta debido a la falta de producto en el campo. / ARCHIVO

## Recta final para la campaña 2023 de melón y sandía

Desde COAG califican esta campaña de melón y sandía como una “montaña rusa”

### VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los productores españoles de sandía y melón se encuentran en la recta final de la campaña con la sensación de haber pasado una “montaña rusa”, tanto en relación a los precios como a la producción, con picos en los que los cultivos se han perdido totalmente y notables diferencias entre zonas productoras.

Así lo ha explicado el responsable de frutas y hortalizas de la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG), Andrés Góngora, quien ha apuntado que, durante esta campaña, se ha pasado de “mo-

mentos de sobreproducción” a otros en los que no había producido. En julio, por ejemplo, la situación en los cultivos fue de “preocupación”, ya que las incidencias climáticas, como el granizo, provocaron el destrozo de gran parte de las plantaciones y, con ello, el incremento de precios de estas frutas en los supermercados.

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.

A juicio del responsable de COAG, no se puede determinar

que esta campaña haya sido “buena o mala”, ya que en algunas zonas productoras se ha cifrado en hasta un 50% la pérdida de los cultivos, mientras que en otras sí ha habido rendimientos muy buenos.

### MENOS CULTIVOS Y MÁS IMPORTACIONES

Los últimos datos publicados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) señalan que la superficie de melón y sandía en la campaña 2023 se ha visto “singularmente afectada” por la menor disponibilidad de recursos hídricos. Algo que ha

condicionado las decisiones de siembra en las zonas productivas del sur y este español, según el MAPA.

En cuanto al comercio, se ha producido un incremento de las importaciones españolas ante las previsiones de caída de producción; en el caso del melón, se han recuperado los volúmenes a contraestación de Brasil acompañados de un alza de los suministros originarios de Senegal. Y en el caso de la sandía, los últimos datos disponibles del MAPA reflejan la caída de la producción en España, que ha favorecido las importaciones de Marruecos.



### Esta semana

**5** Arranca la campaña de la uva del Vinalopó

Retos y desafíos de la industria del mango de Perú

**6** “Cuestión de supervivencia: o ellos o nosotros”, artículo de Inmaculada Sanfeliu

**8** Copsemar muestra sus líneas de investigación y nuevas variedades

Confirmado el primer caso de avispa Vespa velutina en la CV

### La empresadela semana



### ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	8
Noticias de empresas:	10
Agrocotizaciones:	16

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



valencia  
**fruits**

#### Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA  
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

#### Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

#### Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

#### Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

#### Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

#### Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

#### Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

#### Preimpresión

RAFAEL CABO CORTELL

■ preimpresion@valenciafruits.com

#### Administración y Suscripciones

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ suscripciones@valenciafruits.com

#### Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

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

# Los agricultores están hartos

Por GONZALO GAYO

Miles de agricultores y ganaderos españoles se han manifestado en Córdoba, frente a la reunión de ministros de Agricultura de la Unión Europea en el marco de la presidencia española, para protestar por “los continuos ataques que recibe el sector agrario”. Convocados por las organizaciones agrarias Asaja, COAG y UPA, y Cooperativas Agro-alimentarias, los manifestantes denuncian su “situación límite” a causa de “la escalada de los costes de producción, los insuficientes precios en origen, la competencia desleal de las importaciones de países terceros y las inasumibles exigencias medioambientales de la Comisión Europea”.

Los agricultores están hartos de ser ciudadanos de segunda, soportando las rentas más bajas de la UE. Bruselas utiliza la agricultura como moneda de cambio para obtener favorables condiciones para la industria europea en las exportaciones a países terceros mientras importamos productos del campo sin control, ni en condiciones fitosanitarias que exigimos a nuestra gente. Además, la UE fomenta importaciones agrarias que provocan el hundimiento de precios agrarios para así controlar la inflación que permita la política monetaria de tipos de interés bajos que marca el BCE.

Los agricultores están hartos de recibir lecciones de tanto “iluminado” de la ecología y burócratas sobre el cuidado del medio ambiente cuando nuestras gentes del campo son los verdaderos guardianes de la naturaleza y quienes nos proporcionan los saludables alimentos que nos dan la vida cada día desde hace milenios. Dicen que no pueden digerir tanta hipocresía e ingratitud cuando trabajan de sol a sol para que nada nos falte y podamos tener una vida saludable mientras sufren la merma de sus rentas y las imposiciones de una política agraria que asfixia, y es incapaz de escuchar y actuar para solucionar los verdaderos problemas del campo.

Los agricultores se encuentran en una situación ruinoso como consecuencia de la disparatada subida de los costes de producción, superior al 35% en 2022; la caída de la productividad por efecto de la sequía y unos precios en origen que no garantizan cubrir los costes de producción.

No verán a ningún ecologista iluminado ni burócrata trabajando la tierra al amanecer, ni en el permanente cuidado de las cosechas, ni arrimando el hombro en cada cosecha, ni cuando vienen mal dadas en sequías, tormentas, pandemias o guerras. A Bruselas, al actual gobierno de España y a la Generalitat se les pide que hagan su trabajo y se pongan al servicio de los agricultores sobre los que recae la responsabilidad y el esfuerzo



El campo pide más ayuda. / GONZALO GAYO

de alimentarnos. Así de sencillo. Exigen más humildad y menos soberbia a quienes legislan y manejan los dineros de los ciudadanos para dar respuesta a los problemas del agua, de las imposiciones del comercio en los precios, de la falta de oportunidades para jóvenes y del necesario impulso para que las mujeres accedan al liderazgo en el campo.

Tanta soberbia e hipocresía tendrá un precio que vamos a pagar muy caro y que está dando señales inequívocas de alarma en el abandono de tierras y el envejecimiento de la población del campo mientras asistimos al avance de una España vaciada que traerá empobrecimiento y dependencia alimentaria a las futuras generaciones. Nos estamos equivocando y los causantes de tantos errores no estarán para asumir sus responsabilidades. Es por ello que la manifestación de Córdoba debe ser escuchada y atendida. La presidenta Von der Leyen tiene que impulsar una UE que necesita hoy más que nunca a sus agricultoras/es por el bien de las futuras generaciones y las oportunidades que puede generar con los fondos Next Generation.

Desde la Asociación Valenciana de Agricultores señalan que la propuesta de la Comisión de Reglamento sobre el uso sostenible de productos fitosanitarios (“SUR”) provocaría, de aprobarse tal como está redactado, “una pérdida del 20% de la producción vegetal europea y, por tanto, un aumento de los precios de los alimentos para los consumidores”.

El presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, rechaza “la burrada del eco-

gismo radical que están imponiendo nuestros políticos contra los productores y los consumidores. Sus políticas verdes están expulsándonos de nuestros campos y nuestras granjas, y aún así continúan legislando con nuevas trabas y limitaciones”.

Mientras tanto, la verdadera contaminación localizada en la industria y el transporte que tan generosamente subvenciona una UE que castiga a una agricultura que, según la Universidad de Wageningen, ha recortado hasta un 60% desde 2009 los activos fitosanitarios. Los agricultores europeos han hecho los deberes y son los verdaderos guardianes de nuestra salud y alimentación. La manifestación de los agricultores españoles en Córdoba es una muestra más del hartazgo de quienes soportan tantas injusticias y escaso reconocimiento a su esfuerzo mientras el gobierno de España y la UE siguen sin atender los grandes problemas que sufre el campo.

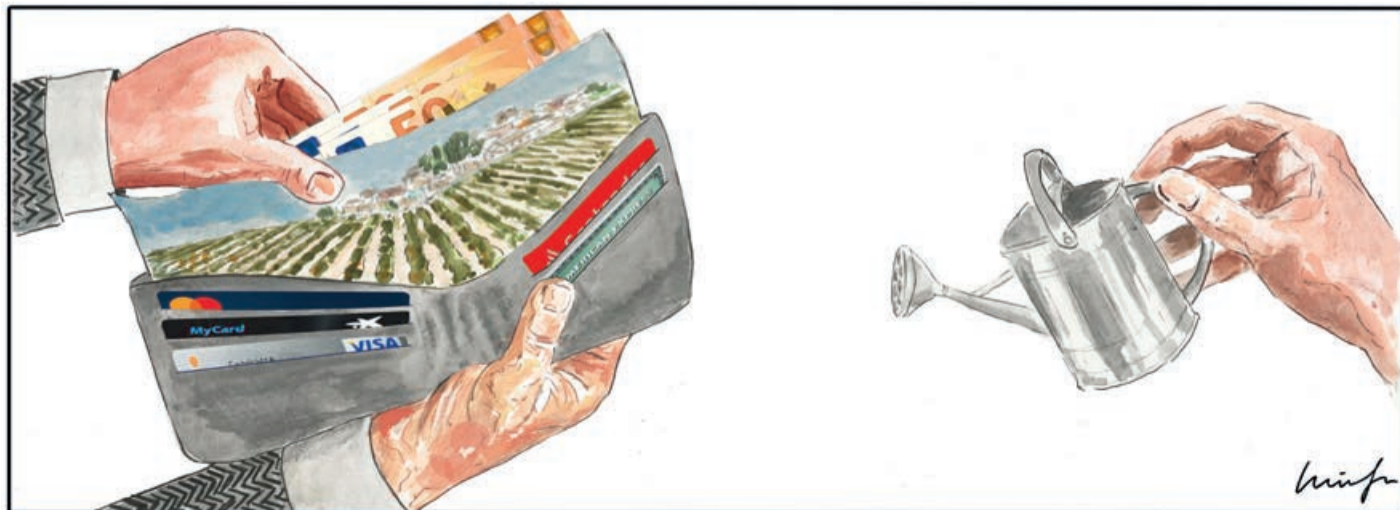
Un país como España no se puede permitir el lujo de vivir de espaldas al problema del agua, del envejecimiento de la población agraria, del incremento de los costes, de las oportunidades que pasan de largo, mientras necesitamos modernizar una producción que mejore la renta de nuestros agricultores y las expectativas de empleo de los jóvenes y las mujeres para liderar un nuevo tiempo en la agricultura.

Aguado advierte que “la Comisión Europea se equivoca al sacrificar a su sector primario y dejar su soberanía alimentaria en manos de las importaciones de países terceros, porque no tenemos garantizado que en el futuro los productos agrarios de fuera puedan cubrir todas nuestras necesidades alimentarias, ya sea por el cambio climático, el incremento de la población mundial y/o conflictos geopolíticos que comportan cierres abruptos de mercados”.

Por todo ello, Asaja, COAG, UPA y Cooperativas Agro-alimentarias reclaman a los ministros de Agricultura de la UE “un viraje en las políticas agrarias y la consideración de la alimentación como asunto de máxima prioridad”, para lo que es indispensable proteger al tejido productivo, los agricultores y ganaderos europeos, para que puedan cumplir con su función básica de proporcionar alimentos sanos y seguros a la sociedad a precios razonables. Estrategias como “De la granja a la mesa” o la Ley de Restauración de la Naturaleza se quedan en meras políticas de escaparate verde si no cuentan con una hoja de ruta realista y medidas de apoyo mucho más ambiciosas para que los agricultores profesionales puedan acometer la transición de manera justa, equilibrada y rentable.

### LA PLANTA BAJA

LUISFU



# Agrocomercio

## Campana de cítricos, España 2022/2023

La campaña cierra con datos discretos a pesar del récord en precios

► PACO BORRÁS. (\*)

Los precios alcanzados por los cítricos españoles han sido los más altos de toda la historia de la exportación española, tanto a nivel de precio de las ventas desde los almacenes de comercialización como en el campo para los agricultores.

Sin embargo, en términos globales las grandes cifras, como veremos, no acaban de reflejar esas sensaciones de los agricultores y de los medios de comunicación sectoriales que siempre se han centrado en los precios y en la rapidez en el desarrollo de la campaña.

Si vemos la evolución de las cifras de exportación que es determinante porque representa el 75% de las ventas de cítricos frescos y los precios del mercado doméstico están directamente relacionados con los de exportación. La evolución de las exportaciones de estos 5 últimos años es la que se presenta en la figura 1.

España se queda este año en cifras de exportación total en torno a los 3 millones de toneladas. Esta cifra España no la tenía desde la campaña 2009/2010, o sea desde hace trece años.

España ha perdido cerca de un 20% en naranjas y mandarinas y un 6% en limones. Los precios han subido, pero el cómputo absoluto de los ingresos por las exportaciones lo vemos en la figura 2.

Este valor es el ingreso básico a repartir entre las hectáreas de cítricos españoles, que básicamente son las mismas que el año anterior. Por lo tanto, el resumen es que tanto en naranjas como en mandarinas disponemos de una cifra ligeramente inferior al año pasado, pero hemos

tenido más costos porque todos han subido (envases, salarios, energía, etc.). La campaña es relativamente aceptable, pero para algunos productores los resultados netos por hectárea no serán mejores que los de la campaña pasada.

En limones el resultado es ligeramente superior y, además, el punto de partida de los precios era más alto por lo que la campaña de limones repite como buena y ya arrastra más de una década con resultados aceptables.

### ■ IMPORTACIONES DE CÍTRICOS

En este punto es donde se ha producido un incremento en niveles no conocidos hasta ahora como se ve en el cuadro de importaciones.

Como vemos el incremento de las importaciones se ha producido en naranjas, ya que tanto en mandarinas como en limones han bajado.

Pero la singularidad del incremento de las importaciones de naranjas, 143.000 toneladas más que el año pasado, ha estado en las

fechas en que se han producido, ya que eran fechas en las que en años anteriores prácticamente España no importaba naranjas. Se ha importado en marzo, abril y mayo y han sido cerca de 135.000 toneladas de Egipto contra 24 toneladas del año pasado.

¿Estará España ante un cambio de ciclo, después de muchas décadas liderando la exportación del Mediterráneo? Comentaremos en los próximos días el panorama español cítrico de cara a la campaña 2023/24, e intentaremos profundizar sobre el tema.

(\*) Consultor Internacional Agroalimentario

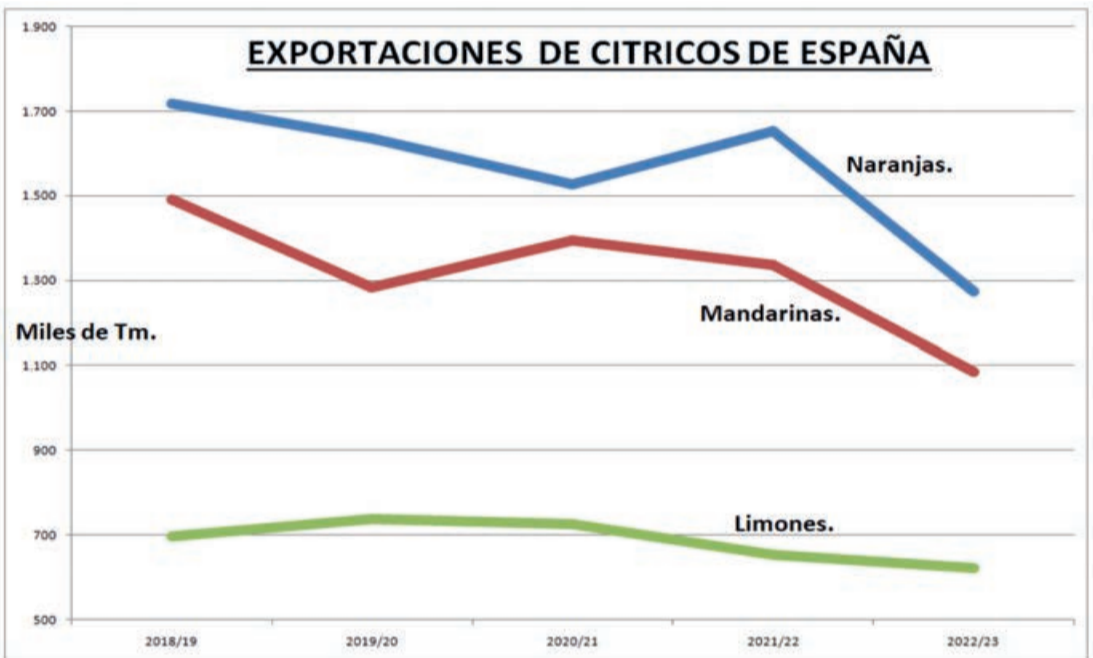


Fig Nº 1 Fuente Dacomex hasta junio. Estimación propia julio y agosto.

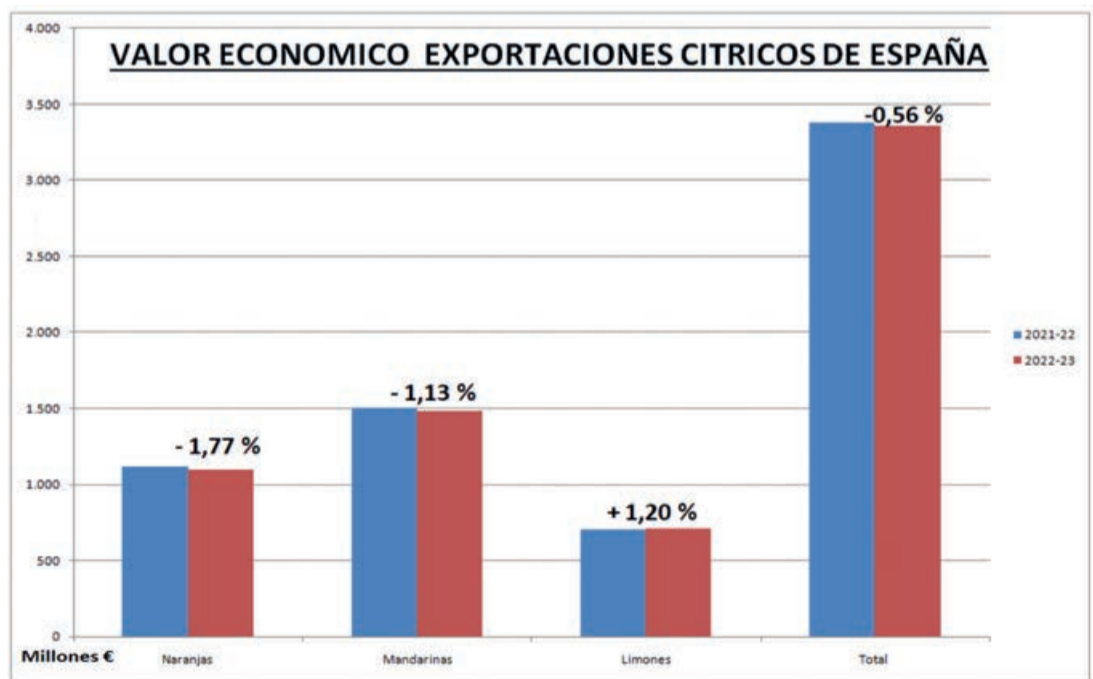


Fig Nº 2.- Fuente Datacomex hasta junio. Estimación propia julio y agosto

	2018-19	2019-2020	2020-21	2021-22	2022-23
Naranjas	147.312	223.582	172.325	122.250	265.986
Mandarinas	17.749	26.220	40.945	34.329	36.647
Limones	62.332	56.824	41.727	75.803	46.267
Pomelos	9.576	8.086	8.524	5.923	8.001
Total Citricos	236.968	314.712	263.522	238.305	356.902

# Las detecciones de Mancha negra en cítricos importados se disparan

Las partidas interceptadas con esta enfermedad suman un total de 37 según Europhy y Traces

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Según el último informe de interceptaciones fitosanitarias en cítricos importados por la UE desde África del Sur y Argentina en 2023, durante los meses de junio, julio y agosto, las detecciones de partidas de agrios con Mancha negra (*Phyllosticta citricarpa*), fundamentalmente procedentes de Sudáfrica, se han disparado y están generando una gran preocupación en el sector citrícola español.

Según los datos publicados en Europhy y Traces, y a falta de contabilizar posibles detecciones en septiembre, en sólo tres meses se han comunicado 37 interceptaciones de partidas de cítricos afectados con Mancha negra. Un total de 33 se han detectado en agrios procedentes de África del Sur, fundamentalmente de Sudáfrica. Cuando todavía no ha concluido la campaña exportadora, este dato supone la segunda cifra más alta en los últimos 5 años ya que en 2022 se registraron 13 casos; 43 en 2021; 6 en 2020 y 9 en 2019.

También se han producido cuatro interceptaciones de partidas de cítricos procedentes de Argentina, la cifra más baja de los últimos 5 años.

Desde Ailimpo señalan que “la Mancha negra, por desgracia, vuelve a cobrar protagonismos, especialmente en el caso de Sudáfrica. Ya hemos trasladado al Ministerio de Agricultura que es necesario reabrir el debate en Bruselas sobre este tema para la adopción de medidas de cara a la próxima campaña. Argentina parece que ha mejorado sensiblemente su sistema, al menos eso es lo que se refleja en el contador de las detecciones”.

Respecto a la plaga de cuarentena de la Falsa polilla, durante los meses de junio, julio y agosto se han registrado dos casos en cítricos procedentes de Sudáfrica.

## CIERRE DE FRONTERAS

Ante el aumento de detecciones y el riesgo de la que la enfermedad se instale en territorio español organizaciones como La Unió y AVA-Asaja reclaman la suspensión de las importaciones sudafricanas por no garantizar la seguridad fitosanitaria de los envíos.

La Unión Europea interceptó durante el pasado mes de agosto once cargamentos infestados de la plaga de cuarentena *Phyllosticta citricarpa*, el hongo causante de la Mancha negra de los cítricos, en partidas procedentes de Sudáfrica con destino al mercado europeo: cuatro detecciones en limones, cuatro en pomelos, dos en naranjas y una en mandarinas. Estos 11 casos se suman a los 22 interceptados en los tres primeros meses de su campaña de exportación.

Para La Unió Llauradora, la elevada detección de la enfermedad en cítricos de Sudáfrica pone en evidencia los fallos en el sistema de control en origen del país africano para evitar su salida y



que, en consecuencia, no existen garantías que la fruta expedida proceda de zonas citricolas libres de este tipo de plagas de cuarentena ni que se haya hecho un buen control postcosecha.

Ante esta situación y el riesgo que entraña, la organización agraria solicita la suspensión automática de las importaciones procedentes de aquellos países terceros, como es el caso de Sudáfrica, que no pueden garantizar la seguridad fitosanitaria de sus envíos “porque si entra una plaga ya no se puede erradicar y siempre son los mismos países los que encabezan el listado de las interceptaciones”.

En este sentido, La Unió recuerda que “las detecciones de cítricos con presencia de la *Phyllosticta citricarpa*, así como de la polilla *Thaumatotibia leucotreta*, son una constante durante las últimas campañas y hay que prevenir que entre fruta con estas plagas en la citricultura europea”.

La organización insiste también en la extensión del tratamiento de frío a las mandarinas para evitar la entrada de la Falsa polilla y reforzar las medidas en origen para controlar enfermedades no presentes aún en la citricultura europea.

Para La Unió, Egipto es otro de los países a vigilar en las importaciones de cítricos. En este sentido, la detección reciente de la Mancha negra en naranjas procedentes de este país, junto

**Las 37 interceptaciones suponen la segunda cifra más alta en los últimos 5 años: en 2022 se registraron 13 casos; 43 en 2021; 6 en 2020 y 9 en 2019**

**La Unió y AVA-Asaja reclaman la suspensión de las importaciones sudafricanas por no garantizar la seguridad fitosanitaria de los envíos**

a su irrupción en 2020 en Túnez y su posterior expansión, ponen de manifiesto su capacidad para adaptarse al clima mediterráneo y el peligro de desarrollarse por parte de la principal enfermedad fúngica de los cítricos en todo el mundo.

“La importación de fruta fresca es una potencial vía de entrada. Estamos ante un riesgo muy elevado y más vale prevenir ahora que curar después. Su introducción podría conllevar una grave afección a una citricultura europea orientada al mercado en fresco y no a la industria del zumo que es la única salida que tiene la fruta afectada por la Mancha negra, por lo que las pérdidas y la desestabilización del sector citrícola europeo serían irreparables”, señala Carles Peris, secretario general de La Unió.

Por su parte, AVA-Asaja reitera a la Comisión Europea

que “cierre ya la frontera a las importaciones citricolas sudafricanas porque el riesgo fitosanitario es intolerable y Sudáfrica sigue demostrando claramente que no es fiable a la hora de garantizar su seguridad fitosanitaria. Hace unos años Bruselas estableció el criterio para Sudáfrica de que si superaba cinco detecciones de Mancha negra habría que detener las importaciones. 33 es una cantidad extraordinariamente preocupante, una auténtica barbaridad, que no admite más complicidades ni dudas”.

Asimismo, Sudáfrica encabeza el ranking mundial en incidencias comerciales, registrando en el último mes un total de 153 incumplimientos de requisitos especiales o de documentación, números de unidad de producción no válidos o no incluidos en listado, fechas de vencimiento, presencia de

mercancías no mencionadas, declaraciones adicionales inadecuadas o inválidas, desajustes en los medios de transporte declarados, etc. Desde AVA-Asaja subrayan que “Sudáfrica evidencia su manifiesta incapacidad para exportar productos agrarios conforme a la ley o, en el peor de los casos, su nula voluntad de hacerlo”.

## RESPUESTA “INSUFICIENTE”

Ante la campaña informativa y reivindicativa emprendida por AVA-Asaja sobre las interceptaciones de plagas y enfermedades en los cítricos de Sudáfrica y Egipto, la directora general de Salud y Seguridad Alimentaria, Sandra Gallina, ofreció una respuesta que la organización agraria califica de “insuficiente”.

Respecto a Sudáfrica, Gallina afirmó en una carta dirigida al presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, que “la Comisión ha instado a Sudáfrica a reforzar las inspecciones de los frutos para garantizar el cumplimiento de la legislación de la UE o, si fuera necesario, a detener el comercio”. La organización agraria considera que “la Comisión ya tiene más que suficientes pruebas para constatar que Sudáfrica no puede o quiere garantizar la seguridad fitosanitaria de sus cargamentos, y ya tiene más que suficientes motivos para cerrar la entrada a sus cargamentos”.

En cuanto a Egipto, en cuyas naranjas la UE detectó por primera vez la Mancha negra, Gallina contestó a AVA-Asaja que “la Comisión se puso inmediatamente en contacto con la organización nacional de protección fitosanitaria (ONPF) de dicho país para solicitar que se investigara la constatación. Egipto no ha detectado la plaga durante las investigaciones y ha confirmado que no se tiene constancia de la presencia de Mancha negra en su territorio. Egipto reforzará el seguimiento de esta plaga y ya ha solicitado asistencia técnica a la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) para un programa nacional de vigilancia”.

AVA-Asaja indica que “no es la respuesta que espera el sector citrícola. Independientemente de las investigaciones que quieran realizar Egipto y otras entidades, debe ser la propia Comisión Europea, con sus propios inspectores técnicos, quien tendría que enviar una misión inspectora a la zona citrícola de Egipto de donde salió esta primera interceptación de Mancha negra, en el momento de maduración de los frutos que es cuando se puede visualizar la enfermedad, para conocer el alcance real del problema. ¿Acaso no es lo que hacen otras potencias como Estados Unidos o Japón? ¿O es que aquí somos más ingenuos y nos creemos ciegame lo que nos dicen los países terceros?”.

# Arranca la campaña de la uva del Vinalopó

El sector pondrá en el mercado 35 millones de kilos en una campaña con mucha incertidumbre por los efectos de un verano excesivamente caluroso y largo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de la uva de mesa del Vinalopó arrancó el pasado 6 de septiembre con el corte del primer racimo y una previsión de producción cercana a los 35 millones de kilos, algo menos que el año pasado, sobre una superficie de cultivo de 1.750 hectáreas.

Al corte del primer racimo asistieron el president de la Generalitat Valenciana, Carlos Mazón, el conseller de Agricultura, José Luis Aguirre, el presidente de la Diputación de Alicante, Toni Pérez, y el alcalde de Aspe (Alicante), Antonio Puerto, que acompañaron al presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Uva de Mesa Embolsada del Vinalopó, José Bernabéu.

Bernabéu incidió en el hecho de que este año la campaña se presenta “incierto” por el verano “excesivamente caluroso y además muy largo” que se ha vivido en la provincia de Alicante. Asimismo, destacó que ha habido que hacer más aportación de agua de la necesaria, con lo que se aumentan los costes de producción, aunque a pesar de



La campaña ha arrancado con el acto del corte del primer racimo. / DOP

ello aseguró que el sector “lleva más de cien años luchando con esto y aguanta a las temporadas curtiéndose en estas batallas”, por lo que espera obtener resultados positivos en 2023.

La campaña de este singular fruto incluye la protección de los racimos en bolsos de papel, hecho que favorece una uva con piel más fina y coloración uniforme. Las seis variedades de uva amparadas por la DOP son la de Ideal, Aledo, Rosetti, Red

Globe, Doña María y Victoria, las cuales se cultivan principalmente en los municipios alicantinos de Agost, Aspe, Monforte del Cid, Novelda, Hondón de las Nieves, Hondón de los Frailes y La Romana.

Durante el corte del primer racimo, el president Carlos Mazón aseguró que en esta campaña “tienen a la Generalitat Valenciana detrás” y que, personalmente, “siempre” le van a tener al lado, al tiempo

**Este año ha habido que hacer más aportación de agua de la necesaria con el consecuente aumento de costes**

que reivindicó la figura de las denominaciones de origen “porque es una manera de trabajar que implica una calidad, una seguridad, una protección y que da confianza al consumidor de que se están haciendo bien las cosas”.

Mazón ensalzó “esta técnica tan extraordinaria que mantiene los nutrientes de una manera que ninguna otra técnica la mantiene y que sigue en vigor”, por lo que, afirmó, la Comunidad tiene “una seña de identidad que hay que proteger y que es embajadora de esta tierra.”

“Es un orgullo poder mantener esta tradición y volver a esta cita obligada y querida que sirve para reconocer una tradición centenaria de una producción especial y una calidad excepcional y que es una seña de identi-

dad”, comentó el president de la Generalitat Valenciana.

Durante el acto, Toni Pérez avanzó que, pese a la incertidumbre de la temporada “por razones que no se pueden combatir, como los vaivenes del tiempo, la economía u otras circunstancias”, la Diputación de Alicante “sí puede actuar en otras cuestiones relacionadas con la digitalización, una herramienta importante que contribuye a ser mejores para llevar a cabo más formación y más divulgación”.

“Es nuestra gran apuesta para este periodo”, aseguró Toni Pérez, quien mostró el “apoyo histórico de la institución provincial a la Uva de Mesa Embolsada del Vinalopó, como histórica es la calidad y el enorme esfuerzo que desarrolla el campo por esta fruta que es bandera de nuestra tierra y que aúna cultura, tradición, productividad y riqueza”.

Pérez garantizó la ayuda de la Diputación al sector y se comprometió a incrementar en estos cuatro años de legislatura ese apoyo a través del Consejo Regulador “especialmente en la difusión y divulgación de toda la bonanza que nos aporta a la economía alicantina esta uva y para tener muy presente siempre todo el esfuerzo que se hace”.

Asimismo, el presidente animó a la ciudadanía a que consuma “esta maravillosa fruta que forma parte de nuestra cultura, que redistribuye riqueza en nuestra tierra y que supone un enorme esfuerzo en el que se sustenta el disfrute de este manjar”.

► FRANCISCO SEVA. (\*)

Perú se caracteriza por tener una potente y diversificada industria agroalimentaria, en la que el mango ocupa una fuerte posición. Precisamente, la industria del mango peruano se caracteriza por tener mucho dinamismo y una gran internacionalización, que ha permitido un crecimiento muy destacable en los últimos años en este importante país productor.

Actualmente, la dimensión internacional del mango de Perú es muy amplia. Aunque sus principales mercados son Estados Unidos y la Unión Europea, también tiene puestas sus miras en el mercado asiático, especialmente en Japón. Sin embargo, durante los últimos tiempos el gran desafío que tiene este sector es, sin lugar a dudas, los costes logísticos.

Otro gran reto pendiente para esta industria es traba-

## Retos y desafíos de la industria del mango de Perú

jar para disponer de un sello de calidad que diferencie al mango peruano y le permita posicionarse mejor en otros mercados de exportación y con este distintivo obtener un valor añadido, tanto para los productores como para las empresas comercializadoras.

El mango de Perú se caracteriza fundamentalmente por poseer una gran calidad y un alto nivel de seguridad alimentaria, pero tiene que enfrentarse a aspectos tan relevantes

como El Niño y los episodios de cambio climático, así también como fortalecer más sus canales de distribución tanto en el mercado europeo como en el norteamericano.

Mercadotecnia, promoción, comunicación, investigación, sostenibilidad y respeto al medio ambiente, serán los parámetros en los que se asentará el sector del mango peruano en los próximos años, siempre contando con el gran apoyo de la National Mango Board, que



La industria del mango en Perú se caracteriza por su dinamismo. / ARCHIVO

trabaja incansablemente, para impulsar el consumo de mangos en la sociedad norteamericana.

na. Aviso a Navegantes: en los próximos años, la producción del mango en Perú va a seguir creciendo, mimando sus calidades y presentaciones, y apostando por una mayor diversificación comercial.

Es evidente que mercados como Japón o Medio Oriente desempeñarán un papel importantísimo para la industria. Pero, sin olvidar, que se deberá abanderar la diferencia con un potente sello de calidad, porque lo merece y ahora es el momento, comercialmente hablando, para que los mangos originarios de Perú aprovechen todas las oportunidades que se le brindarán por una marca de origen, que los mismos consumidores valorarán de manera constructiva.

(\*) Periodista Agroalimentario Internacional



in@rodasale@mafroda.es

¡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

## OPINIÓN

# Cuestión de supervivencia: o ellos o nosotros



Por INMACULADA SANFELIU (\*)

sudafricano y pusilanimidad de la UE.

## TIENEN ALTERNATIVAS

Los tratamientos más efectivos para reducir la incidencia de CBS se consideran de efectividad 'moderada' pero son 10 veces más efectivos que otros fungicidas. Existen tratamientos efectivos para controlar CBS (estrobilurinas), que en la UE estamos usando para otras enfermedades como *Alternaria*, y que podrían aplicar ellos en Sudáfrica como alternativa al Mancozeb. Ellos arguyen que el uso del Mancozeb se va a prohibir próximamente en Sudáfrica, mientras que nosotros ya hace tiempo que lo tenemos prohibido. Así que la UE no está exigiendo ningún requisito que ellos no puedan cumplir; ya que nosotros lo estamos aplicando de forma rutinaria en las variedades sensibles a *Alternaria*.

En la UE el piraclostrobín (estrobilurina) está autorizado en naranjo y, en el caso de la mandarina, únicamente cuenta con una autorización excepcional y se usa en la lucha contra otro hongo, la *Alternaria*. Las estrobilurinas—los de mayor eficacia contra la 'Mancha negra', pero también los más caros—y tienen el problema de la aparición de resistencias, debiendo emplearse un máximo de 2 veces por campaña, alternando con otros productos (como la Boscalina) que no están autorizados en la UE, pero sí en Sudáfrica. Ellos tienen la solución, pero nosotros no.

La dificultad del tratamiento de la 'Mancha negra' es como la de la *Alternaria*, pero con el agravante de que hay que asumir tratamientos en todas las variedades, con lo que ello representa de problemática medioambiental y de incremento desmesurado de costes. Las autoridades de Sudáfrica han exigido en múltiples ocasiones a la UE que la 'Mancha negra' quede fuera del ámbito de aplicación de la Directiva 2000/29/CE, ahora del Reglamento (UE) 2016/2031, y de la Decisión de Ejecución (UE) 2016/715, y que, por lo tanto, no esté considerado como patógeno de cuarentena, aludiendo a que no representa un riesgo para la citricultura de la UE. Han 'fabricado' estudios científicos *ad-hoc* para apoyar sus intereses, principalmente a través del CRI (Citrus Research International), centro de investigación privado que utiliza las aportaciones de la Citrus Growers' Association. Sin embargo, los distintos informes emitidos por los grupos de trabajo de la Comisión y de la EFSA indican que la enfermedad podría establecerse y causar daños en el Mediterráneo, reafirmando que las medidas fitosanitarias de la UE estarían plenamente justificadas.

## SUDÁFRICA CONTRA LA EFSA

El principal argumento de Sudáfrica es que el clima de la cuenca del Mediterráneo no es favorable para el desarrollo de la enfermedad, por lo que la entrada de frutos infectados por *P. citricarpa* no supondría, en realidad, ningún riesgo. En mayo de 2000

Sudáfrica, país exportador a la UE afectado por la 'Falsa Polilla' (*Thaumatotibia leucotreta* o FCM) y por la 'Mancha negra' (*Phyllosticta citricarpa*, Citrus Black Spot o CBS), viene cuestionando de forma sistemática, año tras año, la necesidad de las medidas fitosanitarias establecidas por la UE para evitar la entrada de ambos organismos nocivos prioritarios y cuarentenarios, un insecto el primero y un hongo el segundo. Y siempre lo hace tergiversando, confundiendo, enmarañando, falseando, manipulando, enredando y, lo más grave e intolerable, mintiendo, amenazando y chantajeando a la UE y con formas que dejan bastante que desear.

Los cítricos sudafricanos están teniendo una campaña 2023 muy complicada por la elevada presencia 'Mancha negra' debido a las lluvias caídas durante la floración. De hecho, los 32 rechazos a Sudáfrica acumulados por esta enfermedad hasta agosto, a falta de los dos meses comercialmente más álgidos de su campaña, ya superan su marca del año pasado (28) y prueban que este hongo está desatado en Sudáfrica y no es controlado con los tratamientos más eficaces (y más caros).

Sudáfrica pone en tela de juicio con amenaza de Panel en la OMC la necesidad de las medidas fitosanitarias preventivas de la UE para evitar la entrada de *P. citricarpa* en importaciones de los países exportadores afectados (Zimbabue, Argentina, Brasil, Sudáfrica y Uruguay). En las parcelas destinadas a la exportación a la UE deben aplicarse tratamientos apropiados para el control de la enfermedad y es obligatorio realizar inspecciones oficiales para garantizar que los frutos recolectados no presentan síntomas de 'Mancha negra'.

*P. citricarpa*, causante de la enfermedad conocida como 'Mancha negra', está considerada como organismo cuarentenario y prioritario en la UE—en el top 20 de las plagas de mayor impacto económico y medioambiental—y representa un grave riesgo para los países comunitarios productores de cítricos cuando se importan agrios en la UE originarios de países extracomunitarios en los que está presente este hongo.

## SERIA AMENAZA

*P. citricarpa* origina pérdida de calidad del fruto (enfermedad estética, según palabras de los sudafricanos restándole importancia) y de rendimientos severos (por caída prematura de frutos por CBS). Las lesiones necróticas deprimidas en la corteza de los agrios como consecuencia del CBS inhabilitan la fruta para el mercado de consumo en fresco, lo que sería particularmente grave para la citricultura española, líder mundial en exportación de cítricos en fresco, y por sus elevados costes, los más elevados del mundo, que crecen exponencialmente con niveles elevados de destrío en los almacenes de confección.



Como se puede comprobar, el CBS no es un mero "problema cosmético". / CGC

En este sentido, este hongo es una seria amenaza para nuestra industria, que debe mantener unos elevados estándares de calidad para competir en los cada vez más exigentes mercados de exportación, y causa graves daños en los frutos de todas las especies y variedades del género Citrus.

Los impactos de las plagas prioritarias (solo 20 para todos los países y producciones de la UE), en los casos del CBS y *Thaumatotibia*, se concentran únicamente en pocas regiones y territorios del mediterráneo, con lo cual el impacto en esas zonas sería devastador.

Está considerado como el patógeno fúngico más importante de los cítricos a nivel mundial. Actualmente está presente en las principales regiones citrícolas, entre las que se encuentran todos los países de hemisferio sur que exportan cítricos a la UE, países en los que son necesarios entre 4 y 6 tratamientos fungicidas al año para obtener un control aceptable de la enfermedad. Aunque es originario de climas tropicales, el hongo se ha establecido y causa daños importantes en zonas subtropicales. La distribución geográfica de *P. citricarpa* está en plena expansión.

## REITERADO INCUMPLIMIENTO

El elevadísimo número de interceptaciones de CBS de Sudáfrica en 2021 (43), 2022 (28) y 2023 (32 hasta agosto), comparable a los 36 de 2012 y 2013, o los 34 de 2011 (Datos Europhyt-Traces), es prueba patente de que incumple la normativa ya que o no trata suficientemente, ... o no lo hace con los fungicidas de eficacia probada en campo o ambas cosas, por una mera cuestión de no incurrir en mayores costes (los tratamientos más efectivos son mucho más caros que los habituales), aunque ello signifique exportar a la UE fruta infectada.

Hasta aquí hemos llegado. Y es una cuestión de supervivencia. O ellos o su política de "aquí no pasa nada e incumplimiento exportando fruta infectada porque solo

es una enfermedad cosmética" o nosotros y nuestras medidas de prevención para evitar una entrada, establecimiento y dispersión seguras.

Es importante resaltar que la fruta infectada puede ser asintomática pese a portar el hongo viable, lo que eleva el riesgo de entrada del patógeno en la UE, su dispersión a partir de frutos infectados, establecimiento y desarrollo epidémico, con el consiguiente impacto económico. El desarrollo epidémico es muy lento, pero no es posible su erradicación total.

No cabe ninguna duda que la importación comercial de material vegetal de plantación de cítricos es la vía más probable de frutos cítricos (sin hojas ni pedúnculos) no deja de ser una vía "moderadamente probable" según la Opinión Científica del Panel de la EFSA (Agencia Europea de Seguridad Alimentaria) de 2014, riesgo agravado por el elevado volumen de cítricos importado de Sudáfrica en la actualidad, entre 850.000 y 950.000 toneladas si hablamos de la UE más Reino Unido (volúmenes a los que debe sumársele las importaciones de otros países con presencia de CBS).

## FUNGICIDAS

El Informe de la EFSA de 2014 recoge estimaciones cuantitativas del impacto de CBS y los niveles de control de la enfermedad en su área actual de distribución. El Panel llevó a cabo un metaanálisis de la incidencia de la enfermedad registrada en parcelas testigo (sin tratar) y en parcelas tratadas con fungicidas. Este metaanálisis estuvo dirigido a (i) describir la variabilidad de la incidencia de la enfermedad en huertos de cítricos no tratados basado en datos publicados y (ii) evaluar la efectividad de diferentes grupos de fungicidas en reducir la incidencia de la enfermedad. El metaanálisis se usa comúnmente para comparar los efectos de diferentes tratamientos químicos y biológicos para el

manejo de enfermedades de las plantas.

Los resultados muestran que los tratamientos con fungicidas de campo fueron sistemáticamente capaces de reducir la proporción de frutas enfermas. Sin embargo, la efectividad del tratamiento con fungicidas varió marcadamente entre parcelas. En algunas, la incidencia de la enfermedad se redujo solo ligeramente por el tratamiento fungicida, mientras que la proporción de frutos enfermos se redujo a cero en otras parcelas.

Algunos tipos de fungicidas fueron más eficaces que otros. El tipo menos eficaz fue el de compuestos a base de cobre, mientras que los tipos de fungicidas que mostraron la mayor eficiencia de control de la enfermedad fueron ditiocarbamatos, ditiocarbamatos + estrobilurinas, y cobre + ditiocarbamatos + bencimidazoles + estrobilurinas. Sin lugar a dudas, las estrobilurinas son los de mayor eficacia, pero también los más caros. Todos los tratamientos fungicidas pudieron reducir significativamente la incidencia promedio de enfermedad.

La aplicación de fungicidas postcosecha únicamente puede reducir la viabilidad de las picnidiosporas de *P. citricarpa* presentes en lesiones del fruto antes del tratamiento, retrasando los síntomas de desarrollo en tránsito y almacenamiento. En Florida, los tratamientos con imazalil y tiabendazol son actualmente obligatorios en áreas afectadas por CBS para reducir el riesgo de propagación de enfermedades. Sin embargo, el patógeno permanece viable en la cáscara de la fruta.

EEUU prohíbe la importación de cítricos de zonas de Sudáfrica con CBS. La UE sí que permite dicha importación, pero con las condiciones establecidas en la normativa comunitaria vigente. Por lo tanto, la UE es mucho más permisiva con Sudáfrica que EEUU y, sin embargo, acatan sin rechistar la normativa americana y cuestionan la comunitaria de manera continuada. Chantaje

Sudáfrica presentó a la Comisión un Análisis de Riesgos en el que concluían que el CBS no debía considerarse como enfermedad de cuarentena, que las restricciones que regían por aquel entonces eran excesivas (medidas fitosanitarias en el marco de la Directiva 2000/29/CE) y que, en consecuencia, debían rescindirse. Arguyeron también que la importación de frutos cítricos originarios de áreas con CBS no entraña ningún riesgo porque la principal fuente de inóculo son las esporas de las hojas del suelo, y no los frutos y cuando dichas esporas están maduras, necesitan disponibilidad de humedad (pluviometría estival) para que puedan ser liberadas al aire. En suma, las conclusiones de aquel documento 'indicaban' que en la UE el clima es inadecuado para su establecimiento, que no es posible la introducción y establecimiento a través de frutos cítricos y concluían que se requiere clima subtropical con veranos lluviosos, razón por la que el CBS no se podía establecer en la cuenca mediterránea (clima semi-árido).

EFSA publicó una Opinión Científica (diciembre, 2008) en la que se concluyó la posibilidad de establecimiento de CBS en zonas productoras de la UE por condiciones climáticas, la posible introducción y establecimiento de la 'Mancha negra' a través de frutos cítricos y que las medidas de manejo entonces aplicadas no eran suficientes para prevenir su introducción y era necesaria la adecuación de esas medidas de manejo (Directiva 2000/29). Además, la EFSA procedió a la identificación de medidas alternativas para evitar su introducción y se propusieron tratamientos post cosecha obligatorios, cuarentena de pre o post entrada ligada al muestreo y forzado de condiciones favorables de cada envío y distinguir medidas entre zonas con y sin riesgo dentro de la UE....

Otro panel de la EFSA (2014) estudió de modo amplio el análisis de riesgos de la mancha negra para la citricultura española y concluyó que, en ausencia de medidas fitosanitarias específicas, se multiplicaría de 1.000 a 10.000 veces la entrada en nuestro país de frutos infectados y la consiguiente diseminación por lluvia y viento a partir de frutos infectados presentes en residuos generados en su confección y procesado.

#### ■ LA CONFIRMACIÓN DEL IVIA

Ya ha quedado científicamente comprobada la adaptabilidad y la capacidad de *P. citricarpa* para establecerse y desarrollarse epidémicamente bajo condiciones climáticas típicamente mediterráneas, con la constatación de su foco activo detectado en 2019 en la península de Cap Bon en Túnez en fincas de cítricos, y, ahora, la realidad de la interceptación en julio de fruta comercial procedente de Egipto infectada. La detección de un segundo país mediterráneo con 'Mancha negra' (Egipto, segundo exportador a la UE después de Sudáfrica) significa que, con mayores volúmenes, mayor probabilidad de entrada de la enfermedad.

Adicionalmente, un trabajo reciente del IVIA demuestra la idoneidad climática de la cuenca mediterránea para su desarrollo. En este estudio se simularon

mediante modelos matemáticos las infecciones potenciales de *P. citricarpa* en todas las regiones citricolas de la cuenca del Mediterráneo. Para ello, se emplearon por primera vez en este tipo de análisis los datos climáticos de alta resolución espacial de la plataforma ERA5Land del programa Copernicus de la UE. Los resultados indicaron que las infecciones de *P. citricarpa* en la cuenca del Mediterráneo se concentrarían principalmente en primavera y otoño. Además, los valores obtenidos con estos modelos para las principales zonas citricolas europeas fueron muy similares a los de Túnez y otras regiones afectadas por la enfermedad. Este estudio demuestra que el clima no supone un factor limitante para su establecimiento y diseminación en Europa. Los resultados de esta investigación se han publicado en la revista *Scientific Reports* con el título: "Climate suitability of the Medi-

terranean Basin for citrus black spot disease (*Phyllosticta citricarpa*) based on a generic infection model". Se trata de un Proyecto de EFSA, en el que participa Túnez, y en el que se incorporan datos climáticos de zonas de este país en las que está presente la enfermedad y que valida la postura de los expertos comunitarios frente a lo publicado por otros países. Ya no se trata de un modelo predictivo sino de valores obtenidos con modelos matemáticos para las principales zonas citricolas europeas. Incontestable.

Próximamente se publicará un artículo de investigación por Túnez (hoy en elaboración), conteniendo prospecciones y cuantificación de daños, y poniendo de manifiesto que no se trata de una detección anecdótica así como la extraordinaria gravedad de la afección de la enfermedad: está por todas partes y con datos de 100% de la fruta afectada. Además de estas consecuencias, el estudio confirmará nuevamente el riesgo fitosanitario y económico que representaría su entrada en territorios citricolas de la UE. La enfermedad tiene solución, pero con tratamientos inasumibles económica y medioambientalmente.

#### ■ FUNGICIDAS ESENCIALES

En la actualidad, la mayor parte del debate público y mediático gira en torno a la reducción del uso de insecticidas, pero este grupo representa solo una participación del 13% del total de los fitosanitarios, mientras que los fungicidas y herbicidas constituyen la mayor parte de los pesticidas que se venden en la UE. Existen métodos alternativos como el deshierbe mecánico y otras prácticas agronómicas para reducir el uso de herbicidas. Sin embargo, los fungicidas son esenciales para el control de muchas enfermedades transmitidas por el aire, tanto en agricultura convencional como ecológica. Además, han surgido nuevas enfermedades fúngicas de las plantas asociadas con la globalización del comercio y el cambio ambiental, lo que aumenta aún más la dependencia de los agricultores de los fungicidas.

Las normativas europeas están reduciendo cada vez más el abanico de fitosanitarios clásicos que se pueden usar, con lo que, a la vez, se adolece de suficiente eficacia contra las plagas, pues a base de repetir tratamientos con los mismos formulados autorizados se generan resistencias. En el caso de fungicidas el problema se agrava y la reducción de los productos autorizados significa claramente tratar con los mismos grupos químicos y aparición de resistencias. En el caso de enfermedades, el control biológico es anecdótico.

En el caso de los fungicidas debería reducirse el uso, pero no la diversidad de productos.

A diferencia de los programas de fungicidas basados en el calendario, los sistemas de soporte de decisiones (DSS) que comprenden modelos de predicción de enfermedades y umbrales de acción permiten a los agricultores programar aplicaciones de

**No es —como dice la CGA de Sudáfrica— solo "un problema cosmético", la 'Mancha negra' es el patógeno fúngico más importante de los cítricos a nivel mundial: causa graves daños en los frutos de todas las especies y variedades haciéndolos inviables para su comercialización en fresco. Es una enfermedad en expansión que, una vez establecida, requiere de entre 4 y 6 tratamientos fungicidas al año para obtener un control aceptable**

fungicidas en función del riesgo de enfermedad y, por lo tanto, rociar solo cuando sea necesario. Los DSS son herramientas esenciales para reducir los fungicidas sin comprometer el control de enfermedades, lo que ayuda a lograr el objetivo de la estrategia 'De la granja a la mesa'.

Con un uso cada vez mayor de fungicidas de los mismos grupos químicos, el desarrollo de resistencias y la consiguiente pérdida de eficacia son motivo de gran preocupación en la UE. Una limitación en el número de aplicaciones es esencial para un manejo efectivo de la resistencia a los fungicidas. La reducción en el número de aplicaciones minimiza el tiempo de exposición y la selección general de resistencia a fungicidas. Por lo tanto, además de disminuir los costos ambientales y económicos del control de enfermedades, una reducción en la cantidad de aplicaciones basadas en DSS puede disminuir sustancialmente el riesgo de desarrollar resistencia y prolongar la vida útil de los fungicidas.

#### ■ RESISTENCIAS AHORA PRBADAS

El uso liberal de fungicidas, las contrapartes agrícolas de los antimicóticos medicinales para los pacientes, en respuesta a estas amenazas ha tenido consecuencias no deseadas. Y debido a que los fungicidas a menudo emplean estrategias similares a sus análogos farmacéuticos, cuando los hongos se vuelven inmunes a uno, también desarrollan resistencia a otros. Aunque este vínculo se había sospechado durante mucho tiempo, recientemente se ha probado.

Este es un gran problema, ya que desarrollar nuevos medicamentos antimicóticos es un proceso largo y costoso, complicado aún más por el hecho de que los humanos y los hongos comparten muchos genes y procesos biológicos. Entonces,

lo que es tóxico para los hongos a menudo también nos afecta a nosotros. Desarrollar fármacos que eliminen los hongos y dejen intacto el cuerpo humano es un desafío y pasan muchos años entre la introducción de nuevos antimicóticos. Actualmente, solo hay tres clases principales de antifúngicos que se pueden usar en pacientes y varias docenas de fungicidas.

Por último, en febrero de 2020 circuló entre las altas instancias de la UE una propuesta de Sudáfrica de 'Acuerdo Win-Win'. Se trataba de un chantaje de Sudáfrica a la UE amenazando con un Pánel en la OMC por ventaja competitiva de los productores de cítricos de la UE por el coste de los requisitos fitosanitarios impuestos a Sudáfrica por la 'Mancha negra', todo ello con el objetivo de lograr un "acuerdo negociado" [sic] consistente en rebajas arancelarias adicionales (mejoras de acceso

al mercado de la UE) y, sobre todo, para conseguir el levantamiento de las medidas de emergencia (fitosanitarias) en origen debido al elevado

número de interceptaciones de CBS.

#### ■ FALTA DE CREDIBILIDAD

Sudáfrica debería haber perdido ya toda la credibilidad en materia de sanidad vegetal a los ojos de la Comisión y también a los ojos de todas las autoridades fitosanitarias competentes de los Estados miembros de la UE, a excepción, claro está (!), del centro de poder septentrional y de sus intereses de importación de cítricos (entre otras frutas y hortalizas), portuarios, de industrialización y de distribución comercial previa incorporación de valor añadido.

Por mucho que la Citrus Growers Association de Sudáfrica intente confundir y falsear, las técnicas de identificación de la enfermedad que se utilizan en la UE están basadas en las Pest Survey Card de EFSA y en los protocolos de diagnóstico de EPPO y FAO (3 entidades científicas de prestigio e independientes, y sin conflicto de intereses). Se trata de protocolos armonizados a nivel internacional e incontestables.

No han existido ni existen actualmente en el marco de la normativa fitosanitaria vigente dificultades inabordables para importar frutos cítricos en la UE procedentes de Sudáfrica o de otros terceros países con 'Mancha negra'. La legislación comunitaria, a diferencia de las de EEUU y China, permite la entrada de frutos cítricos incluso desde los países, las regiones, las zonas e incluso los campos donde está presente *P. citricarpa*, siempre y cuando se realicen los tratamientos adecuados contra la enfermedad y no se detecten síntomas en las inspecciones oficiales.

Como demuestran los informes de EFSA, existen tratamientos fungicidas en campo muy efectivos para el control del CBS, pero el hecho de que sean más costosos no puede ser moti-

vo para no tratar ni para tratar con los más económicos y poco efectivos fungicidas habituales ni, por supuesto, para ceder al chantaje sudafricano eliminando la obligación de las medidas en origen (tratamientos efectivos e inspecciones).

Para la UE el que se realicen los tratamientos adecuados para garantizar la sanidad vegetal, independientemente de su coste, debería ser una prioridad absoluta, que no puede ser sustituida bajo ningún concepto por la de ayudar a Sudáfrica a disminuir gastos ineludibles de cultivo poniendo en riesgo la fitosanidad de las plantaciones citricolas europeas y la viabilidad económica de nuestra actividad exportadora en fresco.

Las inversiones en prevención son las que mayor retorno económico suponen para los sectores potencialmente afectados, así 1 euro invertido en prevención, supone un retorno superior a 100 euros, mientras que ese ratio empeora de forma muy significativa cuando se establece una plaga y/o enfermedad, que requiere de lucha intensa para conseguir su erradicación.

El ejecutivo comunitario tiene una gran responsabilidad: con los niveles actuales de interceptaciones de Sudáfrica la posible entrada de la 'Mancha negra' a través de frutos cítricos infestados a estas alturas ya no es "moderadamente probable" sino bastante probable. Y el establecimiento en las zonas productoras de la UE posible, como ha sucedido en Túnez y, muy probablemente, en Egipto (1 interceptación en julio).

Todo apunta a que la gravedad del CBS en Egipto pueda ser como en Túnez o más. Para que detectes algo en el punto de entrada la fruta tiene que estar muy afectada. Para que un inspector detecte la 'Mancha negra' en fruta importada en Holanda quiere decir que va a un nivel de prevalencia enorme.

Sin pretender ser catastrofistas parece evidente, por lo expuesto en la primera parte de este artículo que la probabilidad de entrada y establecimiento de plagas y enfermedades es extremadamente grave para la citricultura española y comunitaria que no dispondrá de productos fitosanitarios para su control en el contexto actual del Pacto Verde europeo, de producción sostenible y estrategia 'De la granja a la mesa' y sus objetivos cuantificados de reducción del 50% del uso de los plaguicidas químicos en ocho años.

Exigimos a la UE que renueve e incremente las insuficientes medidas fitosanitarias actuales para evitar la introducción de la Mancha Negra en el territorio de la UE, que adopte una actitud firme y que se incrementen los controles fitosanitarios en los Puntos de Inspección Fronteriza de la UE con el objeto de detectar la entrada de frutos afectados por esta enfermedad. Reclamamos así mismo un artículo que permitiera tomar a la UE la decisión de cierre automático cautelar de su frontera, en caso de que se detectaran más de 5 interceptaciones de partidas contaminadas, como existió en el pasado y se eliminó por la presión sudafricana.

(\*) *Presidenta del Comité de Gestión de Cítricos*

# Agrocultivos

## Copsemar muestra sus líneas de investigación y nuevas variedades

Los representantes de las principales zonas arroceras de España asisten a la jornada de puertas abiertas que celebra la cooperativa Copsemar

► ÓSCAR ORZANCO. SUECA.

Copsemar mostró sus líneas de investigación, proyectos y nuevas variedades a representantes de cooperativas procedentes de las principales zonas arroceras de España. La jornada de puertas abiertas celebrada el pasado 5 de septiembre sirvió de punto de encuentro para transferir conocimiento e intercambiar experiencias y opiniones sobre los problemas a los que se enfrenta el sector del arroz.

Copsemar cuenta con 37 años de historia y ahora se cumplen 25 años desde que comenzó el programa de mejora varietal. Actualmente tiene 28 cooperativas asociadas y la Cámara Arroceras del Montsià se incorporará el próximo mes de diciembre. Esto significa que aglutina al 90% del sector cooperativo del arroz en España y produce la semilla de las variedades más cultivadas en las distintas zonas productoras nacionales. Con estas semillas se siembran entre 35.000 y 50.000 hectáreas en toda España y una pequeña parte de Portugal. Su catálogo varietal contempla un total de 22 variedades de semillas.

Los asistentes a la jornada de puertas abiertas realizaron una visita guiada para conocer los complejos procesos de producción de semilla certificada, las fases de selección de líneas que conducen a la obtención de una nueva variedad, y tuvieron la oportunidad de observar los ensayos que se están realizando



Se realizó una visita guiada para conocer los procesos de producción. / ÓO

ya en campo, en la finca la Raga de Copsemar.

“Atravesamos una época muy complicada debido a la escasez de materias activas para combatir plagas, a la sequía, el cambio climático y un mercado comercial convulso. Y en este escenario la investigación juega un papel muy importante. En nuestros proyectos de investigación colaboramos con entidades públicas como el IVIA, la Universidad de Zaragoza o el IRTA”, resaltó el presidente de Copsemar, José Luis Mariner.

El trabajo de obtención de una variedad es laborioso y complejo. Primero se realizan los cruzamientos en el invernadero y a partir de esta fase se plantan en campo y se realiza una selección anual, planta a planta, en la finca la Raga. “Además, en nuestro caso tenemos convenios con centros de investigación internacionales que nos permiten realizar un cultivo en el invierno. En noviembre enviaremos las líneas más prometedoras a un centro tropical, lo que nos permite adelantar una generación. De esa

manera reducimos el proceso de pruebas a la mitad y en cinco años podemos tener preparada la variedad”, explicó el director de Copsemar, Luis Marqués.

En los campos de la finca la Raga se prueban actualmente 16 variedades diferentes y hay trasplantadas más de 30.000 plantas individuales. El proceso comienza en los semilleros y posteriormente las plantas se trasplantan una a una por personal cualificado para poder realizar posteriormente una buena selección. Cada año se seleccionan únicamente 300 plantas para seguir investigando y analizando. El ritmo de inversión actual en investigación es de más 300.000 euros al año. Por ello, Luis Marqués incidió en la necesidad de emplear semilla certificada, “porque una parte del precio que se paga se dedica a investigación y es lo que nos garantiza la obtención de nuevas variedades y el futuro”.

En Copsemar están culminando ahora el trabajo de diez años de investigación. En innovación varietal, una de las novedades importantes que presenta la cooperativa es el desarrollo de variedades de grano medio perlado, enmarcadas en el sistema Provisia® de BASF, adaptadas a las condiciones españolas para que puedan competir en las mismas condiciones que las convencionales. Esto permitirá cultivar variedades aclimatadas a los requisitos de las zonas productoras de España. En concreto,

se van a lanzar dos variedades de arroz redondo perlado denominadas Campanar PV y Birbador PV, y también cuentan con dos de grano largo B cristalino: Wadiana PV y Wadikavir PV. Estas variedades pueden utilizar el herbicida específico de BASF que controla las malas hierbas de hoja estrecha, que en los últimos años se ha convertido en un grave problema para el sector arrocerero. Los tipos de grano medio perlado desarrollados en Copsemar se comenzarán a comercializar en 2025. Ahora se encuentran en fase de multiplicación y obtención de semilla.

Además, Copsemar ya está multiplicando tres variedades de grano medio perlado, Wadalete, Ibero y una tercera que todavía no tiene nombre. Y en grano largo B cristalino cuentan con una variedad ya registrada años atrás, denominada Moleta, y que ya se ha ensayado con buenos resultados en Extremadura y Cataluña. Llegarán a los agricultores entre 2025 y 2026.

Para finalizar la jornada de puertas abiertas se mostraron tres iniciativas en las que está participando Copsemar. Se trata del proyecto BestRice, un proyecto de mejora de variedades de arroz tolerantes a la salinidad, y se encuentran pendientes de iniciar un proyecto internacional para estudiar variedades adecuadas para la obtención de nuevos alimentos que permitan su uso para un grupo más extenso de personas a través de canales de comercialización específicos.

A la jornada de puertas abiertas de Copsemar asistieron también representantes de la Generalitat Valenciana como el director general de Desarrollo Rural, Javier Benito; el director general de Política Agrícola Común (PAC), Joaquín Gómez; y la subdirectora general de Agricultura Ecológica y de Calidad, Carmen Montoro.

## Confirmado el primer caso de avispa *Vespa velutina* en la CV

La Generalitat Valenciana ha activado un protocolo de emergencia ante la llegada de la avispa asiática

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Generalitat ha informado de la puesta en marcha, ante la detección de la avispa *Vespa velutina*, de un protocolo de actuación emergencia para su control y erradicación, así como de una serie de labores de vigilancia para evitar la expansión y frenar el grave riesgo que supone para el sector apícola esta especie incluida en el Catálogo Nacional de Especies Exóticas Invasoras.

Se trata del primer caso confirmado en la Comunitat Valenciana de esta especie, tras la identificación de un ejemplar en la población de Vallibona en la provincia de Castellón, y que ha puesto en alerta al sector apícola valenciano, afectado

en los últimos años por las importaciones masivas de países terceros, la sequía y el escaso apoyo por parte de las anteriores administraciones.

Desde las direcciones generales de Medio Natural y Animal y de Producción Agrícola y Ganadera, correspondientes a las Consellerías de Medio Ambiente y de Agricultura, respectivamente, se ha elaborado de manera conjunta un protocolo de actuación de emergencia para la protección de la apicultura y agricultura de la Comunitat Valenciana.

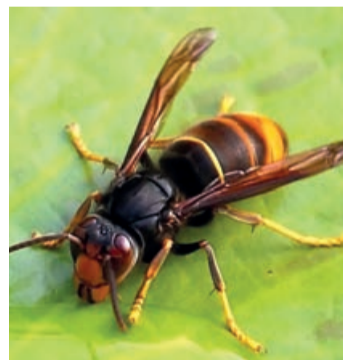
El protocolo establece unos criterios orientadores para el control y, si es posible, la erradicación de la población de *Vespa velutina* y de la especie, así como

el impacto en zonas donde se haya establecido, con medidas eficaces y efectivas, y minimizar al mismo tiempo el efecto sobre el resto de las especies.

También se impartirá formación en la comarca relativa a la *Vespa velutina* a personal de los ayuntamientos, agentes forestales, veterinarios, apicultores, ganaderos, agricultores para pedir su colaboración y que sepan cómo actuar ante la presencia de las avispas y sus nidos.

■ PREOCUPACIÓN EN EL SECTOR

AVA Asaja ha mostrado su “preocupación” tras el primer caso identificado en la localidad castellonense de Vallibona, por tratarse de “una especie invasora que



Avispa *Vespa velutina*. / AVA

devora y diezma las colonias de abejas y otros insectos”. Desde la organización agraria valoran las medidas establecidas por la Generalitat, tanto el protocolo de actuación de emergencia para su control y erradicación como las labores de vigilancia dirigidas a evitar la expansión de esta avispa. “Como con casi todas las especies invasoras, la detección precoz será clave para actuar rápidamente y tratar no solo de frenar su avance sino también erradicarla de nuestro territorio, porque la viabilidad de los apicultores va en ello”, destaca

la organización agraria. En este sentido, AVA ha transmitido la necesidad de que la Generalitat forme a los apicultores valencianos, mediante una guía de instrucciones y fotografías de la avispa asiática, para que puedan identificar su presencia y avisar con la máxima celeridad a la Administración.

Desde La Unió también consideran adecuado el protocolo administrativo establecido por la Consellería de Agricultura, aunque llega tarde porque lleva ya desde el año 2012, y en reiteradas ocasiones, solicitando a los sucesivos responsables que lo establecieran desde que entró en España la *Vespa*.

Desde La Unió solicitan a la Consellería que haga la máxima divulgación posible con información y formación a los apicultores, tanto en la comarca donde está ya presente, como en el resto del territorio, dado que la capacidad de recorrido de la plaga en un año es de entre 90 y 100 km. Por otra parte, el sindicato agrario anuncia que reclamará ayudas a los apicultores afectados en caso de mortandad de abejas.





# Cítricos: Análisis de campo

## ÍNDICE DE MADUREZ

CAMPAÑA 2023/2024  
COMPARACIÓN AÑO 2022  
SEPTIEMBRE. 1ª SEMANA

	2022	2023	DIF.	Parcelas
<b>■ GANDÍA</b>				<b>21</b>
Clausellinas	3,77	4,67	0,90	2
Satsumas	2,78	2,44	-0,34	3
Marisol	3,93	3,87	-0,05	5
Clementina	2,89	2,70	-0,19	1
Navelinas	4,36	3,64	-0,72	6
Clemenrubi	4,11	5,30	1,18	3
Fujimoto	3,10	3,57	0,47	1
<b>■ VALENCIA-NORTE</b>				<b>22</b>
Clausellinas	7,14	6,92	-0,22	2
Clemensoon	5,05			0
Orogrande	5,21	3,56	-1,65	1
Oronul	5,20	5,26	0,06	1
Basol	6,29	1,74	-4,55	1
Marisol	5,63	5,31	-0,32	5
Arrufatina	7,99	6,40	-1,59	1
Clemenrubi	5,79	5,07	-0,71	2
Clem.Nules	4,45	4,04	-0,41	5
Navelina	3,25	3,24	0,00	3
Iwasaki	6,72	7,64	0,92	1
<b>■ VALENCIA SUR</b>				<b>44</b>
Clausellinas	4,63	4,93	0,30	1
Satsumas	3,02	3,71	0,69	5
Marisol	5,27	4,42	-0,85	5
Okitsu	4,47	4,97	0,50	4
Orogrande	4,65	3,49	-1,16	5
Clem.Nules	3,11	3,57	0,45	3
Navelinas	4,49	4,30	-0,18	5
Clemenson		5,41		3
Arrufatina	7,25	6,00	-1,24	4
Oronules	3,98	4,31	0,32	5
Iwasaki	6,21	6,14	-0,07	4
<b>■ CASTELLÓN</b>				<b>21</b>
Marisol	4,12	4,34	0,22	6
Clem.Nules	3,22	3,42	0,19	6
Oronul	3,29	3,76	0,46	4
Navelinas	3,48	4,16	0,68	2
Arrufatina	5,03	4,62	-0,41	1
Clemenpons	3,75	4,84	1,08	1
Clemenrubi	5,41	3,66	-1,75	1
<b>■ ALICANTE</b>				<b>14</b>
Okitsu	2,73	6,56	3,83	1
Orogrande	3,98	3,09	-0,89	3
Clemenrubi	7,40	14,16	6,76	1
Clemenvilla	3,67	3,30	-0,37	1
Chislett	3,37	8,57	5,20	1
Pomelo	4,02			0
Barnfield	4,27	5,03	0,77	1
Navel Late	3,17	3,70	0,53	1
Valencia Late	2,55	2,75	0,19	1
<b>■ HUELVA</b>				<b>5</b>
Oronules	5,83	5,35	-0,49	2
Clemenrubi	8,59	8,60	0,01	1
Orogrós	7,04	7,74	0,70	1
Clemenson	5,96			0
Primosole4,25				0
<b>■ Total parcelas:</b>				<b>127</b>

FUENTE: Dirección Territorial de Comercio (SOIVRE-Valencia)

## CALIBRE (mm)

CAMPAÑA 2023/2024  
COMPARACIÓN AÑO 2022  
SEPTIEMBRE. 1ª SEMANA

	2022	2023	DIF.	Parcelas
<b>■ GANDÍA</b>				<b>21</b>
Clausellinas	59,00	63,50	4,50	2
Satsumas	54,33	54,67	0,33	3
Marisol	57,00	57,00	0,00	5
Clementina	58,00	61,00	3,00	1
Navelinas	68,60	68,33	-0,27	6
Clemenrubi	48,00	41,33	-6,67	3
Fujimoto	66,00	68,00	2,00	1
<b>■ VALENCIA-NORTE</b>				<b>22</b>
Clausellinas	57,50	59,65	2,15	2
Clemensoon	50,40			0
Orogrande	47,50	39,70	-7,80	1
Oronul	48,50	46,10	-2,40	1
Basol	51,00	39,80	-11,20	1
Marisol	51,67	49,00	-2,67	5
Arrufatina	52,80	51,50	-1,30	1
Clemenrubi	47,93	46,26	-1,68	2
Clem.Nules	47,80	44,86	-2,94	5
Navelina	59,90	62,67	2,77	3
Iwasaki	62,70	61,20	-1,50	1
<b>■ VALENCIA SUR</b>				<b>44</b>
Clausellinas	58,10	57,80	-0,30	1
Satsumas	51,65	50,44	-1,21	5
Marisol	53,30	49,48	-3,82	5
Okitsu	55,75	58,15	2,40	4
Orogrande	47,75	44,58	-3,17	5
Clem.Nules	45,10	43,83	-1,27	3
Navelinas	63,15	64,32	1,17	5
Clemenson		46,37		3
Arrufatina	53,70	49,83	-3,88	4
Oronules	47,60	42,96	-4,64	5
Iwasaki	62,00	61,28	-0,73	4
<b>■ CASTELLÓN</b>				<b>21</b>
Marisol	43,66	47,23	3,57	6
Clem.Nules	38,25	43,98	5,73	6
Oronules	39,63	41,55	1,93	4
Navelinas	62,57	68,50	5,93	2
Arrufatina	47,60	47,00	-0,60	1
Clemenpons	42,60	55,90	13,30	1
Clemenrubi	45,60	43,40	-2,20	1
<b>■ ALICANTE</b>				<b>14</b>
Okitsu	52,35	52,40	0,05	1
Orogrande	45,20	46,33	1,13	3
Clemenrubi	50,75	52,90	2,15	1
Clemenvilla	46,00	40,40	-5,60	1
Chislett	49,95	63,70	13,75	1
Pomelo				0
Barnfield	53,20	63,10	9,90	1
Navel Late	55,20	59,00	3,80	1
Valencia Late	48,00	52,20	4,20	1
<b>■ HUELVA</b>				<b>7</b>
Oronules	51,77	48,00	-3,77	2
Clemenrubi	56,00	59,10	3,10	1
Orogrós	57,60	51,20	-6,40	1
Clemenson	54,80			0
Promosole	57,50	51,22	-6,28	1
<b>■ Total parcelas:</b>				<b>127</b>

FUENTE: Dirección Territorial de Comercio (SOIVRE-Valencia)

## ZUMO (%)

CAMPAÑA 2023/2024  
COMPARACIÓN AÑO 2022  
SEPTIEMBRE. 1ª SEMANA

	2022	2023	DIF.	Parcelas
<b>■ GANDÍA</b>				<b>21</b>
Clausellinas	49,38	46,74	-2,65	2
Satsumas	48,28	39,67	-8,60	3
Marisol	48,13	44,92	-3,20	5
Clementina	41,80	20,84	-20,96	1
Navelinas	33,69	29,17	-4,52	6
Clemenrubi	30,34	19,05	-11,30	3
Fujimoto	31,73	29,67	-2,06	1
<b>■ VALENCIA-NORTE</b>				<b>22</b>
Clausellinas	56,88	55,66	-1,22	2
Clemensoon	53,58			0
Orogrande	36,39	33,95	-2,44	1
Oronul	52,60	53,13	0,53	1
Basol	53,81	20,46	-33,35	1
Marisol	51,82	42,58	-9,24	5
Arrufatina	50,12	23,81	-26,32	1
Clemenrubi	39,23	54,71	15,48	2
Clem.Nules	39,72	36,20	-3,53	5
Navelina	30,35	28,49	-1,87	3
Iwasaki	64,63	48,88	-15,75	1
<b>■ VALENCIA SUR</b>				<b>44</b>
Clausellinas	47,17	50,19	3,02	1
Satsumas	45,08	46,30	1,22	5
Marisol	50,27	46,70	-3,58	5
Okitsu	48,04	48,60	0,56	4
Orogrande	36,96	40,35	3,38	5
Clem.Nules	27,85	39,82	11,97	3
Navelinas	35,08	27,42	-7,66	5
Clemenson		46,60		3
Arrufatina	39,77	45,91	6,14	4
Oronules	45,03	42,00	-3,02	5
Iwasaki	43,56	47,42	3,86	4
<b>■ CASTELLÓN</b>				<b>21</b>
Marisol	45,25	7,69	-7,56	6
Clem.Nules	26,23	31,35	5,12	6
Oronules	33,09	40,33	7,25	4
Navelinas	28,22	34,82	6,60	2
Arrufatina	40,95	40,38	-0,56	1
Clemenpons	45,03	51,17	6,14	1
Clemenrubi	32,46	43,28	10,81	1
<b>■ ALICANTE</b>				<b>14</b>
Okitsu	33,39	43,33	9,93	1
Orogrande	38,94	28,19	-10,75	3
Clemenrubi	39,76	41,36	1,61	1
Clemenvilla	30,99	30,26	-0,72	1
Chislett	15,73	15,57	-0,16	1
Pomelo	10,46			0
Barnfield	15,37	15,67	0,30	1
Navel Late	12,47	11,16	-1,31	1
Valencia Late	21,92	21,13	-0,80	1
<b>■ HUELVA</b>				<b>5</b>
Oronules	52,39	44,20	-8,19	2
Clemenrubi	54,15	52,88	-1,27	1
Orogrós	45,81	44,83	-0,98	1
Clemenson	43,69			0
Primosole	48,55	35,39	-13,16	1
<b>■ Total parcelas:</b>				<b>127</b>

FUENTE: Dirección Territorial de Comercio (SOIVRE-Valencia)

ISIDORO CARRICONDO / Codirector técnico de Unica

# “Hemos pasado de ser una cooperativa de kilos a ser una cooperativa con visión de futuro”

Isidoro Carricondo analiza la evolución y el desarrollo de Unica incidiendo en la sostenibilidad y el desarrollo de variedades y proyectos de investigación enfocados a lograr la rentabilidad del agricultor:

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Isidoro Carricondo acaba de defender su tesis sobre el uso de residuos vegetales como fuente de nutrientes en zonas con producción agrícola intensiva, ahondando en cuestiones relacionadas con la economía circular y sostenibilidad. Y está de enhorabuena porque su tesis ha sido calificada por el Tribunal como Cum Laude.

**Valencia Fruits.** *¿Cuánto tiempo ha invertido en su tesis? ¿A qué conclusiones ha llegado?*

**Isidoro Carricondo.** Desde antes de 2013, cuando esta cooperativa se denominaba Casur—actual Natursur—, se hizo evidente que debíamos hacer una retirada formal de los restos vegetales de nuestros invernaderos; y eso derivó en una serie de estudios. Había que darle al agricultor una explicación técnica y justificar con datos por qué podríamos usar esos restos vegetales.

**VF.** *Para documentarse sobre este tema ha recurrido a Tecomsa, planta especializada en el ciclo completo de reciclaje de residuos vegetales agrícolas procedentes de invernaderos. ¿Cómo fue la experiencia a nivel de investigación, ¿qué otras fuentes ha utilizado?*

**IC.** La tesis consistía en un trabajo de investigación sobre restos vegetales, compost y vermicompost (tratados en la planta de vermicompost), comparándolos con un control orgánico de origen animal y un control mineral. Se extrajeron resultados positivos especialmente en vermicompost y compost. He contado con la colaboración de la Universidad de Almería (UAL), a nivel científico con el diseño experimental y todos los estudios que conlleva, ya que existe una cantidad ingente de analítica a nivel de diferentes nutrientes tanto de savia como en lixiviados, actividad enzimá-



Carricondo explica que su investigación está vinculada a la circularidad. / UNICA

**“La sostenibilidad es ya una obligación y eso como codirector técnico lo ves en el día a día de Unica”**

tica y población microbiana en el suelo y por supuesto producción. Y también con Tecomsa, como empresa que ha gestionado todo el producto del experimento. Hay un trabajo estadístico muy importante, y esas han sido las principales fuentes consultadas.

Este proyecto de investigación está muy vinculado a la circularidad. La sostenibilidad es ya una obligación y eso como

codirector técnico lo ves en el día a día de Unica.

Cuando ponemos un producto en el mercado, el cliente tiene que ver de dónde proviene, qué estamos haciendo, hay que justificarle que se produce de manera sostenible. En el ámbito de la economía circular, solo en Almería se están generando 2 millones de toneladas de restos vegetales, los cuales son una fuente desco-

munal de nutrientes. Si hacemos una buena gestión nos quitamos una buena cantidad de insumo de origen mineral.

**VF.** *Su trayectoria profesional ha estado muy ligada a la cooperativa de segundo grado Unica. ¿Cómo han sido estos años desde su incorporación? ¿Qué cambios significativos ha presenciado?*

**IC.** Empecé mi trayectoria profesional hace casi 30 años en Casur, fui director técnico. Casur posteriormente se fusionó con Parquenat, dando como resultado Natursur. Y ahora mantengo esa posición de codirector técnico, responsable de la producción ecológica y de las variedades de tomate de Unica, junto con la de responsable de I+D. Hay que estudiar el sistema de manejo circular en el sistema de producción, el aprovechamiento existente en nuestras propias fincas, gestionando sus insumos. Tenemos varios proyectos, sobre todo, relacionados con Big Data.

**VF.** *Como responsable de los proyectos de I+D de Unica, centrados en mejorar las variedades y siempre enfocados en la rentabilidad del agricultor, ¿qué programas destacaría?*

**IC.** Efectivamente llevamos a cabo varios proyectos como el ‘30 x 5’, que consiste en un aumento de la productividad en un 30% dentro de un periodo de 5 años en la propia explotación con la incorporación de herramientas de trabajo. Hemos ido mejorando la toma de datos, que el agricultor vea si está cobrando más por un determinado calibre, si es más productivo, hacia donde tiene que dirigir su cultivo y asociarlo a esa gestión de la finca. Que el agricultor sea consciente de todo, venta y producción. En definitiva, que tenga los datos de cómo mejorar para obtener mayor producción y calidad en las fechas necesarias, mejorando así su rentabilidad.

**“Se está trabajando de manera más cualitativa buscando la rentabilidad del agricultor”**

Asimismo, estamos inmersos en el programa Ploutos. Es un proyecto de sensorización en campo, donde se recogen por medio de sensores datos ambientales como temperatura, humedad relativa, datos de suelo, como conductividad eléctrica, temperatura y humedad. El objetivo es mejorar la rentabilidad de las explotaciones agrícolas, y optimizar los insumos agrícolas como el uso del agua. Los datos tenemos que valorarlos; saber dónde estamos... no basarnos solamente en lo que es la producción, pero sin olvidarla.

**VF.** *En cuanto a nuevas variedades, está al frente del nuevo tomate rosa variedad exclusiva de Unica, también del tomate wabi sabi... ¿Cuál es su misión como coordinador de estas iniciativas y qué objetivos se persiguen?*

**IC.** Trabajamos en dos líneas, por un lado, tenemos material genético de nuestra propiedad y, además, tenemos la finca de ensayos donde hacemos *screening* con empresas de semillas. Hablamos con las diferentes empresas de semillas y marcamos objetivos, hacia dónde se dirige el sector y qué le podemos ofrecer al consumidor.

Trabajamos estrechamente unidos con ellas, desarrollando el material conjuntamente.

**VF.** *Dada su dilatada experiencia, ¿hacia dónde considera que evolucionará Unica y el sector?*

**IC.** Respecto a Unica, mi síntesis sería que hemos pasado de una cooperativa de kilos a una cooperativa con visión de futuro, con proyectos de investigación muy amplios, con la mirada puesta en la sostenibilidad, con nuevos productos, aprovechando los nichos de mercado. En resumen, se está trabajando de manera más cualitativa buscando siempre la rentabilidad del agricultor sostenida en el tiempo.

En cuanto hacia dónde se dirige el sector y cómo se adaptarán las empresas hortofrutícolas a las nuevas demandas, yo diría que el cliente necesita productos *commodity*, pero siempre habrá un nicho para los productos *premium* y, sobre todo, para el producto ecológico, cuya demanda sigue creciendo.

## Europlátano vuelve a tener stand propio en Fruit Attraction

### ► VF. REDACCIÓN.

Europlátano, una de las seis organizaciones que componen Plátano de Canarias, y su marca insignia, Gabaceras, volverán a tener stand propio este año en Fruit Attraction. La firma ha participado en la feria prácticamente desde sus inicios, pero esta continuidad se vio frustrada por las consecuencias que tuvo la erupción del volcán de La Palma en 2021 sobre la producción de plátano en Canarias, que descendió en 2022 un 15%.

La empresa, que tiene su sede central en La Palma, ha sido

una de las más afectadas por la catástrofe. Perdió unas 14.000 toneladas el pasado año, obligando a concentrar sus esfuerzos en ayudar a los agricultores damnificados para recuperar lo antes posible el cultivo y la forma de vida de tantas familias en la isla. El esfuerzo y la ilusión de tantos productores, que han trabajado desde que comenzó la emergencia volcánica para recuperar lo antes posible la actividad en las fincas afectadas y alcanzar los niveles de producción previos a la erupción, han conseguido revertir esta situación.

Durante este proceso, ha sido clave el apoyo de sus clientes, quienes han demostrado comprensión y empatía por lo sucedido.

Gracias a los positivos datos de producción y recuperación de 2023, los 670 productores de la empresa estarán representados en el stand de Gabaceras en Fruit Attraction, que se ubicará en el pabellón 10.

### ■ UN REFERENTE

Gabaceras representa el espíritu de mejora continua de los socios fundadores de Europlá-

**Gabaceras representa el espíritu de mejora continua de los socios fundadores de Europlátano**

tano que, hace más de 30 años, apostaron por la diferenciación mediante la calidad del producto. Actualmente se combinan técnicas de cultivo artesanal con los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria en los procesos de producción y maduración.

La asistencia al evento permitirá a Gabaceras impulsar las relaciones con los clientes actuales y fortalecer su imagen en el mercado, así como asistir

a las jornadas y descubrir las últimas tendencias que ofrece la feria y su diversidad de contenidos.

Además, su participación coincidirá con el lanzamiento de su nueva campaña de comunicación. Gabaceras es un referente de plátano de Canarias para el consumidor. Un consumidor cada vez más consciente de la importancia de la calidad, tradición, sostenibilidad y responsabilidad social, y que reconoce los valores y atributos diferenciales de Gabaceras respecto a otros plátanos: un producto local de alta calidad certificada, cultivado con todo el cariño, bajo los más altos estándares de seguridad alimentaria, y abogando por una agricultura justa con los agricultores y respetuosa con el medioambiente.

# Grupo Alcoaxarquía da entrada a capital de Tresmares

La compañía Grupo Alcoaxarquía ha traspasado una participación minoritaria de su capital a la firma paneuropea Tresmares, plataforma inversora respaldada por el Banco Santander

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Tresmares pasa a ser socio minoritario en Grupo Alcoaxarquía tras una operación financiera con la que Banco Santander entra en el sector agro. “Hemos centrado nuestros esfuerzos estos años en convertir al Grupo Alcoaxarquía en un referente en el sector de la fruta tropical. Para ello, hemos establecido como premisa de la empresa la orientación al cliente, ofertando los 12 meses del año fruta de calidad *ready-to-eat*”, señala José Antonio Alconchel, fundador y director general de la empresa.

Para poder suministrar la fruta durante doce meses, Grupo Alcoaxarquía está presente en varios países de ambos he-



José Antonio Alconchel en la última edición de Fruit Logística. / RAQUEL FUERTES

misferios, entre ellos España, Marruecos, Perú, México y Kenia. Grupo Alcoaxarquía mantiene acuerdos a largo plazo con sus proveedores, algo que ha conseguido a través de relaciones de confianza y apoyo mutuo. El grupo proporciona a los productores agrícolas el conocimiento y la tecnología agrícola para convertir sus campos de agricultura tradicional a agricultura orgánica.

Grupo Alcoaxarquía espera cerrar el año con una facturación superior a los 50 millones de euros y ha puesto en marcha un agresivo plan de negocio para alcanzar los 120 millones de forma orgánica en los próximos cinco años. De hecho, la empresa abrió una nueva planta en Solla-

na (Valencia) hace solo unos meses. Además, la empresa también está considerando adquisiciones inorgánicas que le permitirían superar los 250 millones de euros.

Tresmares, según destaca Alconchel, “se centra en invertir en empresas líderes en su sector para ayudarlas a desarrollar sus planes de negocio. Para ello, la compañía cuenta con un equipo directivo especializado tanto en inversiones directas de capital como en alternativas de financiación estructurada”.

En esta operación, Grupo Alcoaxarquía ha contado con el asesoramiento de Marimón Abogados, mientras que Tresmares contó con el asesoramiento de Evergreen Legal y Deloitte Financial Advisory.

## Las cooperativas de Llutxent-Otos y La Pobla del Duc acuerdan su integración

Univall Coop. V. gestionará entre 30 y 32 millones de kilogramos de fruta

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las cooperativas valencianas Camp de Llutxent-Otos y Vitivinícola La Pobla (La Pobla del Duc), ambas socias de Anecoop, aprobaron el pasado miércoles 5 de septiembre en sus respectivas reuniones de la Asamblea General su integración por una amplísima mayoría, superando en conjunto el 90% de votos a favor. El objetivo es seguir creciendo de manera eficiente a través de la concentración de volumen de producto y diversificación de la gama, además de optimizar el uso de los almacenes, reduciendo costes.

Gracias a esta operación, la nueva entidad, una cooperativa de segundo grado que recibirá el nombre de Univall Coop. V. y tendrá su sede social en Llutxent, pasará a gestionar entre 30 y 32 millones de kilos de fruta la próxima temporada. El grueso del producto corresponde a cítricos, entre 18 y 20 millones de kilos, que se trabajarán en el almacén de Llutxent-Otos. Las instalaciones de manipulado de La Pobla estarán especializadas en el kaki, la fruta de hueso y otras frutas y hortalizas como la sandía, que suman en conjunto en torno a 12 millones de kilos.



La entidad se llamará Univall Coop. V y tendrá la sede en Llutxent. / ANECOOP

Este acuerdo se produce casi de forma simultánea a la formalización de la integración de la cooperativa Cristo del Milagro de La Llosa de Ranes en la de Llutxent-Otos, tras la estrecha colaboración establecida entre ambas esta pasada campaña con la gestión de la fruta de hueso de la entidad de la Llosa en el almacén de Llutxent.

Los presidentes de las cooperativas Camp de Llutxent-Otos y Vitivinícola La Pobla, Juan Canet Canet y Blas García Climent, han manifestado su satisfacción con la materialización de este acuerdo afirmando que “el futuro de las cooperativas pasa por integrarse para ganar competitividad y ser capaces de abordar en mejores condiciones las exigencias de un mercado que plantea retos a nuestro sector de forma continua”.

Por su parte, el presidente de Anecoop, Alejandro Monzón, ha felicitado a las cooperativas por dar este importante paso, señalando que “para Anecoop es una estrategia clave de crecimiento de nuestros socios que llevamos promoviendo desde hace tiempo”.

## Gustavo Ferrada y Gufresco crean el grupo GFUnion

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

GFUnion se convierte en el nombre del grupo internacional especializado en alimentación saludable y formado por empresas líderes en el ámbito de la I gama de frutas y verduras, en la producción de ensaladas y vegetales listos para consumir, en la IV gama de fruta y hortalizas, en la elaboración de zumos naturales, en la V gama y en la logística ecosostenible.

Con el nuevo grupo, GFUnion, se afianza y refuerza la apuesta de tres empresas (Gufresco,

Gustavo Ferrada y RapidFresh) por continuar la expansión internacional y cohesionar internamente la organización para seguir creciendo de manera sólida y rentable. En el cierre de la campaña 2022-23, la compañía alcanzó una facturación de más de 70 millones de euros. Con un origen que se remonta a los años 50, Alberto Ramírez, CEO de la compañía, explica que “GFUnion se construye sobre sólidas raíces que permanecen inalterables: nuestro compromiso con el servicio, con nuestras personas,

con el medioambiente, con la sociedad y con la innovación y además apostamos por nuestros frescos, por lo natural... que se convierte en bandera y es la forma de poner en valor el origen (campo y obrador), procesando lo natural, pero manteniendo la esencia”

■ MARCAS COMERCIALES

La compañía seguirá utilizando sus marcas comerciales Fresquitos, (freswich), Gufresco, Gustavo, Citriana, RapidFresh... así como sus diferentes marcas espe-



cíficas para retail como Blitz o la marca especializada en V gama para empresas Sasa; siendo GFUnion su marca corporativa que engloba las tres empresas y sus respectivas marcas. Además, especifican desde la compañía, GFUnion va a ir siempre acom-

pañado de un claim que describe a la perfección su idiosincrasia: “Somos Food, Somos Service”.

El nuevo grupo, GFUnion, según destacan en un comunicado, permitirá afianzar la estrategia corporativa de crecimiento, basada en el desarrollo comercial y su posicionamiento en nuevos mercados, países y clientes a través de productos innovadores y de tendencia. Asimismo, en su visión por liderar la revolución saludable, sin dejar de lado la sostenibilidad, cuenta con su propia empresa logística de transporte refrigerado ecosostenible. Las empresas del grupo han conseguido liderar el mercado del FoodService en España y siguen haciéndolo por su versatilidad y sobre todo por su impecable servicio.



# Granadas

FRANCISCO OLIVA / Presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Granada Mollar de Elche

## “Se prevé que esta campaña sea algo mejor que la anterior en cuanto a kilos”

A punto de arrancar el mes de octubre y con él, la campaña de la granada Mollar de Elche, el presidente del Consejo Regulador de la DOP se muestra “esperanzado”. Con una demanda creciente y con una meteorología que no ha incidido notablemente en el desarrollo del cultivo, las previsiones de producción y comercialización siguen una tendencia al alza. Francisco Oliva detalla también las diferentes acciones de comunicación para que el producto llegue al máximo número de consumidores posible y destaca la principal fortaleza del sector de la granada Mollar de Elche: la unión.

► JULIA LUZ, REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Qué puede decirnos sobre el inicio de la presente campaña?

**Francisco Oliva.** Estamos esperanzados y tenemos muy buenas expectativas para la próxima campaña. Estamos percibiendo una buena demanda en el mercado y, sobre todo, hay ganas de que llegue el mes de octubre para que comience la temporada de la granada Mollar de Elche.

El consumo de granada ha crecido durante los últimos años y la competencia en el mercado es mayor por la presencia de nuevas variedades, pero las características únicas y singulares de la granada Mollar la convierten en el foco de atención una vez empieza su campaña.

**VF.** La producción de granada Mollar de Elche con Denominación de Origen Protegida (DOP) se redujo la pasada campaña un 30% respecto al año precedente debido a las condiciones meteorológicas extremas. ¿Cómo ha afectado el clima al desarrollo de la actual campaña?

**FO.** El año pasado el exceso de lluvia, que provocó problemas con la floración y la caída de muchos frutos, y las elevadas temperaturas del verano, fueron responsables de la reducción de la producción. Sin embargo, este año la floración ha sido buena y ha cuajado mucho fruto en el árbol. En cuanto al verano, ha sido muy similar al anterior y las diversas olas de calor que hemos vivido han afectado principalmente a los frutos que se encuentran en el exterior del árbol, cuya piel sufre más por el exceso de sol.

Así, aunque todavía es pronto para hablar de datos de producción, se prevé que esta campaña sea algo mejor que la anterior en cuanto a kilos.

**VF.** ¿Cuáles son los principales mercados de la granada Mollar de Elche?

**FO.** La zona amparada por la Denominación de Origen abarca un total de 40 municipios de las comarcas del Baix Vinalopó, Vega Baja y L'Alacantí y concentra alrededor del 75% de la producción nacional de granadas, además de convertirnos en los



Francisco Oliva destaca las campañas y acciones publicitarias que realizan desde la DOP para dar a conocer el producto. / DOP GRANADA MOLLAR ELCHE

principales productores europeos de este fruto.

En cuanto a su comercialización, aproximadamente el 50% de la producción se exporta a países de la UE con Francia como principal destino y también viaja a mercados emergentes como los países del Golfo Pérsico, el Sudeste Asiático, Canadá y Brasil.

En cuanto al mercado nacional, durante los últimos años el

consumo ha crecido alrededor de un 30% y eso ha provocado que, hoy en día, la mitad de lo que producimos se destine a España.

**VF.** ¿Cómo se da a conocer la granada Mollar de Elche y sus beneficios? ¿Realizan muchas campañas publicitarias?

**FO.** Somos una Denominación de Origen joven, con apenas 7 años, y los recursos económicos que tenemos no son muy eleva-

“Tenemos muy buenas expectativas para la próxima temporada, estamos percibiendo una buena demanda en el mercado”

“Cada año lanzamos una campaña de promoción que nos permite seguir un hilo conductor para poder difundir nuestro mensaje y dar a conocer nuestra granada”

dos. No obstante, le sacamos el máximo partido a cada céntimo y nos esforzamos al máximo para que nuestro mensaje y las cualidades que tiene nuestra granada llegue al mayor número de consumidores. En este sentido, nuestro objetivo es que nos conozcan porque cada vez que alguien prueba una granada Mollar de Elche, es una conquista.

Cada campaña realizamos más de una veintena de acciones asistiendo a diversas ferias, contando con personas populares que cada año inauguran nuestra temporada, organizando eventos, concursos... intentando ser creativos y poniendo en marcha iniciativas novedosas para ser más visibles.



La zona amparada por la Denominación de Origen abarca 40 municipios de las comarcas del Baix Vinalopó, Vega Baja y L'Alacantí y concentra alrededor del 75% de la producción nacional de granadas. / DOP GRANADA MOLLAR ELCHE

Dentro de todas esas actividades, cada año lanzamos una campaña de promoción que nos permite seguir un hilo conductor para difundir nuestro mensaje y dar a conocer nuestra granada. Hace años nos centramos en su buen interior (cuyas campañas lograron varios premios publicitarios) y el año pasado estrenamos la campaña ‘La reina de todas las granadas’ protagonizada por Alaska.

Estamos encantados con los resultados que obtuvimos y el gran impacto que causó. Por ello, este año vamos a seguir apostando por esta campaña, ya que consideramos que todavía tiene recorrido y el mensaje va a seguir calando en la sociedad.

**VF.** ¿Qué supone para la granada comercializarse bajo el paraguas de la DOP?

**FO.** En el mundo hay más de 500 variedades de granadas y la única que tiene Denominación de Origen Protegida es la Mollar de Elche. Es un privilegio que en nuestras tierras se cultive esta granada y que tenga el sello de calidad agroalimentaria más importante que existe. Esta distinción marca la diferencia en el mercado, es una garantía de calidad y es un reconocimiento a la tierra donde se cultiva y a las manos que han logrado mantener vivo este cultivo a lo largo de los siglos.

La Denominación de Origen Protegida reconoce que esta granada es diferente al resto de granadas y no sólo distingue la gran labor que llevan a cabo las más de 500 familias de agricultores que forman parte del Consejo Regulador, sino que también permite impulsar el desarrollo rural, diversificar la economía del territorio, contribuir a la conservación y puesta en valor de nuestro paisaje, cultura y tradiciones.

**VF.** ¿Cuál es, a su juicio, el futuro de la granada Mollar de Elche?

**FO.** La granada Mollar de Elche tiene un gran presente y un futuro esperanzador. Ser los únicos de todo el mundo que podemos lucir con orgullo el sello de la Denominación de Origen Protegida nos abre un abanico de posibilidades en el mercado. Es cierto que la agricultura es un sector muy difícil, que todos los productos están sufriendo las consecuencias del cambio climático, el aumento de variedades, la falta de agua, la inflación... y tener la Denominación de Origen Protegida nos permite ser más fuertes y competitivos.

Uno de los grandes logros que hemos tenido en todos estos años es que el sector siempre ha permanecido unido. Los sindicatos agrarios, comercializadores, instituciones públicas y profesionales del sector hemos hecho un frente común alrededor de la granada Mollar de Elche porque sabemos que es una joya que tenemos que cuidar, proteger y defender. Ésa es nuestra mayor fortaleza y si seguimos avanzando en el mismo sentido estamos seguros de que tenemos mucho futuro por delante.



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

Y lo mejor es la DOP Granada Mollar de Elche, caviar vegetal con dulzor equilibrado, exterior matizado color crema o rojo intenso, cultivada en 40 municipios de las comarcas alicantinas del Bajo Vinalopó, Alacantí y Vega Baja. Susi Díaz, embajadora de la marca, Albert Adrià y Quique Dacosta son algunos de los chefs con estrella Michelin que han reconocido las bondades de esta figura de calidad diferenciada y la han convertido en protagonista de sus recetas.



**MOLT  
DE  
GUST**

Productos de Calidad  
Diferenciada y Ecológicos  
de la Comunitat Valenciana

SUSI BONET RUIZ / Directora comercial de Cambayas, SCV

# “Habrá más demanda que oferta debido a los costes de producción y el escaso relevo generacional”

*Altas temperaturas, sequía, inflación, plagas, falta de agua y mano de obra... son muchas las preocupaciones en la actual campaña de granada, pero la directora comercial de Cambayas, Susi Bonet, afirma que en el mes de octubre ya podremos estar disfrutando de la granada Mollar de Elche con sus características únicas y su gran calidad con la satisfacción de ser reconocidos bajo la Denominación de Origen desde hace ya siete años.*

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** En estos primeros compases de la nueva temporada, ¿que puede avanzar Cambayas sobre la campaña de granada y en concreto de la Mollar de Elche?

**Susi Bonet.** En estos momentos, coincidiendo con el inicio de la campaña de granadas, hay buena demanda. En el mes de septiembre tendremos disponibles las variedades rojas y la granada valenciana. Ya a partir de octubre dispondremos de la granada Mollar de Elche, de la cual esperamos tener una buena demanda, por sus características únicas y gran calidad.

**VF.** ¿Qué superficie y producción baraja Cambayas para esta campaña?

**SB.** Tenemos una superficie de unas 600 hectáreas con unas 10 toneladas de producción.

**VF.** Este año ha estado marcado por la inflación y los elevados costes de producción, ¿cómo ha afrontado la firma Cambayas esta coyuntura?

**SB.** Como ya estamos padeciendo en otros productos, vamos a tener más demanda que oferta debido a los elevados costes de producción y el escaso relevo generacional que existe.

**VF.** Y respecto a la climatología, ¿cómo ha sufrido la granada la subida de las temperaturas y la sequía?

**SB.** Estamos sufriendo una gran sequía y mucho calor y esto va a influir en el calibre de la granada, además de en la fruta que se encuentra en la parte exterior del árbol que ya está sufriendo quemaduras en la piel.



Susi Bonet afirma que el mes de septiembre ha arrancado con una buena demanda de granada. / CAMBAYAS

**VF.** ¿Cuál es la perspectiva de los frutos este año a pie de campo?

**SB.** Debido a la situación que estamos viviendo en relación a las altas temperaturas, la sequía y la falta de productos fitosanitarios eficientes para combatir las plagas en el campo, hay mucha fruta que se queda sin poder recolectar ante la imposibilidad de poder comercializarla.

**VF.** Respecto al proyecto de selección y experimentación de Cambayas que contaba con el apoyo de la Conselleria de Agricultura, ¿en qué situación se encuentra ahora con el nuevo gobierno?

**SB.** El proyecto de selección y experimentación que tenemos en

**“A partir de octubre dispondremos de la granada Mollar de Elche, de la cual esperamos tener una buena demanda, por sus características únicas y gran calidad”**

**“Debido a los efectos de las altas temperaturas, la sequía y la falta de productos fitosanitarios eficientes para combatir las plagas en el campo, hay mucha fruta que se queda sin poder recolectar”**

marcha nos está permitiendo obtener interesantes resultados de hibridación sobre una colección de variedades de las diferentes

zonas y países productores. Y a pesar del cambio de gobierno, seguimos contando con el apoyo de la Conselleria de Agricultura.

**VF.** ¿Existe incertidumbre por la falta de mano de obra? ¿En qué medida es la ausencia de relevo generacional en el campo un problema latente?

**SB.** Sí, existe una preocupación por la falta de mano de obra especializada, al igual que por la falta de relevo generacional. No tenemos como combatir las plagas, por lo que hay mucha fruta de categoría II y III, y ello no es rentable para el agricultor. Cultivar 20 kilos por árbol y que sólo sean comercializables 5 kilos provoca que los jóvenes no quieran interesarse por la agricultura y, además, no tenemos ningún apoyo para poder seguir.

**VF.** Actualmente, ¿cuál es la principal preocupación que existe en el campo?

**SB.** El campo ha sido rico en el cultivo de frutas, cítricos y hortalizas, pero poco a poco se está destruyendo. No olvidemos que un agricultor cuida y planta sus productos como negocio, no por placer para que otros puedan vivir a su costa.

Hoy en día, el campo es uno de los negocios donde más trabas impone el gobierno, administración, e incluso la Comisión Europea, hasta el punto de que han conseguido destruir la despensa del continente.

También cabe mencionar la preocupación por la falta de recursos hídricos e insecticidas autorizados que combaten de forma eficiente las plagas.

Un claro ejemplo es la actual recolección de granadas. Un 20% de la fruta se queda en el campo porque tiene plagas que no se han podido tratar porque no hay productos autorizados para combatirlos. El mercado no quiere fruta con plagas y roces en la piel, ¿quién puede producir si un 60% de la cosecha es de valor 0?

**VF.** ¿Por qué considera Cambayas importante la Denominación de Origen granada Mollar de Elche?

**SB.** A pesar de todas las trabas y preocupaciones mencionadas, al menos nos queda la satisfacción de ser reconocidos gracias a la Denominación de Origen Granada Mollar de Elche. Sin embargo, no olvidemos que no toda la fruta que da un árbol de granados la podemos vender como DO (ya que una denominación tiene unas normas de calidad específicas). Para que sea rentable un cultivo tenemos que poder comercializar toda la fruta.

## Granada Mollar de Elche, la reina de las granadas

► MOLT DE GUST.

Cultivada en el sureste de Alicante, el privilegiado clima de la zona y las singulares propiedades de la tierra dotan a la granada Mollar de Elche de un color exterior matizado color crema o rojo intenso, una deliciosa pepita blanda y un dulzor extraordinario.

El arraigo de las granadas a la provincia de Alicante se remonta a los cartagineses en la época de las Guerras Púnicas y perdura hasta nuestros días, donde 40 municipios de las comarcas alicantinas del Bajo Vinalopó, L'Alacantí y Vega Baja continúan con la tradición de este cultivo y lo perpetúan generación tras generación.

La zona de producción de la granada Mollar de Elche destaca por su clima semiárido con temperaturas suaves en invierno y bajas precipitaciones en verano. Estas condiciones están directamente relacionadas con la calidad de la granada Mollar de Elche y su color exterior, que oscila del crema al rojo intenso en función de la exposición a la luz solar, su dulzor, su concentración de antocianos y la textura de su pepita.

De hecho, son las condiciones edafoclimáticas de la zona amparada por la Denominación de Origen Protegida DOP Granada Mollar de Elche las que confieren a la variedad autóctona Mollar

de Elche sus características únicas de dulzor equilibrado y pepita de textura blanda, cualidades que la han convertido en una de las mejores y más valoradas granadas del mundo.

En cuanto a sus propiedades, la granada Mollar de Elche es una superfruta de gran poder antioxidante, depurativa, baja en calorías y fuente de ácido fólico y vitamina C. Estudios recientes han demostrado que el consumo de una fruta como la granada ayuda a reducir los niveles de colesterol, puede retrasar la aparición de Alzheimer, contribuye a prevenir enfermedades del corazón y ayuda a prevenir distintos tipos de cáncer.



La granada es una fruta antioxidante, depurativa y baja en calorías. / DOP GM

Más de 20 chefs con estrella Michelin han reconocido las bondades de la tierra de las granadas de Europa, con más de 3.000 hectáreas de producción, que alcanzan un volumen de 50.000 toneladas por campaña, de las cuales 8.000 son granadas de calidad certificada por la De-

nomiación de Origen Protegida Granada Mollar de Elche.

Susi Díaz es la gran embajadora de la marca, que también cuenta con otros padrinos de excepción como Alberto Chicote, Albert Adrià, Quique Dacosta, Ricard Camarena, Mario Sandoval y Paco Roncero.

# Últimos días para inscribirse en la Denominación de Origen Protegida

Contar con la etiqueta de la DOP Granada Mollar de Elche es una garantía de calidad para el consumidor

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Consejo Regulador de la Granada Mollar de Elche mantiene abierto el plazo de inscripciones para que los agricultores puedan registrar sus parcelas en la Denominación de Origen Protegida de cara a la campaña 2023/2024. Estas inscripciones están dirigidas a los agricultores cuyos cultivos de granada de la variedad Mollar estén en la zona geográfica amparada por la DOP (las comarcas de L'Alacantí, Vega Baja y Baix Vinalopó). En el caso de los productores que ya formaban parte de la Denominación de Origen Protegida en la anterior campaña solo han tenido que renovar su inscripción y actualizar los datos; mientras que los que se inscriben por primera vez deben, entre otros aspectos, dar de alta sus parcelas en la DOP e indicar las hectáreas, el número de granados, el año de plantación de los árboles, el tipo de riego utilizado, si es una plantación ecológica o convencional y la localidad donde tienen su cultivo.

El plazo para formalizar el registro en la DOP estará abierto hasta el 29 de septiembre mientras que en octubre, mes



Los agricultores tienen que registrarse en la DOP para que su producción se pueda vender con el etiquetado de calidad. / DOP

de la recolección, podrán inscribirse parcelas nuevas siempre que así lo soliciten las empresas comercializadoras de la DOP.

## PRODUCTO CERTIFICADO

La directora de Calidad de la Denominación de Origen, Syl-

via Queijas, ha señalado que la inscripción de los agricultores de granada Mollar en la Denominación de Origen Protegida es "un requisito imprescindible para que sus cosechas se puedan comercializar con la etiqueta de la DOP a través de

las empresas que forman parte del Consejo Regulador".

Para Queijas, "tener la etiqueta de la DOP es la única garantía de que el consumidor compra granada Mollar de Elche, considerada como la reina de todas las granadas. Gracias a

eso hemos detectado que la demanda de producto certificado ha crecido durante los últimos años y, por tanto, para abastecer al mercado con granadas con DOP tanto la empresa comercializadora como la parcela donde se han cultivado tienen que estar registradas en el Consejo Regulador de la Denominación de Origen".

De esta forma, continúa Queijas, "estar en la Denominación de Origen Protegida permite diferenciar a la granada Mollar de Elche en el mercado y también es una garantía de sabor y calidad para el consumidor porque la producción pasa por muchos más controles que cualquier otra granada".

Además, los agricultores de la DOP se benefician de la bonificación especial que reciben en el seguro agrario porque "si ocurre algún siniestro, los cultivos amparados por el Consejo Regulador serán mejor valorados económicamente y, por otra parte, también pueden acceder a jornadas dedicadas a formación y participar en estudios de campo e investigaciones para mejorar la calidad y el rendimiento del cultivo".

**Cambayas** COOP. V.

**Producción propia de granadas**  
**Nuestras variedades:**  
**Acco • Valenciana • Mollar • Wonderful**  
**Y también en ecológico!!!**

Baya Baja, 2 - 40 • 03292 ELCHE (Alicante) SPAIN • Tel.: (34) 966 637 488 • Fax: (34) 966 637 292  
 Web: [www.cambayas.com](http://www.cambayas.com)

# Agrocotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 7 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
Verano	1,05
Invierno	1,20
Temprana	1,10
Piña	1,60
Pitahaya	6,00
Plátanos Canarias	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
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Berenjena Larga	1,20
Redonda	1,00
Ajo Seco	3,20
Tierno	0,70
Apio	0,95
Acelgas	0,75
Batata	1,40
Borraja	1,00
Brócoli	2,30
Brécol	2,50
Calçots	0,11
Calabaza	1,10
Calabacín	1,10

Cardo	1,10
Alcachofa	3,00
Cebolla Seca	0,70
Figueras	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	0,30
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
<b>OTROS PRODUCTOS</b>	<b>Euros/kg</b>
Seta Girgola	6,50
Rovellón-Níscalo	8,00
Champiñón	2,10
Otras Setas	10,00
Maíz	0,95
Pera Blanquilla	1,75
Caña de Azúcar	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios	1,50

### Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 28 de agosto al 3 de septiembre de 2023. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,01
Almendra	8,90
Cereza / Picota	8,90
Ciruela	1,31
Chirimoya	2,71
Dátil	5,23
Fresa / Fresón	3,20
Granada	2,33
Higo Fresco	3,85
Kiwi / Zespri	3,79
Limón	1,28
Mandarina Clementina / Fortuna / Nadorcott	1,69
Mango	3,14
Manzanas O.V.	2,75
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,70
Royal Gala / Cardinale	1,53
Starking / Red Chief / Glostes / Galaxia	1,85
Granny Smith	1,82
Pink Lady	2,35
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	2,33
Melocotón / Baby Gool	2,27
Melón / Galia / Coca	0,71
Mora	17,60
Naranja Navel	1,60
Late / Miaknight	1,56
Navel Late / Nanelate / Lanellate	1,63

Nectarina	1,43
Papaya	4,30
Paraguayo	1,59
Pera Conferencia / Decana	1,75
Ercolini / Etrusca	1,80
Limonera	1,56
Blanquilla o Agua	1,57
Piña	1,49
Plátano	1,02
Banana	0,85
Pomelo / Rubi Start	1,13
Sandía	0,48
Uva	2,34
Otros Frutos Secos	12,51
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Acelga	0,98
Ajo Seco	3,06
Alcachofa	2,20
Apio	1,25
Berenjena	1,42
Boniato / Batata	1,24
Brócoli / Brecol	2,63
Calabacín	1,16
Calabaza / Marrueco	0,89
Cebolla / Chalota	0,94
Cebolleta	1,15
Champiñón	2,61
Col Repollo	0,89
Coliflor / Romanescu	1,02
Endivia	2,83
Espárrago Verde	7,60
Espinaca	2,72
Judía Boby / Kora / Striki	2,65
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	3,68
Lechuga O.V.	0,70
Cogollo	2,04
Iceberg	1,14
Maíz	2,30
Nabo	0,95
Pepino	1,60
Perejil	1,73
Pimiento Verde	1,33
Rojo (Asar)	2,43
Puerro	1,60
Rábano / Rabanilla	2,47
Remolacha	2,23
Seta	5,12
Tomate O.V.	1,37
Cherry	3,11
Daniela	1,16
Zanahoria	0,98
<b>PATATAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Nueva o Temprana	0,68
Añeja	0,50

### Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 4 al 7 de septiembre de 2023, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte	10,80
Hass	15,95
Otras Variedades	5,45
Albaricoque Monique	1,95
Almendra	1,50
Carambola	2,20
Cereza Otras Variedades	6,95
Chirimoya Otras Variedades	4,20
Ciruela Otras Familia Black	1,45
Golden Japan y Songold	1,60
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	1,33
Verdal	4,11
Kiwi Kiwigold	5,95
Pulpa Verde	4,20
Limón Fino o Primafiori	1,15
Otras Variedades	1,15
Verna	1,15
Mandarina Clemenlate	2,20
Clemenvilla o Nova	2,20
Ortanique	2,20

Manga Kent	1,88
Mango Tommy Atkins	1,45
Manzanas Fuji	2,20
Golden	2,10
Royal Gala	1,95
Granny Smith	1,75
Otras Variedades	1,60
Melocotón Merryll y Elegant Lady	1,75
Baby Gold	2,95
Melón Piel de Sapo	1,45
Amarillo	1,25
Galia	2,45
Naranja Valencia Late	2,21
Navel Late	2,25
Lane Late	2,15
Nectarina Carne Blanca	1,90
Carne Amarilla	1,90
Nuez	4,15
Papaya Grupo Solo y Sunrise	2,35
Papayón (2-3 kg/ud)	2,34
Paraguayo Otras Variedades	1,75
Pera Conferencia	2,45
Limonera	1,85
Otras Variedades	1,75
Piña Golden Sweet	4,73
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	2,20
Resto de frutas	1,30
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	2,75
Ajo Blanco	3,25
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Amarillento	1,05
Berenjena Morada	1,10
Berros	1,95
Boniato o Batata	2,15
Brócoli, Brecol o Brócoli	2,96
Calabacín Blanco	2,73
Verde	0,55
Calabaza De Verano	0,75
De Invierno	0,75
Cardo	1,25
Cebolla Grano Oro o Valenciana	1,04
Morada	1,26
Recas o Similares	0,85
Tierna	0,95
Col China o Pekinensis	1,75
Lombarda o Repollo Rojo	2,45
Repollo Hojas Rizadas	1,71
Coliflor	2,79
Endivia	0,95
Escarola Rizada o Frisée	1,69
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	7,40
Verde Otras Variedades	7,30
Verde Elda	5,95
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,70
Maíz o Millo	0,65
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o Tipo Holandés	1,54
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	2,65
Rojo Lamuyo	2,82
Verde Italiano	2,09
Verde Padrón	6,64
Otras Variedades	2,10
Puerro	1,95
Rábano y Rabanilla	0,65
Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	1,30
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,75
Liso Rojo Daniela/ Long Life/Royesta	2,15

Liso Rojo Canario	0,85
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	2,03
Jengibre	2,25
Ñame o Yame	3,85
Yuca o Mandioca o Tapioca	0,95
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
<b>PATATAS (Granel)</b>	<b>Euros/kg</b>
Blanca, Otras Variedades	3,31
Blanca Spunta	3,35
Otras Variedades	3,45
Roja Otras Variedades	3,34

### Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 4 al 10 de septiembre de 2023, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates Hass (local)	15,00
Fuerte (local)	9,00
Brevas (local)	5,00
(no local)	6,00
Ciruelas Amarillas (local)	2,00
Amarillas (no local)	1,70
Moradas (no local)	1,70
Moradas (local)	1,60
Cocos (no local)	1,10
Chirimoyas (no local)	3,50
Dátiles (no local)	3,50
Fresones (local)	9,00
(no local)	7,00
Granadas (no local)	1,90
(local)	1,50
Guanábana (local)	7,00
Higos Blancos (local)	4,50
Negro (local)	4,50
Negro (no local)	7,00
Limón Común (local)	1,30
Primofiori (no local)	1,40
Mandarinas Otras (no local)	2,40
Ortanique (no local)	1,60
Manzanas Fuji (local)	1,50
Fuji (no local)	1,65
Granny Smith (no local)	1,60
Red Chief (no local)	1,00
Royal Gala (no local)	1,40
Golden (no local)	1,50
Reineta (no local)	1,80
Reineta (local)	1,50
Otras (no local)	1,80
Otras (local)	2,30
Melocotones Amarillos (no local)	2,40
Otros (no local)	1,65
Rojos (no local)	1,80
Melones Piel de Sapo (no local)	1,00
Piel de Sapo (local)	1,30
Amarillos (local)	1,40
Galia (local)	2,00
Naranja Zumos Pequeña (local)	0,85
Extra País (local)	1,40
Valencia Late (no local)	2,10
Nectarinas (no local)	2,25
Paraguayos (local)	1,70
Peras Otras (local)	1,50
Conference (no local)	1,95
Devoe (no local)	2,95
Lima (local)	2,75
(no local)	2,70
Piña Tropical (local)	4,00
Plátanos Extra (local)	1,30
Primera (local)	0,90
Segunda (local)	0,70
Pomelos (no local)	1,90
Sandías (local)	0,70
(no local)	0,60
Sin Pepitas (no local)	0,65
Sin Pepitas (local)	0,80
Uva Red Globe (no local)	2,40
Tempranilla (no local)	1,20
Otras Blancas (no local)	2,20
Otras Blancas (local)	2,60
Otras Negras (local)	2,50
Papaya Hawaiana (local)	2,00
Cubana (local)	2,20
Híbrida (local)	1,80



## MERCADOS NACIONALES

Otras (local).....	2,00
Guayaba (local).....	2,00
Mangos (local).....	1,10
Mangas (no local).....	2,60
(local).....	1,20
Kiwi (no local).....	3,25
Kiwano (local).....	2,00
Duraznos Pequeños (local).....	1,80
Frambuesas (no local).....	15,00
Higos Picos (local).....	0,90
Parchita (local).....	3,50
Moras (no local).....	18,00
Pitaya Amarilla (local).....	4,00
Roja (local).....	3,50
Arandanos (no local).....	14,00
Carabola (local).....	4,50
<b>HORTALIZAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Acelga (local).....	0,40
Ajos (no local).....	3,20
Albahaca (local).....	7,50
Apio (local).....	2,00
(no local).....	1,40
Berenjenas Moradas (local).....	1,70
Bubangos (local).....	3,00
Calabacines (local).....	2,00
Redondos (local).....	2,00
Zucchini (local).....	2,20
Calabazas (local).....	0,50
Cebollas Cebolletas (local).....	2,50
Cebolletas (no local).....	1,50
Blancas (local).....	1,00
Blancas (no local).....	0,95
Moradas (no local).....	1,70
Moradas (local).....	1,40
Coles Repollo (local).....	2,00
Lombarda (local).....	2,20
China (local).....	0,70
Coliflor (local).....	3,00
Champiñón (no local).....	2,95
Endivia (no local).....	4,00
Espárragos Blancos (no local).....	10,00
Trigueros (no local).....	6,00
Espinacas (local).....	4,50
Habichuelas Redondas (local).....	5,50
Coco Planas (local).....	5,50
Lechugas Batavia (local).....	2,40
Iceberg (local).....	2,40
Hoja de Roble (local).....	2,10
Lollo Rosso (local).....	2,10
Nabos (local).....	2,00
Colinabos (local).....	2,00
Pepinos (local).....	1,60
Perejil (local).....	3,90
Pimientos Verdes (local).....	2,20
Rojo (local).....	2,80
Rojo (no local).....	1,80
Padrón (local).....	3,50
Amarillo (local).....	2,80
Puerros (local).....	2,20
Rabanillas (local).....	1,00
Rábanos (local).....	2,00
(no local).....	2,80
Romero (local).....	15,00
Rúcula (local).....	4,80
Tomates Pera (local).....	2,40
Pera (no local).....	1,80
Salsa (local).....	1,30
Ensalada (local).....	2,20
Ensalada (no local).....	3,20
Cherry (local).....	4,20
Cherry (no local).....	3,50
Tamarillo (local).....	3,80
Tomillo (local).....	7,50
Zanahorias Segunda (local).....	1,20
Segunda (no local).....	0,80
Primera (local).....	2,00
Batatas Otras (local).....	2,70
Yema Huevo (local).....	3,00
Blancas (local).....	2,40
Lanzarote (no local).....	2,40
Pimientos Otras (local).....	4,00
Palmeras Secas (local).....	25,00
Palmera (local).....	4,00
Berros (local).....	2,20
Beterrada (local).....	1,50
(no local).....	3,20
Cilantro (local).....	4,20
Chayote (local).....	2,60
Maíz Cocido (no local).....	3,00
Piña Millo Dulce (local).....	2,10
Ñames (local).....	6,00
Yuca (no local).....	3,00
Piña de Millo (local).....	2,70
Pantañas (local).....	1,20
Hinojo (no local).....	1,80
Brecol (local).....	4,00
Hierba Huerto (local).....	4,50
<b>PATATAS</b>	<b>Euros/kg</b>
Patatas Otras Blancas (local).....	4,50
Up To Date (local).....	4,00
Cara (local).....	4,00

Cara (no local).....	4,50
Up to Date (local).....	4,50
Bonita (local).....	7,00
Negra (local).....	7,00
Negra Oro (local).....	8,85
Red-Cara / Druid (local).....	4,50
Galáctica (local).....	4,00
Rooster (local).....	4,50

## 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

## Generalitat Catalunya

Evolución semanal de precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas y hortalizas de la semana 34, del 21 al 28 de agosto de 2023, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

HORTALIZAS	Euros/Kg
<b>Tarragona (SEMANA 17)</b>	
Acelga.....	0,35
Calabacín.....	0,58
Berenjena.....	0,81
Judía Plana.....	3,34
Puerro.....	0,82
Tomate.....	0,62
<b>El Llobregat</b>	
Acelga.....	0,50
Calabacín.....	1,10
Cebolla Tierna.....	0,75
Pepinos.....	1,10
Lechuga Romana.....	0,60
Espinacas.....	0,60
Zanahoria.....	0,85
Puerro.....	1,10
Tomate híbrido.....	1,10

## El Maresme

Apio.....	0,65
Acelga.....	0,50
Calabacín.....	0,60
Cebolla	
Tierna.....	0,85
Pepino.....	1,00
Lechuga Romana.....	0,50
Lechuga Hoja Roble.....	0,50
Espinaca.....	0,50
Perejil.....	0,40
Zanahoria.....	0,65
Puerro.....	1,20
Tomate Híbrida.....	1,10

## FRUTAS

Mercolleida	Euros/Kg
<b>MANZANA</b>	
Manzana Golden I 65+.....	0,70
Verde Americana 75+.....	0,68
Pera Limonera 60+.....	2,80
<b>FRUTA DE HUESO</b>	
Albaricoque A 67-73.....	0,95
Melocotón Amarillo 67-73.....	0,75
Melocotón Amarillo 61-67.....	0,50
Melocotón Plano 67-73.....	0,65
Nectarina Amarilla 67-73.....	0,75
Nectarina Amarilla 61-67.....	0,55

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

## Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 5 de septiembre 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa.....	310,00
<b>CEBADA</b>	
Importación.....	225,00
Nacional P.E. (62-64).....	232,00
<b>CENTENO</b>	
Centeno.....	S/C
<b>COLZA</b>	
Importación 34/36%.....	353,00

<b>GARROFA</b>	
Harina.....	300,00
Treocada.....	310,00
<b>REMOLACHA</b>	
Pulpa de Remolacha.....	284,00
<b>GIRASOL</b>	
Importación 34%.....	355,00
Semillas de Girasol.....	425,00
Importación 28/3.....	260,00
<b>MAÍZ</b>	
DDGs de	
Maíz Importación.....	315,00
Importación.....	245,00
Importación CE.....	255,00
<b>MUJO</b>	
Importación.....	650,00
<b>SOJA</b>	
Harina	
Soja Import. 47%.....	499,00
Harina	
Soja Nacional 47%.....	497,00
Aceite Crudo de Soja.....	1.020,00
Salvados de Soja.....	226,00
<b>SORGO</b>	
Importación.....	S/C
<b>TRIGO NACIONAL</b>	
Salvado de Trigos Finos.....	215,00
Forrajero.....	246,00
Panificable, mín. 11.....	256,00
Triticales.....	S/C
<b>FRUTOS SECOS</b>	<b>Euros/Tm</b>
<b>ALMENDRAS</b>	
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
<b>AVELLANA</b>	
Negreta en grano.....	7.300,00
<b>PIÑÓN</b>	
Castilla.....	44.000,00
Cataluña.....	43.500,00
<b>LEGUMBRES</b>	<b>Euros/Tm</b>
<b>GUISANTE</b>	
Forrajero.....	292,00
Forrajero	
Importación.....	302,00
<b>ACEITE</b>	
Palmiste	
Importación.....	232,00
Crudo	
de Palma.....	969,00

## Lonja de Córdoba

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

CEREALES	Euros/Tm
<b>TRIGO DURO</b>	
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
<b>TRIGO BLANDO</b>	
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
<b>FRUTA DE HUESO</b>	S/C
Maíz.....	S/C
Sorgo.....	S/C
Habas.....	S/O
Guisantes.....	S/O
Girasol Alto Oleico.....	455,00
Girasol.....	450,00
Colza.....	S/O

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

Próxima sesión 12 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
<b>ALFALFA</b>	
Harina de Alfalfa.....	310,00
<b>CEBADA</b>	
Importación.....	225,00
Nacional P.E. (62-64).....	232,00
<b>CENTENO</b>	
Centeno.....	S/C
<b>COLZA</b>	
Importación 34/36%.....	353,00

Nota: \* Se cotiza CALIDAD PROPIETARIO consideranto calibre 20/60/20. Próxima sesión 12 de septiembre de 2023.

## Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del 7 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 partidador, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/kg
Comuna.....	2,81
Largueta.....	4,28
Marcona.....	5,75
Ferragnes.....	3,16
Garrigues.....	3,65
Guara.....	2,95
Ramillete.....	3,65
Ecológica.....	5,28

## Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 6 de septiembre de 2023, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso.....	238,00
Cebada.....	218,00
Triticale.....	228,00
Centeno.....	215,00
Avena.....	285,00
Maíz.....	237,00
Colza.....	392,00
<b>FORRAJES</b>	<b>Euros/Kg</b>
Alfafa --	
Paquete Rama.....	340,00
Paquete Deshidratado.....	400,00
Paja 1ª (Cebada).....	135,00
Veza	
Forraje de 1ª.....	370,00
Forraje.....	300,00

En la sesión de la lonja de León celebrada hoy estaba previsto empezar a cotizar la alubia Pinta, pero se ha decidido por unanimidad posponerlo para próximas fechas debido a las lluvias caídas este fin de semana y a la previsión de que continúen el próximo. Si bien se ha recolectado ya parte, son muchas las fincas que estaban comenzando a estar aptas para su trilla, que habrá que posponer. En general las lluvias caídas de entre 40 y 50 litros por metro cuadrado en las zonas productoras, han sido beneficiosas, pero la alubia al tener que completar su secado en la finca después de arrancarla es muy susceptible a estas inclemencias meteorológicas y si se prolongaran en el tiempo repercutirían de forma negativa, y por tanto para fijar un precio de referencia real hay que tener en cuenta esta variable. En la provincia de León se espera en la presente campaña duplicar la producción respecto a la pasada, pudiéndose alcanzar los 11 millones de kilos, debido a un aumento de la superficie que pasa de 3.181 hectáreas a 4.381 hectáreas y de los rendimientos de 1.700 kg/ha en la campaña 2.022, que fue desastrosa, a 2.500 kg/ha que estaría dentro de la media de una campaña normal.

Importación.....	302,00
<b>ACEITE</b>	
Palmiste	
Importación.....	232,00
Crudo	
de Palma.....	969,00

## Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 7 de septiembre de 2023. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
<b>ALFALFA</b>	
Alfalfa	
Rama campo 1ª.....	297,00
Rama campo 2ª.....	247,00
<b>AVENA</b>	
Avena	
Blanca.....	270,00
Rubia.....	280,00
<b>CEBADA NACIONAL</b>	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl.....	217,00
Pienso +62 kg/hl.....	222,00
<b>CENTENO</b>	
Centeno.....	227,00
<b>GIRASOL</b>	
Pipa	
Alto Oléico.....	S/C
Pipa de Girasol.....	S/C
<b>MAÍZ NACIONAL</b>	
Maíz sobre Secadero.....	255,00
<b>PAJA</b>	
Paja Empacada.....	S/C

<b>TRIGO NACIONAL</b>	
Trigo	
Duro Proté=13%.....	380,00
Duro Proté=12%.....	370,00
Extensible Chamorro.....	335,00
Forrajero.....	237,00
Gran Fuerza w 300.....	321,00
Media Fuerza w -300.....	296,00
Panificable.....	261,00
Triticales.....	232,00
<b>LEGUMINOSAS</b>	
Veza Grano.....	S/C
Yero Grano.....	S/C

## 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 EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
<b>ALMENDRA</b>	
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
<b>PIÑÓN</b>	
Alameda.....	44,00
Castilla.....	44,00
<b>AVELLANA</b>	<b>Euros/Libra</b>
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 Salamanca del día 4 de septiembre de 2023. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
<b>TRIGO</b>	
Blando.....	255,00
<b>CEBADA</b>	
P. E. (+64).....	238,00
Avena.....	299,00
Centeno.....	237,00
Tricale.....	245,00
Maíz, (14°).....	261,00
<b>LEGUMINOSAS</b>	<b>Euros/Tm</b>
Guisantes.....	S/C
<b>Garbanzo</b>	
Pedrosillano.....	900,00
<b>Lenteja</b>	
Armuña.....	S/C
<b>OLEAGINOSAS</b>	<b>Euros/Tm</b>
Girasol (9-2-44).....	S/C
Girasol (Alto Oleico).....	S/C
Colza.....	S/C
<b>FORRAJES</b>	<b>Euros/Tm</b>
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 Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 5 de septiembre de 2023. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
<b>TRIGO BLANDO PANIFICABLE</b>	
Grupo 1.....	S/O
Grupo 2.....	S/O
Grupo 3.....	290,00
Grupo 4.....	S/O

## MERCADOS NACIONALES

## Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 34, del 28 de agosto al 3 de septiembre de 2023, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>		
SATSUMAS		
Clauselina / Okitsu	0,33-0,42	Alicante
Clauselina / Okitsu	0,25-0,34	Valencia
Clauselina / Okitsu	0,29-0,36	L. Valencia
Iwasaki	0,30-0,38	Valencia
CLEMENTINAS		
Arrufatina	0,32-0,47	Valencia
Arrufatina	0,32-0,50	Valencia
Clemenrubí	0,55-0,68	Valencia
Clemenrubí	0,45-0,70	L. Valencia
Clemenules	0,38-0,41	Alicante
Clemenules	0,38-0,46	Castellón
Clemenules	0,28-0,38	Valencia
Clemenules	0,32-0,45	L. Valencia
Marisol	0,40-0,47	Alicante
Marisol	0,45	Castellón
Marisol	0,23-0,40	Valencia
Marisol	0,29-0,47	Alicante
Oronules	0,60-0,45	L. Valencia
Oronules	0,60	Castellón
Oronules	0,42-0,55	Valencia
Oronules	0,50-0,70	L. Valencia
NAVEL		
Navelina	0,27-0,32	Alicante
Navelina	0,19-0,25	Valencia

Navelina	0,21-0,30	L. Valencia
Washington Navel	0,24-0,26	Castellón
Washington Navel	0,24-0,30	L. Valencia
BLANCAS		
Salustiana	0,28-0,33	Alicante
Salustiana	0,23-0,27	L. Valencia
LIMÓN VERNA		
Limón Verna Rodrejo	0,20-0,30	Alicante
<b>FRUTAS (semana 16) Euros/Kg Zona</b>		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Manzana Gala	1,40	Alicante
Melón Piel de Sapo	0,63-0,85	Castellón
Sandía Con Pepitas	0,25	Castellón
Con Pepitas	0,18-0,26	Valencia
Sin Pepitas	0,40-0,43	Castellón
Sin Pepitas	0,26-0,35	Valencia
Uva de Mesa D. Maria	0,65-0,70	Alicante
Uva de Mesa M. Romano	0,60-0,65	Alicante
Uva de Mesa Red Globe	0,62-0,70	Alicante
<b>HORTALIZAS Euros/Kg Zona</b>		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Apio		
Verde	0,55	Alicante
Berenjena		
Rayada	0,60-0,77	Alicante
Rayada	0,85-1,40	Castellón
Rayada	0,53-0,70	Valencia

Negra	0,95	Castellón
Negra	0,62-0,70	Valencia
Calabacín	0,65-0,73	Alicante
Calabacín	0,38-0,65	Castellón
Calabacín	0,62-0,70	Valencia
Blanco	0,68-0,70	Castellón
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,28-0,47	Alicante
Tipo Cacahuete	0,45-0,50	Castellón
Cebolla		
Grano	0,55	Castellón
Col Repollo Hoja Lisa	0,35	Alicante
Lechuga		
Romana	0,31-0,43	Castellón
Trocadero	0,63	Castellón
Maravilla	0,51	Castellón
Patata		
Blanca	0,37	Alicante
Pepino		
Blanco	1,52-1,94	Alicante
Blanco	1,45-2,00	Castellón
Pimiento		
Dulce Italia	0,30-0,69	Alicante
Dulce Italia	0,80-1,30	Castellón
Lamuyo Rojo	0,73-2,48	Alicante
Lamuyo Rojo	1,50-2,50	Castellón
Lamuyo Verde	1,25	Castellón

Tomate		
Valenciano	3,50	Castellón
Acostillado	2,37-2,98	Alicante
Pera	1,02-1,25	Castellón
Muchamiel	2,58	Alicante
Redondo Liso	0,86-1,26	Alicante
Redondo Liso	1,70	Castellón
Zanahoria	0,22	Alicante
<b>FRUTOS SECOS Euros/Kg Zona</b>		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	2,66-2,80	Alicante
Comuna	2,80-3,00	Castellón
Marcona	4,90-5,00	Alicante
Marcona	5,00	Castellón
Planeta	2,66-2,80	Alicante
<b>INDUSTRIALES Euros/Kg Zona</b>		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	6,00-7,90	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	8,20-8,25	Castellón
Oliva Virgen Extra	8,50	Castellón
Garrofa Entera	0,35-0,40	Castellón
MIEL		
De Azahar	3,50-3,70	Castellón
De Miflores	3,00-3,20	Castellón
De Romero	4,00-5,00	Castellón

Igual y más de 64	220,00
Menos de 64	218,00
Importación Origen Puerto	218,00
Maíz	
Importación origen Puerto	278,00
Nacional	278,00
Habas	
Nacional	S/O
Importación	375,00
Guisantes	
Nacional	S/O
Importación	292,00
Girasol	
Alto oleico +80%	460,00
Convencional	450,00
Colza	S/O

NOTA: Ante la diversidad de calidades en esta campaña, los precios que cotiza esta lonja pueden estar sujetos a correcciones puntuales de cada partida, como granos asurados, índice de caída, GMF, etc...  
Próxima sesión el 12 de septiembre de 2023.

## Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados hoy en la Lonja de Segovia del día 7 de septiembre de 2023. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALFAFA	
Alfafa	
Empacada	255,00
AVENA	
Avena	280,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	224,00
CENTENO	
Centeno	224,00
COLZA	
Colza	390,00
GIRASOL	
Girasol	395,00
PAJA	
Paja Empacada	125,00
TRIGO	
Trigo Nacional	244,00

## Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 31 de agosto de 2023. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2022-2023).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz	
Secadero	272,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.	238,00
Pienso -62 kg/Hl.	233,00
AVENA	
Rubia	S/O
Pienso	315,00
TRIGO	
Duro Pr>12	S/O
Pienso	
+72 Kg/Hl.	259,00
Fuerza	
+300w +14 pr	S/O
Fuerza	

-300 +12,5 pr	S/O
Panificable	
Pr>11, W<200	286,00
Chamorro	
Triticale	246,00
Centeno	
Guisante	310,00
Yeros	
Garbanzo	S/O
sin limpiar	S/O
Veza	
Alfafa 1ª	375,00
Paja 1ª	160,00
Próxima reunión el 14 de septiembre de 2023.	

## Lonja de Zamora

Información de los precios agrarios de la Mesa de Cereales del 5 de septiembre de 2023 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.

CEREALES	Euros/kg
Trigo Blando	240,00
Cebada	220,00
Avena	283,00
Maíz	237,00
Alfafa empacada	S/O
Paja empacada	125,00
Grisarol tipo	S/O
Alto Oléico	S/O
Trigo Forrajero	S/O
Centeno	S/O

## Lonja de Valencia

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 7 de septiembre de 2023.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible Valencia	S/O
J. Sendra,	
disp. Valencia	S/O
Monsianell,	
disp. Valencia	S/O
Fonsa,	
disp. Valencia	S/O
Guadiamar,	
disp. Valencia	S/O
Furia,	
disp. Valencia	S/O
Gladío y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/O
Sirio, disp. Valencia	S/O
Puntal	S/O
Bomba,	
disp. Valencia	S/O
<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
Guadiamar 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
<b>CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm</b>	
Maíz Importación,	
disp. Puerto Valencia	248,00
Maíz Nacional,	
destino Valencia	S/O
Cebada	
Nacional, dest. Val.	S/O
Importación	229,00
Avena Rubia,	
dest. Navarra	S/O
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/O
Tipo 2	S/O
Tipo 3	S/O
Tipo 4	S/O
Tipo 5	S/O
Trigo importación	
Precios por tonelada a granel.	

TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 47% baja proteína,	
disponible Valencia	499,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona	S/O
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	260,00-261,00
disponible Andalucía	272,00-273,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona	355,00-356,00
Palmiste,	
disp. Valencia	247,00-248,00
Harina de Colza, dest. Valencia	355,00
Gluten Feed,	
disp. Valencia	265,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia	S/O
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona	
	284,00-285,00
Import. disp. Andalucía	288,00-289,00
Pulpa Seca de Naranja	S/O
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	217,00
Hojas, destino Valencia	S/O
Terzerillas, destino Valencia	S/O
<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	400,00-480,00
<i>Precios tonelada a granel s/rendimientos</i>	
Troceada Integral,	
disp. orig.	279,00-329,00
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
<b>LEGUMBRES Euros/Tm</b>	
Disponible origen	
ALUBIAS	
Redonda Manteca	
Pintas	
Granberry	2.100,00
Michigan	1.600,00
Canellini	
Argentina 170/100	1.800,00
Blackeyes	1.850,00
Negras	1.500,00
Garrofin	2.750,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46	2.100,00
Nuevos 34/36	2.800,00
Nuevos 50/52	
(tipo café americano)	S/O
LENTEJAS	
USA Regulars	1.700,00
Laird Canadá	1.600,00
Nacionales 6/7 mm	S/O
Nacionales 7/9 mm	S/O
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
<b>PATATAS Euros/Tm</b>	
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 kgs.</i>	
<b>CEBOLLAS Euros/Tm</b>	
Variedad Sprin,	
disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo	
	500,00-700,00
<i>Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas se entienden sin nuestra garantía ni responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja.</i>	

## La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 28 de agosto al 3 de septiembre de 2023, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Media Fuerza	

## MERCADOS NACIONALES

Ostra Granel.....	3,00
Ostra Bandeja .....	3,50
Shii-Take granel.....	5,00

Los cultivadores de champiñón para fábrica siguen aumentando la carga de trabajo con el incremento progresivo de sacos incubados, mientras las industrias preparan sus instalaciones para recibir producto dentro de unas semanas, cuando comiencen a recogerse las primeras floradas. Durante esta semana, todos los hongos repiten precio.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga	
Amarilla .....	0,80
Verde .....	0,70
Borrajá.....	0,85
Lechuga Rizada.....	3,90
Brócoli .....	1,30
Alubia Verde Industria .....	3,30
Calabacín.....	0,55
Tomate 1ª .....	0,80
Tomate 2ª .....	0,40
Tomata .....	1,00
Tomate Pera.....	0,35
Pepino Corto.....	1,10
Pimiento Verde Cristal .....	1,00
Verde Italiano.....	1,00

Con el fin de las vacaciones coincidiendo con el comienzo del mes de septiembre, los almacenes empiezan 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 .....	0,09
Moretini 60+ .....	0,55
Limonera 60+ .....	0,55
Ercolini 50+ .....	0,60
GRUPO MELOCOTÓN	
Rojo 70+ .....	0,65
Industria .....	0,30
Nectarina	

Amarilla 65+..... 0,65  
Paraguay 70+ .....

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRA	
Común.....	0,51
Largueta .....	0,98
Marcona .....	1,28
Floración	
tardía.....	0,92
Ecológica .....	1,31

En plena campaña de recolección de la almendra riojana, los precios de lonja mantienen una acusada tendencia a la baja que parece acelerarse en las últimas semanas. Con independencia de unos rendimientos que, desde las elevadas expectativas que existían, deberán revisarse a la baja y también al margen de una calidad de la almendra comprometida por los cortos calibres del cultivo en seco, los precios vigentes, claramente insuficientes para nuestros productores, tienen su origen en la competencia de las importaciones que llegan desde California a precios muy bajos.

## 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 28 de agosto al 3 de septiembre de 2023.

## CEREALES

■ **De primavera:** En **Córdoba**, la superficie de **maíz** cultivada en la provincia ha sido muy baja, sólo 33 has, que se dejaron de regar hace 10-15 días para comenzar la recolección la próxima semana. En el cultivo del **arroz**, en **Sevilla**, el estado fenológico dominante es el de floración, aunque hay parcelas más adelantadas en las que puede verse en grano pastoso e incluso iniciando el grano duro y dorándose la espiga. Se realiza el arranque manual de malas hierbas en las parcelas más atrasadas. En **Cádiz**, el estado fenológico dominante en la mayoría de las parcelas del **arroz** es el 09 (Espigado). El estado fenológico más adelantado es 12 (Grano pastoso), y el más atrasado 07 (Alargamiento de tallo).

## 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 el cultivo del **algodón**, en **Sevilla**, la fenología dominante se encuentra muy adelantada, con primeras cápsulas abiertas, aunque pueden verse parcelas con la mayoría de cápsulas abiertas e incluso cogiendo color tabaco la hoja y secándose la mata tras la aplicación de los productos defoliantes. Se realizan labores de suelo, escardas manuales y riegos donde hay disponibilidad de agua. En **Cádiz**, el estado fenológico dominante del **algodón** en la gran mayoría de las parcelas es el G (Cápsulas grandes). La gran mayoría de las parcelas de secano se encuentran ya en el estado fenológico dominante de cápsulas abiertas (A). En **Córdoba**, el estado fenológico predominante del **algodón** se encuentra entre "Cápsulas grandes" y "Cápsulas abiertas". Debido a la escasa dotación de agua en muchas parcelas el cultivo se desarrolla con dificultad, presentando escaso desarrollo y porte, con pocas cápsulas y con la fibra ya emergida, por lo que esta campaña va a disminuir los rendimientos medios por hectárea en la provincia. En **Jaén**, en zonas productoras de la comarca de la **Campaña Norte**, las parcelas que no se han podido regar no se van a recolectar, la planta se ha endurecido y no ha llegado la apertura de cápsulas. En las plantaciones de **tomate de industria de Sevilla**, se está rematando la recolección en una campaña que ha sido corta y con poca superficie. En las zonas productoras de este cultivo de **Cádiz**, se espera que para la próxima semana esté prácticamente toda la provincia recolectada. La última ola de calor ha provocado que las parcelas con frutos maduros y sin recolectar hayan tenido que acelerar la recolección para no perder producción. Se estima una producción media en la zona de campiña y costa noroeste de unas 100 t/ha.

## CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos: Almería:** Continúan los trasplantes desde el semillero a los invernaderos. Casi han terminado los trasplantes de **pimiento California** y se están realizando 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 de tipo italiano suelen ser los últimos en plantarse. Las cubiertas de los invernaderos se blanquean para evitar el exceso de calor en las plantas jóvenes. 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 período 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. ■ **Aire libre: Almería:** En la comarca del **Bajo Almanzora**, sigue la recolección de **sandía y melón**, aunque ya se encuentra próxima a su finalización. En las parcelas de **espárrago verde**, continúa con normalidad la fase de desarrollo vegetativo. Se continúan realizando las labores preparatorias del terreno para la próxima campaña en las parcelas que se van a dedicar al cultivo de **lechuga, coliflor y brócoli**, aunque ya pueden verse algunas parcelas plantadas de **brócoli y lechuga**. **Cádiz:** En la zona de **Sanlúcar de Barrameda**, se observan **sandías negras con semillas** en los invernaderos que se están recolectando, otras en fase de engorde y las más tardías en floración. Los **melones** están acabando la campaña, sólo queda alguna parcela puntual. En el **tomate de pera**, comenzó la campaña hace unos 20-30 días y están alcanzando picos altos de producción. El repollo, se encuentra en recolección en algunas parcelas observadas en la **Algaida**. **Huelva:** En las plantaciones que se van a sembrar con plantas de **fresa**, se están realizando labores de pases de cultivador y regando por aspersión para asentar la tierra y a los dos días alomar. Sigue habiendo recortes en la dotación para el riego. Situación muy complicada por la caída de reservas de agua de un cultivo que necesita bastante. Se espera comenzar la plantación sobre el 5-10 de octubre en la zona de **Palos y Moguer**. Se procederá a sustituir variedades italianas que no han obtenido el rendimiento esperado por la variedad **Marisma**. Seguirán prevaleciendo las principales variedades de **fresa**, tales como **Fortuna, Rociera, Inspire y Palmerita**, entre otras. Se espera de momento la misma dotación que en la última campaña; sobre 4.500 m<sup>3</sup>/ha pero si no llueve, se bajará la cifra de riego a los 3.000 m<sup>3</sup>/ha. Situación preocupante en extremo y con mucha incertidumbre en el sector. En las plantaciones provinciales de **frambuesa**, el cultivo se encuentra en estado de desarrollo vegetativo y brotación en aquellas variedades plantadas en último extremo y ya alcanzan los 0-15 cm de altura de media. **Málaga:** Se están recogiendo **pimientos italianos, tipo Palermo y Lamuyos**. Los rendimientos están siendo medios y con cotizaciones a la baja. No hay mucha oferta de **calabacines** y **berenjenas** pero siguen en producción con cotizaciones al alza. Los **tomates tipo Daniela** siguen a la baja, con mucha oferta. Los **tipo Pera** se recogen de igual forma con algo menos de kilos. **Sevilla:** Se produce la recolección escalonada de las parcelas de **calabaza cacahuete**. Recolección del **pimiento de industria**. Plantación y primeros estadios de las parcelas de **pueros**. Desarrollo del tallo en el **maíz dulce** de ciclo otoño.

## FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos: Almería:** La campaña de recolección de los **almendros** ya se ha iniciado. La estimación de producción es variable de unas zonas a otras o si se trata de regadío o secano. **Córdoba:** Está terminando la recolección del **almendro** intensivo y superintensivo de floración tardía cultivado principalmente en la zona central de la provincia. Como resumen de la misma, indicar que la escasez de agua ha incrementado de forma considerable el porcentaje de **almendra** con el mesocarpio (capota) sin abrir, y la **almendra** presenta calibres bajos y de menor peso específico, por lo que los rendimientos medios en plantaciones adultas son bajos, peores que el año anterior, en torno a 750 kg/ha, con las cotizaciones de la **almendra** en los niveles mínimos de los últimos años. **Granada:** Se observan parcelas de **almendro** que han comenzado campaña con un tamaño bajo en general, según zonas la carga está siendo media, alternando parcelas con mucha **almendra** con otras que no tienen prácticamente frutos. Las altas temperaturas han provocado estrés hídrico en los **almendros**, observándose hojas quemadas en algunas zonas. La mancha ocre ha tenido incidencia en variedades como **Guara**, aunque no han sido determinantes las enfermedades esta campaña. La campaña del **pistacho** ha comenzado en algunas zonas de la provincia, pero sin datos de rendimientos significativos hasta el momento. **Sevilla:** Recolección avanzada del **almendro** con mermas en tamaño de fruto y rendimiento. ■ **Frutales de hueso y pepita: Granadas:** La campaña de **fruta de hueso** continúa, recogiendo **paraguayos**. Las **nectarinas** y **melocotones amarillos** de la variedad **Poblet** alcanzan la maduración de recolección, para comenzar a mediados de septiembre. ■ **Frutales subtropicales: Granadas:** Los **aguacates** se encuentran en fase de engorde con muchos problemas. Hay mermas debido a la falta de riego, también el viento está teniendo incidencia provocando caídas, cifradas en un 10% de los kilos. El cultivo se encuentra en su fecha natural, con calibres de todo tipo según la carga de la arboleda. Los **mangos** han comenzado la campaña en invernadero en la segunda quincena de julio. Los que se encuentran en invernaderos han estado más protegidos del viento, pero los que se

encuentran al aire libre se han caído un 5%. Predomina actualmente la variedad **Osteen**. Los ataques de mosca han sido puntuales, se han controlado con métodos como el trapeo. Las **chirimoyas** se encuentran en fase de engorde. El viento ha tenido alguna incidencia en la caída de frutos. **Málaga:** En la comarca de **Vélez-Málaga**, los **aguacates** siguen en fase de engorde. Falta mucha agua, los rendimientos serán muy bajos pues es un cultivo con grandes necesidades hídricas. La campaña del **mango** sigue con rendimientos de 10 t/ha, un 75% menos que otras campañas. Los costes son similares, lo que conllevará pérdidas si no se consiguen precios aceptables. Se está regando como se puede, con un 75% menos de agua que una campaña normal.

## CÍTRICOS

**Córdoba:** El estado fenológico predominante de los **cítricos** es el de "Frutos en fase de engorde". La arboleda presenta síntomas manifiestos de falta de riego, con ramas secas, hojas abarquilladas y faltas de color, con poca carga y calibres cortos, máximos de 50-60 mm de diámetro medio. **Huelva:** La **mandarina extratemprana** se encuentra en fase de engorde. Quedan sobre 20-30 días para el comienzo de la campaña en variedades extratempranas, dependiendo de la climatología. Al resto le quedan 2-3 meses para aumentar calibre. Por variedades, las **Oroñules** presentan más carga que el año pasado pero inferiores a lo normal en un año climáticamente anormal. Las **Clemenrubí** y **Orogro** están regulares. Las **naranjas** más tempranas comenzarán a recogerse en menos de dos meses. Los calibres están siendo muy bajos por la falta de riego. El agua se está empleando en **mandarinas** básicamente, más que en naranjas en fincas en las que hay que escoger dónde aplicarla. Los calibres son muy malos. **Málaga:** La fenología del **limón** es la de frutos en fase de engorde con retraso de dos semanas y calibres medios de 3-5. Se le están dando riegos de subsistencia en la **comarca Centro**, con agua durante dos semanas y otras dos semanas sin regar. Por los aforos realizados, los rendimientos van a ser bajos aunque va a depender del riego, oscilando entre 20-50 t/ha. Se va a cortar el agua el día siete. Es un año de mucha incertidumbre, situación penosa para los agricultores con una rentabilidad mínima en sus explotaciones. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de los **cítricos** en general es el de fruto al 40%, al 80% en el caso de las variedades tempranas.

## OLIVAR

**Cádiz:** En la comarca de la **Sierra**, el **olivar** de molino se encuentra regular, esperando comenzar campaña a finales de octubre. En las comarcas **Campañas de Cádiz** y **La Janda**, se observan parcelas de **olivivos** en intensivo y superintensivo con buena carga de aceitunas pero con un tamaño diminuto, sin desarrollo del hueso y que no aportarán kilos. Con las lluvias mejorarán algunas con tamaño medio-bajo. **Córdoba:** El estado fenológico predominante del **olivar** es el "Envero". El verano seco y con altas temperaturas está siendo muy complicado. En general, el **olivar** presenta poca carga debido a que los calores durante la floración en primavera y a la escasa pluviometría afectaron al cuajado. La poca **aceituna** que se observa está arrugada y con poco calibre, existiendo también este problema en los regadíos, aunque en menor medida, ya que las dotaciones de riego son muy cortas. Debido a esta situación las cotizaciones están al alza, tanto para la **aceituna de verdeo**, próxima a comenzar, como para la de molino. **Huelva:** La cosecha de **aceituna de mesa** se encuentra adelantada debido a la climatología. Con las lluvias de las últimas horas, se dejará un poco más de tiempo en el árbol para que mejore su aspecto pues acusa falta de hidratación. **Jaén:** En las comarcas **Campaña 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 menos calidad, observándose las primeras manchas moradas. La **Pical**, 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 enero. La mayoría de las zonas están en no laboreo, se desbroza la hierba con tractor donde 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. **Málaga:** Las lluvias caídas en casi toda la provincia vienen muy bien para el **olivar**. Quizás llegó tarde para la **Aloreña** pero para el molino podría mejorar algo. Se le ha dado al cultivo con cultivador y rastra en los meses de julio-agosto para cerrar grietas y levantar polvo. Se están viendo algunas **aceitunas** medio moradas y moradas enteras, otras secas, es un año de muchos problemas. **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 de las manzanillas y gordales de las zonas más precoces como **Aljarafe y Campiña**, donde ya se ha iniciado la recolección de la **aceituna de mesa**. La carga de fruto es irregular y se pueden apreciar síntomas de estrés hídrico en muchas parcelas de **olivar**.

## TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

En el cultivo del **boniato**, en **Cádiz**, con la campaña comenzada, los agricultores se han encontrado una nueva plaga en la zona, el escarabajo del **boniato**, que está provocando muchos daños. En **Málaga**, está comenzando la campaña del **boniato**, se estima que hay unas 150-200 has en la zona de costa. Los rendimientos están siendo de unas 40 t/ha, bajos por problemas de diversa índole como la falta de riego, incertidumbre de los mercados e importaciones de terceros países, entre otros factores. Se prevé una campaña corta e intensa.

## VIÑEDOS

**Almería:** En algunas zonas ha comenzado la recolección de las variedades más tempranas, tanto de **uva de mesa** como de vinificación. **Cádiz:** La vendimia en la provincia comenzó el 14 de julio, iniciándose por la variedad temprana **Gewürztraminer**, **uva blanca** destinada a la elaboración de vinos de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) "Vinos de la tierra de Cádiz". Unos días más tarde se inició la vendimia de la variedad **Sauvignon Blanc**, también destinada a la elaboración de vinos para la citada IGP. La vendimia de la principal variedad en la provincia, **Palomino**, comenzó el pasado 2 de agosto. En un principio se esperaba un incremento de cosecha con respecto al año anterior de un 15-20 %, sin embargo, éste va a ser de sólo el 10-11%. El viento de levante, unido a las altas temperaturas de agosto, con dos olas de calor de más de 40 °C, no han favorecido al llenado de la **uva**, produciéndose una pérdida de peso al aumentar la evapotranspiración de la cepa. Con la vendimia casi acabada este año se ha producido una subida sin precedentes del precio de la **uva palomino** pagada por alguna bodega de la zona. Esto ha provocado una confusión en el mercado y un alza generalizada de cotizaciones, lo que ha llevado a algunas bodegas más pequeñas a pasar situaciones complicadas, así como a las cooperativas. La calidad de la **uva** está siendo buena y hay más kilos que la campaña precedente. Los grados oscilan entre los 10,5-11° Baumé. **Córdoba:** El estado fenológico más retrasado es la "Recolección", que se encuentra en torno al 70-80%. La recolección de tintas no va a llegar al millón de kilos mientras que la de **uva blanca** de la variedad **Pedro Ximénez** se estima un 20% inferior a la del año anterior, campaña que ya fue corta. Destacar que a pesar de la reducción de cosecha sigue habiendo mucho interés en la elaboración de vino Px, por lo que la cantidad de **uva** destinada a pasera se mantiene en valores similares a las últimas campañas. **Granada:** La vendimia ha comenzado este año con quince días de adelanto. Para las parcelas más tempranas en la primera semana de agosto. Se están obteniendo rendimientos un 25% inferiores a un año normal. Se observan parcelas de **Tempranillo** con marcos 2,75x1,10 m y más de veinte años de antigüedad. La graduación se sitúa entre 13-15°. **Huelva:** En zonas del **Condado Campiña** se espera algo más para iniciar la vendimia y además, después de las lluvias de las últimas horas, seguro que se extiende esta medida a todas las zonas. Hay parcelas que no alcanzan la graduación idónea. Se espera una producción media en vaso de unos 12-15.000 kg/ha, y sobre 20.000 kg/ha en espaldera. Hay otras que se están secando debido a la falta de humedad y el calor.



stay fresh with  
innovation



visítenos en el stand 3C28



valencia fruits  
**dossier**

# FRUTAS TROPICALES

**Trops**  
El mango  
más mango

#MangoTrops  
f i y t

trops.es

# La empresa de la semana



## Un proyecto ganador para el futuro del aguacate valenciano



► UN REPORTAJE DE J. LUZ Y R. FUERTES

Grupo Alcoaxarquía, referente en la gestión integral del aguacate, iniciaba 2023 con la apertura de una nueva planta de confección en Sollana (Valencia), un movimiento con el que reafirma su estrategia de liderazgo en el mercado español de tropicales.

Tras un proceso de expansión en los últimos años y lograr establecerse en países de América y África como Perú y Marruecos, el grupo con sede en Vélez-Málaga da un paso al frente con Alcoaxarquía Levante, su filial en Valencia. “Vimos que en Valencia estaba creciendo cada vez más el cultivo de aguacate y que estratégicamente era buen momento para instalarnos y proporcionar servicio a los productores y centrales de compra ya que la zona cuenta con pocas empresas que realizan el trabajo de comercialización”, explica José Antonio Alconchel, CEO de Alcoaxarquía.

La decisión de poner en marcha Alcoaxarquía Levante no sólo fortalece la presencia de la compañía en el mercado, sino que reafirma su compromiso con la mejora constante, la innovación, la calidad y la proximidad. La experiencia acumulada durante más de 50 años en la producción y exportación de cítricos y frutos tropicales y sus conocimientos en el manejo del aguacate suponen una gran contribución al desarrollo y la estructuración del cultivo y el comercio de una fruta de tan alto valor como el aguacate en la Comunidad Valenciana.

En esta línea, “Alcoaxarquía Levante nace con la premisa de acercar todos los conocimientos de la compañía y el know-how de la producción del aguacate a los productores valencianos”, afirma Alconchel. Además, “estamos convencidos de que la Comunidad tiene zonas muy buenas para el cultivo de aguacate, desde Alicante hasta Castellón”, cuyo fruto, además, “tiene un valor de proximidad y un trato muy especial”.

De la nueva planta, que incorpora la tecnología más avanzada, cabe destacar que cuenta con una ubicación estratégica, en la que prevalece su cercanía con los grandes mercados agroalimentarios españoles y a un paso de las oficinas comerciales de grandes centrales de compras.

Además, son evidentes sus ventajas logísticas por la proximidad con los puertos de Valencia, Sagunto y Castellón y a la frontera francesa. Una ubicación privilegiada que permite que el aguacate producido y/o distribuido desde España ahorre “14 o 16 horas de transporte”, según destaca Alconchel, en el trayecto hacia sus principales destinos. Un dato de especial relevancia



Los aguacates de la empresa liderada por José Antonio Alconchel destacan por su calidad y sabor.

**La decisión de poner en marcha Alcoaxarquía Levante no sólo fortalece la presencia de la compañía en el mercado, sino que reafirma su compromiso con la mejora constante, la innovación, la calidad y la proximidad**

para favorecer la reducción de la huella de carbono al tiempo que se garantiza un servicio excelente.

Grupo Alcoaxarquía cuenta con producción en ambos hemisferios, destacando Perú, España y Marruecos, facilitando así la continuidad en el servicio de un producto de calidad contrastada durante todo el año. En definitiva, todas las acciones del Grupo se orientan a abastecer a los mercados las 52 semanas del año con un producto de máxima calidad, con características organolépticas siempre reconocibles por los consumidores más exigentes.

Con el afán de seguir creciendo y desarrollándose a todos los niveles, esta

semana se conocía que Grupo Alcoaxarquía ha traspasado una participación minoritaria de su capital a Tresmares, plataforma inversora respaldada por el Banco Santander, en una operación con la que la entidad financiera inicia su andadura en el sector agro y que ha tenido una gran acogida en el sector hortofrutícola.

### TECNOLOGÍA E INVERSIÓN

La central de Sollana, que recibe, madura y confecciona el característico aguacate de primera calidad de Alcoaxarquía, cuenta con una superficie total de 2.500 m<sup>2</sup> de. La zona de procesado, de 1.800 m<sup>2</sup>, incluye cinco líneas: dos ma-

nuales (una de ellas íntegramente Bio), una de flow pack, una encajadora y una enmalladora.

La superficie restante se divide en las cámaras de frío, repartidas en 300 m<sup>2</sup> con capacidad para 275.000 kilos, y en las cámaras de maduración, con 250 m<sup>2</sup> en total, con capacidad para madurar 50.000 kilos al día, además de las zonas de muelle de carga y descarga.

Además de la tecnología, Grupo Alcoaxarquía aporta como valor añadido imprescindible en el éxito de la comercialización del aguacate su experiencia en el manejo de la fruta desde el campo hasta el consumidor, pasando por todas sus fases agronómicas y de gestión postcosecha.

Desde la recepción de los aguacates hasta su maduración y preparación, se emplean los sistemas tecnológicos más avanzados para garantizar la frescura y la calidad del producto. La compañía se mantiene a la vanguardia en las últimas tecnologías para la gestión logística y el monitoreo de la cadena de suministro, pero también en el control agronómico y de calidad. Además, están desarrollando diferentes líneas de I+D+i sobre patrones, maduración interna y externa, huella hídrica, huella de carbono... en colaboración distintas universidades, con el Instituto de Hortofruticultura Subtropical y Mediterránea La Mayora (IHSM) del CSIC y, a nivel valenciano, con el instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA), AVA-Asaja y la Asociación de Productores de Aguacates de la Comunitat (ASOPROA).

### TRASPASAR EL CONOCIMIENTO

Si bien el cultivo del aguacate se encuentra en plena expansión en el territorio valenciano, aún hay desconocimiento sobre el manejo de este fruto tropical tan distinto del de los cultivos tradicionales de la zona. Uno de los prejuicios más extendidos es la gran cantidad de agua que exige la planta de aguacate, pero que el director general de Alcoaxarquía matiza: “Una planta de aguacate no consume más agua que un naranjo o que un frutal de hueso. Con unos 4.500 m<sup>3</sup> por hectárea y año estamos consiguiendo buenos resultados. Simplemente, los riegos deben ser más frecuentes y menos abundantes, pues sus raíces son menos profundas”, expone Alconchel a Valencia Fruits.

Aunque ahora Alcoaxarquía Levante está actuando como comercializadora, contar con producción propia en la Comunidad Valenciana es también un objetivo a corto plazo. La manera de trabajar del Grupo consiste en alquilar las tierras y tratarlas como propias o llegar

a acuerdos con los productores donde la asistencia, el tratamiento y la dirección técnica de la explotación siguen las directrices de la compañía, proporcionando así el conocimiento y la tecnología para el manejo del cultivo aguacate. La disponibilidad del Grupo para trabajar conjuntamente con productores locales de aguacate de calidad es total.

Como valor añadido, también facilitan la conversión de los campos de agricultura convencional a agricultura orgánica. “Nuestro modelo de negocio de ‘comercializar lo que producimos’ y controlando lo que producimos será un valor añadido para aquellos productores que se sumen a nuestro proyecto”, resalta Alconchel.

#### ■ VENTAJAS LOGÍSTICAS

El consumidor está cada vez más volcado en el consumo de aguacate, la tendencia es creciente en España, en Europa y en los países desarrollados. Y, paralelamente, crece también sobre los productos orgánicos. De cara a las centrales de compra, Grupo Alcoaxarquía ofrece un producto de calidad las 52 semanas del año y, para ello, Alcoaxarquía Levante supone un punto estratégico no sólo a nivel logístico, sino también desde el punto de vista de la sostenibilidad ambiental al estar 600 km más cerca de los principales mercados de este producto que otras plantas de procesado. Es el caso de mercas como Mercamadrid o Mercabarna o de países como Francia, principal consumidor europeo de aguacate. La proximidad a los puertos de Valencia, Castellón y Sagunto es otra ventaja en la carrera por realizar una distribución más sostenible y con menos huella de CO<sub>2</sub>.

Además, disponer de esta planta de confección en la Comunitat Valenciana permite al aguacate valenciano adquirir más nombre y más valor al convertirlo en un producto de proximidad. Así, junto con el fruto andaluz, el aguacate español gana semanas en el año al abarcar desde diciembre hasta abril, mientras que “nuestro calendario está cubierto el resto de meses por las plantaciones propias que tenemos en nuestra filial de Perú. México y Marruecos nos permiten cerrar los 12 meses. Siempre con la misma calidad, el mismo método, el mismo sabor y las mismas líneas de producción e investigación”, explica Alconchel.

#### ■ TRANSPARENCIA

Grupo Alcoaxarquía trabaja con producto de sus propios campos, pero también establece relaciones en las que destaca la confianza y la transferencia de conocimientos e información con productores a los que alquila las explotaciones o que se convierten en socios. Y es que uno de los conceptos clave y transversal dentro del Grupo Alcoaxarquía es la transparencia y la democratización de la información en toda la cadena, desde el campo hasta el cliente.

El Grupo pone a disposición no solo de los productores sino de los compradores AlcoNature, una plataforma digital de gestión integrada de los cultivos y procesado de la fruta donde clientes, socios agricultores, técnicos de campo o responsables de las plantas de procesado pueden consultar y seguir a tiempo real todos los procesos y la evolución del cultivo.

#### ■ FUTURO

El gran proyecto de Alcoaxarquía Levante empieza con un equipo humano de profesionales valencianos con gran conocimiento del sector agro que aportan la experiencia en el manejo del producto y en la gestión de los mercados.

“Hay futuro, pero hay trabajo”, concluye José Antonio Alconchel, al resumir no sólo la situación del aguacate en la Comunidad Valenciana sino también la del propio Grupo, ya que la compañía espera cuadruplicar sus activos actuales y alcanzar las 50 mil toneladas de



Salvador Martínez, gerente, y Alberto Fernández, director de planta, están al frente de un equipo en pleno crecimiento.



La planta cuenta con la tecnología más innovadora para la conservación, la maduración, el manipulado y el envasado de los aguacates.



Las opciones de confección disponibles se adecúan a las necesidades de presentación de los principales grupos de distribución.

**Grupo Alcoaxarquía** trabaja con producto de sus propios campos, pero también establece relaciones en las que destaca la confianza y la transferencia de conocimientos e información con productores a los que alquila las explotaciones o que se convierten en socios

producto comercializado en un plazo máximo de entre 3 y 5 años.

Un proyecto que ya es realidad y que cuenta con todos los ingredientes para convertirse en la punta de lanza del aguacate valenciano y, por extensión, español.



El consumo de aguacate se ha extendido exponencialmente tanto en países productores como en importadores. / ARCHIVO

# Aguacate, un producto del siglo XXI

Por PACO BORRÁS (\*)

A mediados de la última década del siglo pasado se producían en el mundo cerca de 2.000.000 toneladas de aguacates y se exportaban cerca de 200.000 toneladas. Era un producto, por tanto, del que el 90% se consumía en los países que lo producían y sus exportaciones eran tan pequeñas comparadas con las frutas históricas del momento (bananas, naranjas, mandarinas, manzanas, peras melones, etc.) que ni salían en las estadísticas.

Incluso dentro de los tropicales con los que comparte su número estadístico de exportación (0804\_ ), ya se exportaban a finales del siglo pasado 400.000 toneladas de mangos y 800.000 de piñas. Sin embargo, en este momento los aguacates han superado las cifras del mango y se han equiparado a las de las piñas, con la diferencia que estos tienen mucho más valor económico.

Y en las dos décadas que llevamos del actual siglo el aguacate ha vivido una verdadera revolución, provocando un cambio en el paisaje de los países que han visto crecer exponencialmente sus plantaciones, apareciendo plantas de procesado en dichas zonas, los camiones y los contenedores salían de esos países en dirección a los mercados donde llenaban stands de los mercados mayoristas, estanterías en los supermercados y entraban en casas donde se han convertido en compañeros habituales de sus habitantes los doce meses del año, en sus cocinas y en su neveras.

## ■ LOS NÚMEROS DE LOS AGUACATES A NIVEL MUNDIAL

En la figura 1 podemos ver la evolución de la producción mundial en los años del actual siglo.

A principios de este siglo se exportaban sólo el 11% de los aguacates que se producían y en los últimos años son el 35%. Se siguen consumiendo en los países productores, pero se han incorporado a su consumo muchos consumidores de países no productores.

Por otro lado, hay una característica que ha influido en la fidelidad de los consumidores al producto y es que, aunque hay muchas variedades, casi la totalidad de los que exportan son de la variedad Hass, salgan del país que salgan. Por lo que el consumidor a lo largo del año tiene la misma imagen en el lineal con un comportamiento en cuanto a su punto de madurez similar todos los meses.

## ■ PAÍSES PRODUCTORES

El origen del aguacate se encuentra en el sur de México, habiéndose extendido en este momento desde el sur de California hasta el norte de Chile por todos los países americanos. Fuera de América hoy lo encontramos en zonas tropicales de Asia y África, en algunas zonas benignas del Mediterráneo, de Australia e incluso de Nueva Zelanda.

En la figura 2 se aprecia cómo ha evolucionado su producción en lo que va de siglo en los principales países.

Como vemos, sólo Estados Unidos ha bajado en producción y todos los demás han crecido. A nivel mundial el crecimiento durante estos años ha sido del 220% y bastante similar en todos los continentes. En estos momentos la distribución por continentes nos dice que América produce el 70,2%, Asia el 14,3%, África el 12,3%, Europa el 1,75% y Oceanía

el 1,45%. Hemos realizado el cuadro hasta la posición 17 de país por orden de volumen para situar el puesto de España que, como se ve, sólo representa el 1,34% de la producción mundial.

## ■ PAÍSES EXPORTADORES

Nos centraremos en los 10 primeros países que representan el 88,90% del total como se aprecia en la figura 3.

El crecimiento global de la exportación en estos años ha sido del 765% empujado por la mayoría de países del cuadro, aunque en vemos cómo Sudáfrica permanece estable. También es relevante la desaparición en esta lista de Israel, país que fue pionero en la producción y exportación de aguacate producido en el Mediterráneo, pero que en estos momentos se mantiene en cifras alrededor de las 35.000 toneladas de exportación.

Vemos que México es líder a distancia del resto ya que casi el 40% de todo el aguacate a nivel mundial sale de ese país. Le sigue Perú, con algo más del 17%. El detalle relevante es que, en el año 2000 México ya era el líder, seguido por Chile y Estados Unidos en América mientras que Perú no salía en las estadísticas ya que apenas exportaba 2.000 toneladas. Podemos pues imaginar lo que ha cambiado el paisaje en algunas zonas del desierto peruano de la costa del Pacífico.

El dato de Países Bajos, que evidentemente no produce aguacate no nos sorprende ya que su puerto de Rotterdam es la puerta de entrada de muchas producciones de ultramar y nos encontramos siempre en los rankings de exportación de bananas, cítricos y muchos más productos que ellos no producen, pero de los que gestionan su entrada en Europa logística y, en muchas ocasiones, comercialmente.

Pero, el caso de España con cifras que ya vemos claramente que están por encima de su producción, nos indica que algo diferente a otros productos ha pasado con los aguacates. Luego lo vemos.

En resumen, por continentes las exportaciones mundiales se distribuyen de la siguiente manera: América exporta el 67%, Europa el 22% y evidentemente la mayoría son reexportaciones, África el 7%, Oceanía el 2% y Asia también el 2%. Vemos pues cómo Asia, que produce el 14,3%, consume la mayoría en sus mercados domésticos.

## ■ PAÍSES IMPORTADORES

Miraremos también los primeros 10 países que representan el 81% del total como se ve en la figura 4.

El primer detalle, si observamos los datos del año 2000, es que Francia era la líder, importaba el 40% del total mundial y, por tanto, ya tenía un consumo que se acercaba a 1,5 kg per cápita. Tenemos que asumir que los franceses y su cocina enseñaron a los europeos a consumir aguacates. En estos momentos si vemos su cifra de importación el consumo en Francia se acerca a los 2,5 kg per cápita.

En el año 2000, en Estados Unidos era un producto prácticamente desconocido para sus más de 300 millones de habitantes, que diez años después en el 2010 comían 1 kg per cápita y que se han convertido en grandes consumidores de aguacates ya que se están acercando a los 4 kg per

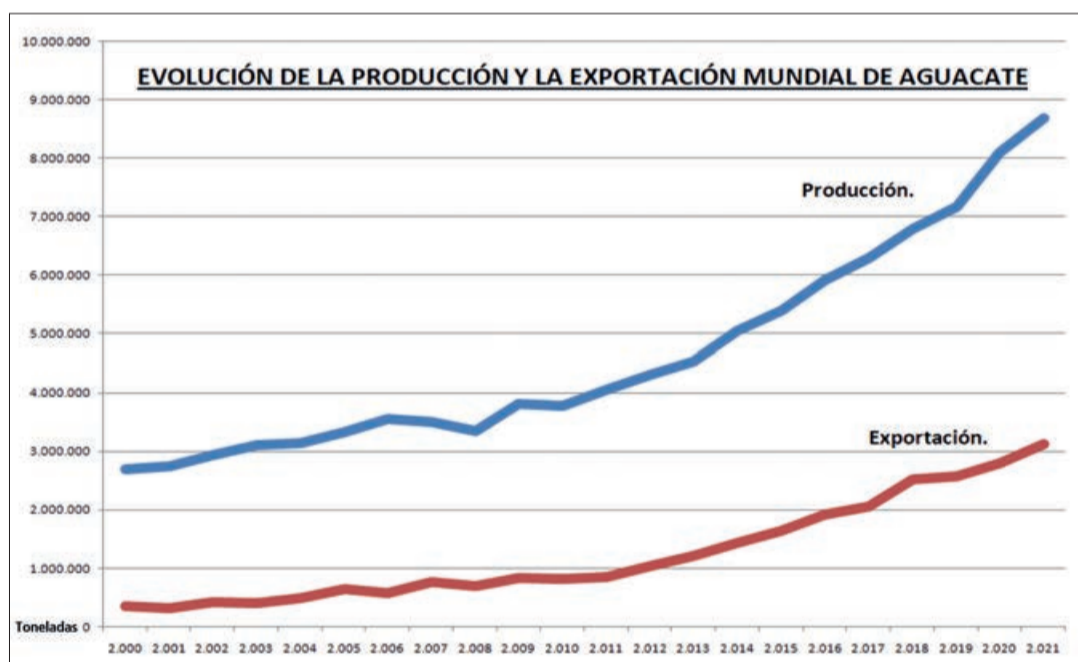


Fig. 1. Fuente FAOSTAT 2023.

PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES DE AGUACATES				
	2.000	2.010	2.021	Cuota /País
1 México	907.439	1.107.135	2.442.945	28,13%
2 Colombia	131.664	205.443	979.618	11,28%
3 Perú	83.671	184.370	777.096	8,95%
4 Indonesia	145.795	224.278	669.260	7,71%
5 Rep. Dominicana	81.736	285.590	634.368	7,30%
6 Kenya	52.030	202.294	416.803	4,80%
7 Brasil	86.146	153.189	300.894	3,46%
8 Haití	45.000	62.837	248.135	2,86%
9 Viet Nam			212.977	2,45%
10 Chile	98.000	166.382	169.031	1,95%
11 Israel	81.303	69.545	165.000	1,90%
12 Etiopía	78.032	57.299	152.505	1,76%
13 Estados Unidos	217.091	158.150	136.750	1,57%
14 Guatemala	26.277	94.302	136.476	1,57%
15 Venezuela	52.294	83.618	131.531	1,51%
16 China Continental	70.000	103.000	124.780	1,44%
17 España	63.843	97.378	116.770	1,34%
<b>Producción Mundial</b>	<b>2.699.840</b>	<b>3.777.540</b>	<b>8.685.672</b>	

Fig. 2. Fuente FAOSTAT 2023

(Pasa a la página 6)



Para una frescura interna, somos

# MUCHO MÁS QUE PIEL.

NUEVO

 **VitaFresh**<sup>™</sup>  
Botanicals  
Life Select



VitaFresh<sup>™</sup> Botanicals Life Select, nuestro nuevo recubrimiento vegetal comestible está certificado como orgánico.



Protege y conserva para ayudar a retrasar la maduración y prolongar la frescura



Mantiene la firmeza, peso y apariencia para una vida útil más larga



Menos pardeamiento y mayor vida útil, lo que se traduce en menos desperdicio

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

Contacta con nosotros para obtener más información en [info@AgroFresh.com](mailto:info@AgroFresh.com)

Contáctanos para determinar la disponibilidad y el uso en un país y un cultivo específicos.  
© 2022 AgroFresh Solutions, Inc. Todos los derechos reservados. <sup>™</sup> Marca de AgroFresh Inc.

**AgroFresh**

We Grow Confidence

PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES DE AGUACATES				
	2.000	2.010	2.021	Cuota/País
1 México	89.270	326.127	1.227.070	39,18%
2 Perú	2.209	59.521	541.519	17,29%
3 Países Bajos	14.455	76.031	414.654	13,24%
4 España	39.154	54.290	140.619	4,49%
5 Chile	56.186	108.116	98.029	3,13%
6 Colombia	2	56	96.904	3,09%
7 Kenia			95.036	3,03%
8 Estados Unidos	10.391	28.592	61.627	1,97%
9 Rep. Dominicana	7.932	12.193	56.456	1,80%
10 Sudáfrica	45.702	50.569	52.795	1,69%
10 Primeros Países	265.301	715.495	2.784.710	88,90%
<b>EXPORT MUNDIAL</b>	<b>361.807</b>	<b>829.565</b>	<b>3.132.234</b>	
% 10 Primeros Países	73,33%	86,25%	88,90%	

Fig. 3. Fuente FAOSTAT 2023.

PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES DE AGUACATES				
	2.000	2.010	2.021	Cuota/País
1 Estados Unidos	78.623	344.900	1.213.413	37,76%
2 Países Bajos	19.352	105.978	457.172	14,23%
3 España	3.476	32.774	213.907	6,66%
4 Francia	105.084	93.520	181.292	5,64%
5 Alemania	10.868	26.886	121.647	3,79%
6 Reino Unido	22.837	35.242	114.273	3,56%
7 Canadá	13.151	35.646	109.602	3,41%
8 Japón	14.070	44.552	76.694	2,39%
9 Chile	221	303	71.988	2,24%
10 Federación de Rusia	381	8.367	53.996	1,68%
	268.064	728.168	2.613.983	81,35%
<b>Import Mundial</b>	<b>346.364</b>	<b>902.580</b>	<b>3.213.443</b>	
% 10 Primeros Países	77,39%	80,68%	81,35%	

Fig. 4. Fuente FAOSTAT 2023.

## “Aguacate...”

(Viene de la página 4)

cápita. Lo que ha pasado con el aguacate en este país es digno de observación y la promoción ha sido clave en esta evolución. El 90% de los aguacates que importan les llega de su vecino México que ha visto como este comercio ha revalorizado grandes zonas productivas, empezando por la zona de Michoacán.

Países Bajos vieron pronto las posibilidades del producto y no sólo son la puerta de entrada en Europa, sino que además han desarrollado instalaciones para la preparación del Aguacate listo para comer (*ready to eat*), aprendiendo todo lo que han podido de las técnicas de maduración y aprovechando su posición logística a 24 horas de más de 350 millones de consumidores.

Y, como vemos, España

es el tercer país importador de aguacates a nivel mundial, con cifras que doblan la producción y superan las exportaciones. España ha asumido el mismo papel que Países Bajos, gestionando no sólo su producción sino también canalizando gran parte de las importaciones, realizando un trabajo logístico y de maduración hacia Europa.

Es curioso el caso de Chile ya que si produce 169.000 toneladas, importa 72.000 y exporta 98.000, tiene un consumo bruto de 143.000 toneladas que para sus 20 millones de habitantes suponen más de 7 kg per cápita.

La aparición de Rusia en este ranking es anterior al inicio de la guerra de Ucrania y tendremos que esperar para ver si se consolida su consumo allí.

En resumen, las importaciones totales por continentes están en estos momentos de la siguiente forma. América realiza el 46% del total de las importaciones, Europa el 45%, Asia el 7,7%, África el 0,85% y Oceanía el 0,50%.

### ■ ¿QUÉ HA PASADO EN ESPAÑA?

A nivel de consumo, el aguacate ha entrado en todos los hogares, en la restauración y en todos los lineales de la distribución, junto con el guacamole y otros derivados. La figura 5 muestra claramente cómo cuando entramos

en el actual siglo el consumo en España apenas llegaba a los 500 g per cápita y en estos momentos se está acercando en los hogares a los 2 kg per cápita y el consumo bruto ya supera los 3 kg per cápita. Y una de las singularidades de la situación es que no ha habido ninguna promoción importante del producto. Ha ido entrando en consumo poco a poco, por el boca a boca, fundamentalmente.

Se han ido asumiendo sus virtudes saludables, en parte por los aportes de la investigación nutricional que ha roto prejuicios y, sobre todo, cuando el consumidor ha empezado a encontrar en el lineal producto listo para comer y no aguacates verdes de difícil gestión en los hogares.

En producción, a finales de los 90 del siglo pasado las cifras eran de unas 50.000 toneladas basadas en unas 8.000 hectáreas que estaban prácticamente todas en la península en la zona tropical de Granada y Málaga. La producción actualmente se mueve alrededor de las 100.000 toneladas.

Pero en realidad el gran cambio comercial no ha sido producido por el hecho de haberse doblado la producción en España, sino por la entrada de las empresas de la costa tropical en el negocio integral del aguacate. España produce aguacates de diciembre a abril en el mejor de los casos y para abastecer doce meses año a nuestro mercado doméstico o para seguir operando como exportadores los doce meses del año, había que entrar de lleno en las importaciones. Y eso, lo que supone haberse comido una parte del negocio neerlandés, es lo que han hecho los operadores españoles de Málaga y Granada, incluso ocupando posiciones que en otros productos de importación eran ocupados por los mayoristas de Mercabarna, Mercamadrid y otros mercados.

Vemos cómo han evolucionado exportaciones e importaciones en la figura 6.

Desde el año 2018, las importaciones han superado netamente a las exportaciones.

Como hemos dicho, las empresas que han intervenido de forma directa en las importaciones, que inicialmente como en muchos otros productos de ultramar se realizaban desde los mercados, en

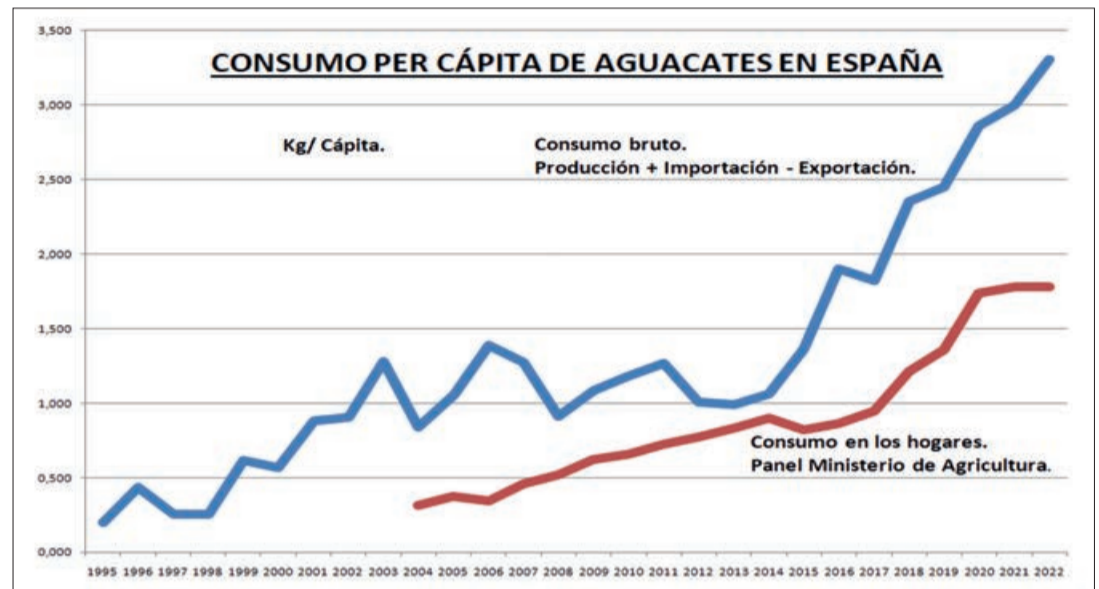


Fig. 5. Fuente. Panel de consumo en los hogares del Mapa y elaboración propia.

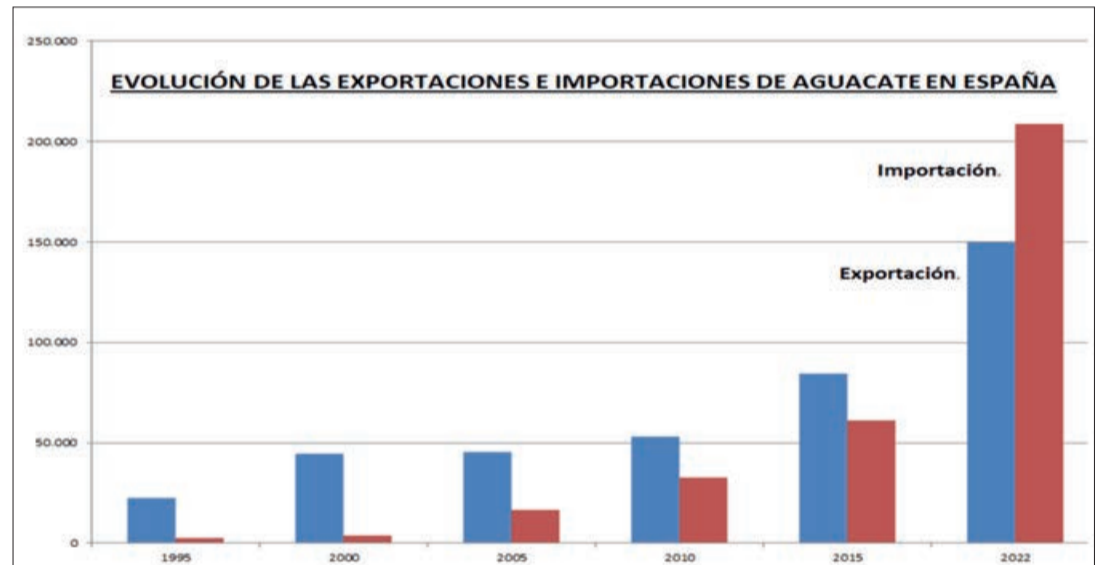


Fig. 6. Fuente. Datacomex.

este caso han sido las mismas empresas que gestionaban el producto español.

A lo largo de estos años se ha ido consolidando la relación comercial de importación con los países que han tenido calendarios de cosecha complementarios al español y vemos en la siguiente figura el desarrollo de estas importaciones por países.

Hemos dejado Europa en primer lugar porque inicialmente fue el origen desde Países Bajos y ahora también desde Portugal, pero en los dos casos son reexportaciones que la mayoría vendrán de los países que ya llegan directamente a España, ya que, como hemos dicho, Países Bajos no produce y la producción portuguesa

aún se está iniciando. Hemos resaltado Perú porque su posición de liderazgo en la última década ha pasado por encima del resto de los países americanos.

Después hablaremos de Marruecos.

Para hablar de complementariedad de calendario es interesante observar lo que ha pasado durante el último año en cifras de exportación e importación por meses que se aprecia en la figura 9. Independientemente de que las campañas siempre pueden variar unas semanas, este cuadro se reproduce durante los últimos años.

Los primeros cuatro meses del año las exportaciones superan a las importaciones por la

presencia del producto español y el resto del año lo contrario. Y, como vemos, las exportaciones en los meses que no hay cosecha española se mantienen en las 10.000 toneladas mensuales, lo que implica un mantenimiento de clientes y de fondo de comercio para las empresas españolas que intervienen en este comercio con lo que ello implica en cuanto a regularidad de trabajo en sus plantas y regularidad de trabajo para sus equipos a todos los niveles.

En este caso también es decisivo para mantener y consolidar la confianza de los clientes finales en Europa, la participación de España en la producción de los aguacates que se importan. Por-

UBICACIÓN DE LAS EMPRESAS IMPORTADORAS DE AGUACATES EN ESPAÑA						
	2000	2010	2022			
Málaga	167	4,59%	18.240	55,54%	138.720	66,51%
Resto Andalucía	148	4,07%	3.044	9,27%	23.913	11,47%
Cataluña	1.437	39,49%	5.187	15,79%	26.428	12,67%
Com. De Madrid	910	25,02%	4.827	14,70%	7.987	3,83%
Resto de España	976	26,83%	1.542	4,70%	11.527	5,53%
<b>Total</b>	<b>3.637</b>	<b>100,00%</b>	<b>32.841</b>	<b>100,00%</b>	<b>208.575</b>	<b>100,00%</b>

Fig. 7. Fuente Datacomex.

ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS.				
Países	2000	2010	2022	Cuota / País
<b>EUROPA</b>	1.424	3.308	21.357	10,24%
<b>Perú</b>	990	19.549	120.607	57,82%
<b>Marruecos</b>		372	22.930	10,99%
<b>México</b>	554	1.151	9.626	4,62%
<b>Chile</b>	43	4.558	9.578	4,59%
<b>Colombia</b>		0	8.605	4,13%
<b>Kenia</b>	5	1.847	8.075	3,87%
<b>Brasil</b>	1	162	2.201	1,06%
<b>Sudáfrica</b>	523	1.737	2.134	1,02%
<b>Resto Países</b>	97	154	3.459	1,66%
<b>Import Mundial</b>	<b>3.637</b>	<b>32.841</b>	<b>208.575</b>	<b>100,00%</b>

Fig. 8. Fuente Datacomex.

que no es lo mismo simplemente importar aguacates verdes de ultramar que conocer, seguir, colaborar o participar directamente en los procesos productivos en dichos países. No es un tema sólo de certificaciones que haberlas las hay, y muchas.

Porque si no se conoce bien el desarrollo integral de toda la cadena, los procesos de maduración pueden aportar sorpresas. Y en esos temas España frente a países importadores que no son productores aporta un saber hacer que estos nunca podrán aportar. Y esa ventaja competitiva para gestionar toda la cadena del aguacate los doce meses del año juega a favor de España.

En la figura 10 vemos cuáles son los destinos de las exportaciones españolas.

Desde el inicio de las exportaciones españolas y cuando solo exportaba producto español durante pocos meses al año, Francia ya era el primer cliente para España y en estos momentos representamos un tercio de todas sus importaciones.

Le sigue Países Bajos, que explota muy bien su ventajosa posición logística. Y en total el 95% de todas las exportaciones españolas van a Europa como en muchos otros productos, lo que no deja de ser al mismo tiempo ventaja y debilidad porque si Europa se debilita no tenemos muchos más mercados de momento.

Es curioso, por otra parte, que Marruecos, que ya hemos visto en un cuadro anterior es un proveedor importante para España, es, al mismo tiempo, nuestro primer destino fuera de Europa. El análisis de fechas lo explica. El 85% de las exportaciones se producen de mayo a septiembre y por tanto son reexportaciones españolas de aguacates mayoritariamente de Sudamérica en meses que Marruecos no tiene producción. Pero, nos muestra como en países que hace pocos años el producto era marginal hoy está presente los doce meses del año.

■ ¿Y EL TEMA ECONÓMICO?

A lo largo de este artículo hemos manejado exclusivamente cifras de volúmenes en toneladas. Para mostrar la importancia de los aguacates a nivel mundial en términos de valores económicos usaremos una de las diapositivas (figura 11) que uno de los mayores especialistas a nivel mundial en tropicales, Eric Imbert, del instituto Cirad y editor de la revista FruitTrop, presentó en febrero de este año en una reunión que la Asociación Mundial del Aguacate (WAO en su terminología inglesa) realizó en el seno de la feria Fruit Logística 2023. En esa intervención avisó con números y detalles del fuerte crecimiento en hectáreas de los últimos diez años y el alto riesgo de superar en oferta a la demanda.

Estos datos de 2020 mostraban cómo los aguacates en el comercio mundial ocupaban la posición 8, por debajo de las piñas y al lado de los mangos sus dos principales compañeros en el grupo de exóticos y, sin embargo,

cuando cambiamos al ranking el valor económico, las piñas desaparecen, los mangos se mantienen en la misma posición, pero los aguacates escalan al puesto número 4 y en los datos del año 2022 han subido al número 3, por delante de las manzanas.

Esta situación trasladada a España explica perfectamente cómo en los últimos diez años se han consolidado un grupo de empresas de la costa tropical andaluza con facturaciones desde 60 a más de 100 millones de euros, porque han gestionado todos los pasos de la cadena del aguacate tanto en producción como en exportación y en importación.

En el caso de España, el valor de las exportaciones e importaciones de aguacates de los últimos años los vemos en la figura 12.

Aunque son datos Intrastat, se aproximan bastante a la realidad y la tendencia es correcta.

■ ¿Y EN ESPAÑA EN LOS PRÓXIMOS AÑOS?

En primer lugar, tenemos la sequía que está afectando a la costa tropical de Andalucía que es actualmente el principal granero de aguacate en España. Vamos a ver cómo se desarrolla el próximo otoño porque podrían peligrar hasta plantaciones, no sólo cosecha como la que ya perderemos este año.

Y, en segundo lugar, hay que ver cómo evolucionan las nuevas plantaciones que se han realizado en los últimos años como nos muestran la figura 12 de este artículo. ¿Sabrán los agricultores de las nuevas zonas aprender a cultivar aguacates y alcanzar las productividades necesarias para justificar la rentabilidad del cultivo? Las nuevas plantaciones han sustituido cítricos y fruta de hueso entre otros que son cultivos totalmente diferentes.

Vemos en que provincias españolas se han plantado aguacate en la figura 13.

Vemos como en estos años Granada se ha mantenido, Málaga ha crecido bastante, en Andalucía el eje Cádiz y Huelva se ha incorporado con más 1.000 hectáreas, pero ha sido la Comunidad Valenciana, con cerca de 3.000 nuevas hectáreas la que aparece con fuerza en el tablero productivo.

Esta nueva incorporación se debe a dos factores coincidentes en el tiempo, pero diferentes. La bajada de rentabilidad en los últimos años de los cítricos y un incremento de las temperaturas ha propiciado que aparezcan estas nuevas plantaciones.

Articular armónicamente las nuevas producciones con las históricas y con las estructuras comerciales que se han desarrollado para que el aguacate de la península, Portugal incluido, se presente en el mercado internacional como un todo, será bueno para el conjunto.

Esperemos que el sentido común de agricultores, cooperativas y comercializadores caminen en esa dirección.

(\*) Consultor Internacional Agroalimentario

VALOR DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE AGUACATES ESPAÑOLAS EN MILES DE EUROS.			
	Exportación	Importación	Export + Import
1.995	24.792	3.893	28.685
2.010	86.623	48.146	134.769
2.022	393.858	404.190	798.048

Fig. 12. Fuente Datacomex

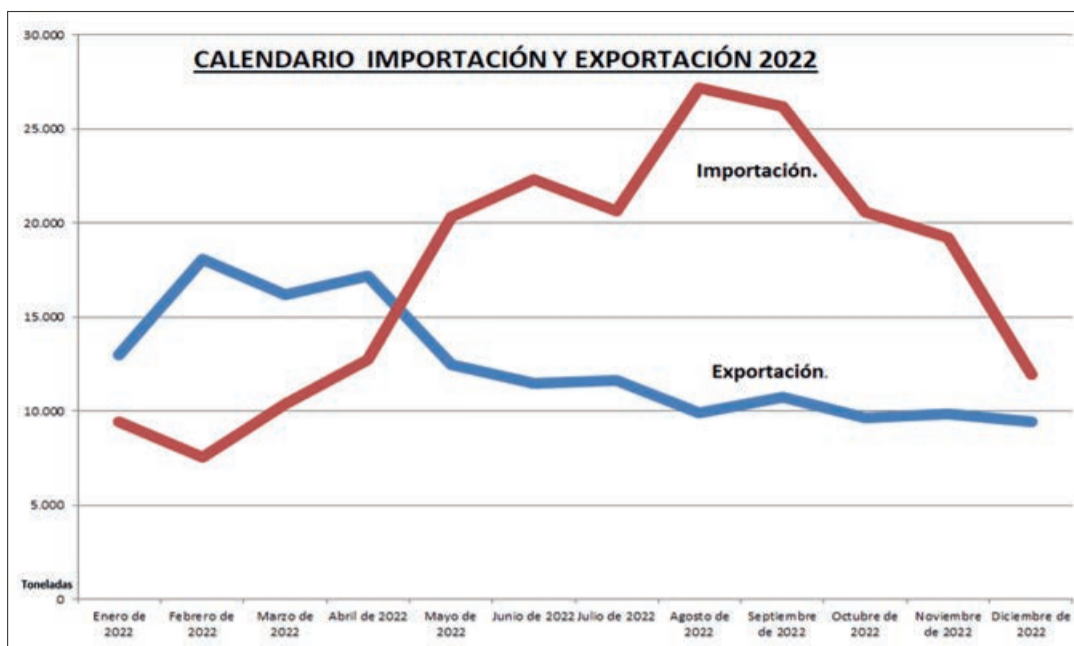


Fig. 9. Fuente Datacomex

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS.				
	2000	2010	2022	Cuota/Países
Francia	27.283	22.666	63.987	42,74%
Países Bajos	1.775	3.926	27.206	18,17%
Alemania	3.008	5.597	11.070	7,40%
Portugal	69	1.668	8.340	5,57%
Reino Unido	6.780	2.967	6.324	4,22%
Italia	224	603	6.218	4,15%
Resto de Europa	4.617	6.259	18.902	12,63%
Marruecos	596	7.528	7.406	4,95%
Resto Mundo	38	1.983	244	0,16%
<b>Export Mundial</b>	<b>44.391</b>	<b>53.196</b>	<b>149.697</b>	<b>100,00%</b>

Fig. 10. Fuente Datacomex



Fig. 11. Fuente Eric Imbert. FRUITROP - Cirad.

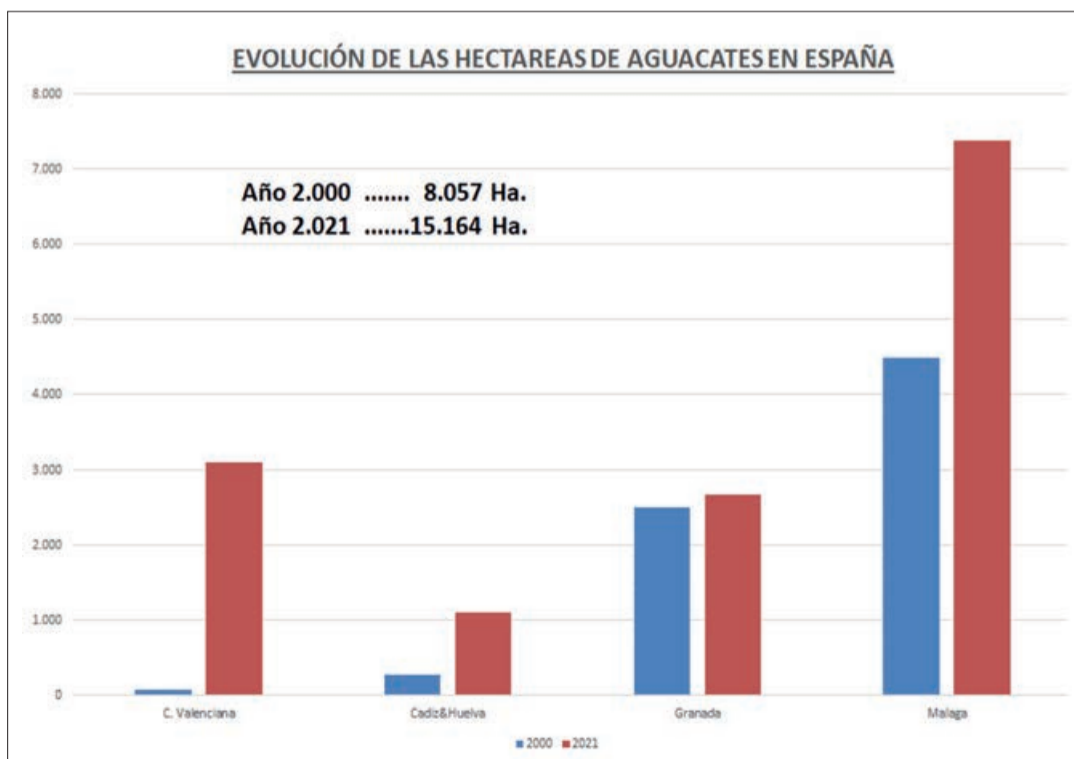


Fig. 13. Fuente. Anuario Mapa, Conselleria de Valencia y elaboración propia.



Las diferencias entre ambas variedades son casi imperceptibles. Arriba, imágenes del fruto de Hass. Abajo, en la segunda hilera, del de LUNA ucr. / EUROSEMILLAS

# Hass y LUNA ucr, aguates ‘gemelos’ (casi) idénticos

La próxima irrupción de la variedad de Eurosemillas modifica el rol de la variedad polinizante y permitirá plantaciones más intensivas, con mejores rendimientos

## ► EUROSEMILLAS.

La imagen comparada de los frutos de Hass y de la variedad LUNA ucr, que pronto lanzará Eurosemillas al mercado europeo y a otros igualmente estratégicos, resulta elocuente. Si de personas se tratase, podría decirse que son dos aguacates ‘gemelos’, con una apariencia externa casi idéntica. Y en lo que se refiere a sus cualidades internas, a su sabor o la textura de su carne, la cosa no varía, las diferencias son de matiz, diríase que imperceptibles. Así lo acreditan los trabajos realizados por la Universidad de California Riverside (UCR), obtentora de la variedad que en junio fue lanzada en este estado norteamericano y que antes de finalizar el presente año estará disponible comercialmente en la UE, para empezar a plantarse ya en 2024. La diferencia más sustancial entre una y otra radica en su propia naturaleza y función: Hass es el aguacate dominante, el que mejor encaja con el gusto del consumidor y LUNA ucr es un ‘polinizador’ (en realidad un polinizante, estricto sensu) que mejora los rendimientos de éste pero es el primero de su clase

cuyos frutos tendrían un valor comercial similar y no tan residual como hasta ahora tienen todos los demás de este tipo. Y tal circunstancia no es baladí, constituye toda una revolución para este cultivo.

LUNA ucr, efectivamente, es una variedad perfectamente complementaria y apta para optimizar la polinización y mejorar el cuajado de Hass. Pero, al contrario que éste, el árbol de la nueva variedad de Eurosemillas se caracteriza por ser de porte erguido y crecimiento muy vertical, extremadamente precoz —al segundo año ya da fruta— y muy productivo (del orden de dos ó tres veces más eficiente que Hass si se considera la productividad por metro cúbico de copa, según los estudios

de la UCR). Además, sus árboles son mucho más pequeños: el volumen de copa de LUNA ucr es un 50% más reducido que el de Hass. “En su hábito natural, el Hass puede elevarse hasta los 15 o incluso 20 metros de altura, de ahí que en las plantaciones comerciales habitualmente no

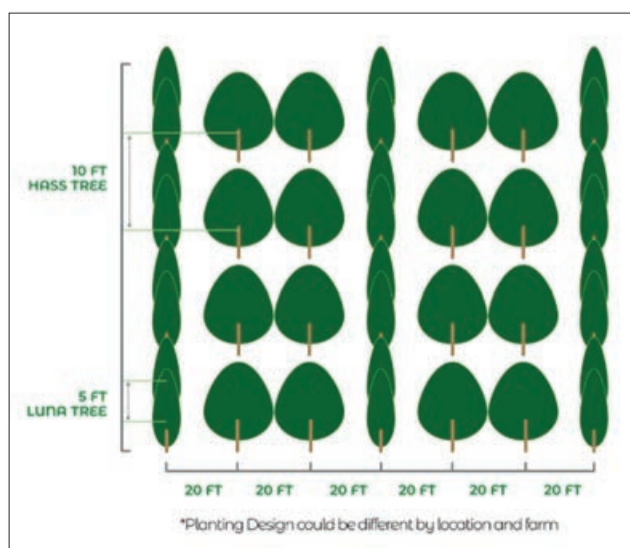
se deje crecer más allá de los 5 metros para así posibilitar la recolección y la maniobrabilidad dentro de las fincas. LUNA ucr tiene un tamaño mucho menor y la maduración del fruto se produce fundamentalmente en el interior de la copa. Todo ello facilita mucho la recogida

intensivos con los mismos recursos— y el papel que juega la polinización en la mejora de la productividad de Hass.

## ■ NUEVO ROL

El rol de la variedad ‘polinizadora’, en el caso de LUNA ucr, cambia. “Como la fruta es casi igual que la de Hass, obtendrá cotizaciones en origen similares. Ese hecho permitirá al agricultor incrementar la presencia de árboles polinizadores de nuestra variedad para así incrementar la productividad de las dos”, advierte el también ingeniero agrónomo de Eurosemillas. De plantaciones con un porcentaje de árboles de flor tipo B de entre el 5 y el 8% situados en los flancos exteriores de las parcelas o alternados de diferente manera, con los Hass siempre predominando en la parcela, esta nueva variedad permitirá evolucionar a diseños diferentes, con un porcentaje de LUNA ucr muy superior, avanzando en su plantación hasta suponer entre el 30 e incluso el 50% de los árboles.

Fontán, de hecho, explica ese cambio de enfoque de una



Eurosemillas está testando ya en campo diseños de plantación para aumentar la eficiencia de la polinización: intercalar una fila de la variedad de flor tipo B LUNA ucr cada dos de Hass. / EUROSEMILLAS



Los árboles de Hass crecen de forma desahogada si no se les aplica una poda sistemática. Los de LUNA ucr ocupan mucho menos espacio y crecen en sentido muy vertical / EUROSEMILLAS

forma así de gráfica: “Tradicionalmente el uso de variedades ‘polinizadoras’ se limitaba al mínimo número de árboles que permitiera una aceptable polinización, ya que cada árbol de flor tipo B plantado suponía renunciar a uno de Hass. Con LUNA ya no tenemos que ir a un acuerdo de mínimos y podemos aspirar a lograr el óptimo que permita la máxima producción de Hass a la vez que aportamos fruta de LUNA de igual valor comercial”.

Aumentar la cosecha de este aguacate en fincas dedicadas a Hass, incluso en proporciones superiores en volumen al de la variedad ‘principal’, difícilmente podría penalizar el valor comercial del conjunto de la producción. Y no sería así porque los frutos de ambas variedades son casi indistinguibles pero también porque a la hora de afrontar su posible salida como exportación, la fruta de ambas tiene una vida postcosecha muy similar, ambas ‘viajan’ igual de bien.

#### ■ PRECIOS DISPARES, HASTA AHORA

Como se avanzaba, uno de los principales factores diferenciales de LUNA ucr es que se situaría en la misma categoría de aguacates negros de piel rugosa que el mayoritario y dominador de los mercados, Hass. Existen otros que también se podrían encasillar en tal grupo —como Carmen, Pinkerton o Lamb Hass (que es más tardío y que también explota Eurosemillas)— pero no son de flor tipo B, no ejercen el necesario papel para optimizar la polinización y cuaje de los frutos, ya de por sí especialmente complicado en esta fruta tropical (según diversos estudios, cada árbol puede llegar a producir millones de flores pero de ellas, en las condiciones actuales, sólo son efectivamente fecundadas y cuajan en frutos entre el 0,15% y el 1%).

En California las cotizaciones en origen de estos frutos con flor de tipo B son residuales. En las tablas que regularmente publica, por ejemplo, la California Avocado Commission, aparece la evolución de los precios en campo y de los volúmenes de comercialización de las variedades Hass, Lamb Hass y GEM pero se encasillan en la categoría de ‘otros’ los datos de todas las variedades de aguacates ‘polinizadoras’, que tienen un valor más residual, en torno a dos o tres veces más bajos por kilo que Hass. En España, como en el referido Estado norteamericano, la producción de Hass es

abrumadoramente mayoritaria: según los datos del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, supuso el 83% de la producción en 2022, por el 8% de Fuerte y el 4% de Bacon. Pese a ser la oferta abrumadoramente mayoritaria, los precios por kilo de Hass han llegado a duplicar en los últimos años los de Fuerte, siendo si cabe mayor el diferencial en contra del otro aguacate de flor de tipo B mayoritario, Bacon.

#### El nuevo aguacate de Eurosemillas permitirá a los productores sacarle partido a los dos factores que quizá más inciden en la rentabilidad de este cultivo: la densidad de plantación y el papel de la polinización en la mejora de la productividad de Hass

Las razones de tan evidente disparidad se encuentran en la propia condición de la fruta de obtenida por estas variedades

‘polinizadoras’: Fuerte es el más similar en cuanto a la forma de pera, aunque más alargado pero su piel es más lisa y de un verde

más claro que Hass, con buen aprovechamiento de la pulpa y una calidad y sabor similar; Bacon tiene una forma más ovalada, con piel más fina pero su sabor y textura distan bastante de la citada variedad de mayor éxito.

El fruto de LUNA ucr —según los estudios de la propia UCR— tiene la misma calidad gustativa que Hass, tamaño y peso (187 g. por 198 g), contenido de pulpa (que depende del volumen del hueso, es del 71.3% y del 71.6%, respectivamente), forma de pera, madura con idéntico color negro, su piel es igual de rugosa y se pela también con suma facilidad. Su sabor, si acaso, tiene matices diferenciales: más de fruto seco y cremoso el Hass, algo más suave LUNA ucr.

#### ■ MAYORES MÁRGENES

Las menores dimensiones de los árboles de la nueva variedad que comenzará a comercializar Eurosemillas en poco tiempo no sólo permiten rediseñar las plantaciones hacia modelos más intensivos sino que también posibilitarán una polinización más efectiva, un mejor cuaje de los frutos. De marcos de plantación de 6 metros por 3 metros se puede pasar, fácilmente, a otros de 6 x 1,5 metros. Y, como destaca Fontán, “a menor distancia entre la variedad ‘polinizadora’ y la variedad principal, más efectividad en la polinización y mayor potencial para incrementar la productividad de Hass”.

Liberar espacios, por otra parte, también facilitaría la posibilidad de incorporar colmenas de apicultores —para aumentar el trasiego de polen— o permitir el desarrollo de cubiertas vegetales en las calles, que a su vez atraerían más insectos con idéntica función a la ejercida por las abejas.

Sin ir más lejos, Eurosemillas ha comenzado un ensayo en campo con plantaciones en las que cada dos filas de Hass se ha intercalado una de LUNA ucr. En una simulación teórica previa se comparó esa distribución —en la que el nuevo ‘polinizador’ pasa a tener el 50% de los árboles en menos del 33% de la superficie— con otra más tradicional de idéntica superficie —con sólo el 5% de los árboles de la variedad de flor tipo B, Bacon—. El resultado fue que con el modelo Hass/LUNA ucr, al dispararse los rendimientos y los ingresos obtenidos por las frutas de la variedad de Eurosemillas, se obtuvo un crecimiento de tres dígitos en el margen de beneficio.



Imagen corporativa del proyecto Green Motion Avocados en el expositor de Eurosemillas en Fruit Attraction 2022.

## LUNA ucr, el primer paso del proyecto Green Motion para hacer más sostenible y ampliar la producción del aguacate

LUNA ucr es la primera variedad lanzada por la plataforma internacional —promovida conjuntamente por Eurosemillas y la Universidad de California Riverside (UCR)— Green Motion Avocados. En los próximos años, una nueva generación de variedades de aguacates y portainjertos más sostenibles, con menor huella hídrica y de carbono, saldrá al mercado.

Eurosemillas llegó a un acuerdo con la UCR en mayo de 2019 para desarrollar un programa de mejora en aguacates a partir de la colección de germoplasma que este centro posee, que es la más completa del mundo. Justo un año después, se impulsaba el lanzamiento de Green Motion Avocados, un ambicioso proyecto internacional de I+D+i, cuyas empresas miembro comenzaron a volcarse desde entonces en la prueba y evaluación de los materiales seleccionados. En febrero de 2022 se solicitó la patente de LUNA ucr en EEUU. Hoy este proyecto cuenta con 20 empresas comercializadoras y grandes productoras líderes en el sector del aguacate procedentes de hasta 13 países. Sólo cuatro años después de dar el primer paso, LUNA ucr se ha comenzado

a licenciar ya en California y en poco tiempo llegará al resto del mundo. Desde el expositor de Eurosemillas en Fruit Attraction (Pabellón 8-8C02-, en Madrid, del 3 al 5 de octubre) se exhibirán los primeros frutos de este polinizador y se prelicenciarán los primeros pedidos en España.

Tras lanzar esta variedad, la plataforma tiene ya seleccionada una segunda más tardía y otra más precoz que Hass, que lograrán ampliar el periodo de recolección casi dos meses. En los próximos años también se lanzará un cuarto aguacate que está llamado a venderse como fruta gourmet por su excepcional sabor. De igual manera, se trabaja en cinco patrones: uno permitirá árboles más pequeños, otro se adaptará mejor a zonas con problemas de salinidad, y otros tres ofrecerán mayor resistencia a la podredumbre causada por la fitóftora (un hongo muy común que ataca las raíces) y/o al estrés hídrico. “Se mejorará la oferta en calidad y en cantidad, se podrán ampliar las zonas aptas para el cultivo y se logrará hacerlo con una menor huella hídrica y ambiental”, concluye Javier Cano, director de Green Motion Avocados. ■

CELESTINO RECATALÁ / Presidente de Asoproa

# “Las expectativas frente a la próxima campaña son positivas, con una producción aceptable”

*Desde la constitución de la Asociación de Productores de Aguacate en 2019, el aguacate cuenta con una estructura y una organización que proporciona una garantía de futuro. La asociación que preside Celestino Recatalá ha impulsado en estos cuatro años la colaboración entre los productores, la unificación de criterios productivos y comerciales, incluso ha logrado la diferenciación del producto local a través de la marca de calidad “Aguacate de la Comunitat Valenciana”.*

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Cómo evoluciona el cultivo del aguacate en la Comunitat Valenciana después del ‘boom’ vivido hace cinco años?

**Celestino Recatalá.** La situación productiva del aguacate podríamos definirla como “estable”, con un crecimiento anual de 220-230 hectáreas. De acuerdo a las cifras de superficie del Ministerio de Agricultura, en la Comunitat Valenciana hay 2.835 hectáreas dedicadas al cultivo del aguacate, sin embargo, desde Asoproa, tenemos contabilizadas actualmente 3.100 ha con una producción cercana a las 14.000 toneladas.

**VF.** ¿Qué papel ha jugado Asoproa en esta evolución?

**CR.** Asoproa se constituyó en 2019 con la finalidad de favorecer la colaboración entre productores de aguacates, unificar criterios productivos y comerciales, y diferenciar el producto local a través de una marca distintiva.

En estos cuatro años, desde la organización hemos proporcionado a nuestros socios toda la formación e información agronómica necesaria para producir aguacates; hemos estudiado variedades; hemos impulsado programas de investigación y promovido la modernización del sector, además de participar en campañas de promoción, publicidad o divulgación.

Esta información agronómica actualizada se ha logrado y transferido a los socios gracias a la puesta en marcha de programas de colaboración con el IVIA, La Mayora, la Universidad Politécnica de Valencia y diferentes empresas privadas.

En estos cuatro años hemos creado una guía de conocimiento en torno al aguacate hasta ahora era inexistente en la Comunitat Valenciana. Nuestra voluntad y empeño es seguir trabajando conjuntamente para mejorar el manejo del cultivo, optimizar recursos, aumentar la productividad... y poder transferir todo este conocimiento a los productores para que el aguacate sea una producción con futuro.

**VF.** En un periodo en el que la falta de lluvias, la sequía, las necesidades de riego son temas de actualidad, ¿cuáles son las necesidades hídricas del aguacate? ¿Es factible su producción en la Comunitat Valenciana con las dotaciones de riego disponibles?

**CR.** En la Comunitat Valenciana, los aguacates se están regando con la misma cantidad de agua que se utiliza en cítricos. En las mismas comunidades de regantes en las que hay cítricos, también hay aguacates, es decir que tienen la misma dotación de agua y funcionan perfectamente.



Celestino Recatalá afirma que los aguacates no necesitan más agua que los cítricos. / ASOPROA



Celestino Recatalá explica que las expectativas para esta campaña de aguacate son positivas en la Comunitat con una producción aceptable. / ASOPROA

**“Un aguacate Lamb Hass recolectado en su debido momento, con un nivel de materia seca apropiado y una adecuada conservación, se comporta igual que el Hass”**

del terreno, etc. la inversión puede suponer entre 10.000 y 12.000 euros por hectárea. Se trata de una inversión importante teniendo en cuenta que hasta el quinto año no se obtiene una cosecha completa para cubrir costes. De todas formas, con una demanda mundial en ascenso y que aún no ha tocado techo, el aguacate es un cultivo que en la Comunitat Valenciana está obteniendo precios dignos a pie de campo.

**VF.** El aguacate es un buen cultivo alternativo, pero ¿alternativo a qué cultivo?

**CR.** En primer lugar hay que tener en cuenta que el aguacate requiere de un clima específico, sin fuertes oscilaciones térmicas, también es exigente en la calidad del agua para riego. Dicho esto, su cultivo puede ser una buena alternativa en zonas cítricas, de kaki... o simplemente una forma de diversificar las explotaciones agrarias. Su producción en la Comunitat Valenciana se extiende desde el norte de Castellón hasta Alicante, pasando por toda la provincia de Valencia.

**VF.** Lamb Hass es la variedad predominante en la Comunitat Valenciana, representando el 60% de la producción total. ¿A qué se debe esta apuesta por esta variedad aún desconocida y con una reputación un tanto cuestionada?

**CR.** Efectivamente, el Lamb Hass es una variedad tardía todavía poco conocida en Europa, y su ‘mala prensa’ se debe a problemas cualitativos en el pasado derivados de sus exigencias en la recolección y conservación, que son diferentes al Hass.

Un aguacate Lamb Hass recolectado en su debido momento, con un nivel de materia apropiado y una adecuada conservación, se comporta igual que el Hass en el lineal y puede llegar en perfectas condiciones cualitativas al consumidor.

La elección del Lamb Hass responde a la necesidad de alargar la campaña nacional ya que esta variedad entra en producción justo después del final del Hass, cubriendo los meses de marzo y abril, antes de la llegada de las producciones de países terceros. En este periodo de transición, y a veces de coincidencia, otro de los aspectos positivos que ofrece esta variedad es su garantía de frescura ante los aguacates procedentes del hemisferio sur; al no pasar más de tres días entre la recolección y su llegada al punto de venta.

**VF.** ¿Cuáles son las bazas del aguacate valenciano para ser un cultivo alternativo con futuro?

**CR.** Además de todo lo comentado anteriormente, uno de los últimos logros ha sido la aprobación de la nueva marca de calidad ‘Aguacates de la Comunitat Valenciana marca CV’. Esta marca de calidad favorecerá la diferenciación de los aguacates valencianos, que garantizan los máximos estándares de aspectos tan importantes como trazabilidad, proximidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad.

**“En estos cuatro años hemos creado una guía de conocimiento en torno al aguacate que hasta ahora era inexistente en la Comunitat Valenciana”**

**“La producción de aguacate en la Comunitat Valenciana sobrepasa las 13.000 toneladas en una superficie de cultivo de 3.100 hectáreas”**

Por lo tanto, desde la Comunitat Valenciana podemos decir que los aguacates no necesitan más agua que los cítricos.

**VF.** El aguacate se ha erigido como un cultivo alternativo en la Comunitat Valenciana, pero ¿cuál es la inversión económica necesaria para su puesta en marcha?

**CR.** Dependiendo de si es necesario el arranque de cultivos antiguos, riego nuevo, movilidad

Otra de las bazas es su potencial de consumo. En los últimos años estas cifras no paran de crecer y su consumo aún no ha tocado techo, y la producción nacional no es suficiente para cubrir la demanda del mercado europeo.

**VF.** ¿Cómo se presenta el futuro para los agricultores que apuestan por el aguacate? ¿Cómo están los ánimos en general teniendo en cuenta las dificultades que atraviesa el sector agrícola en los últimos años?

**CR.** El panorama de futuro del sector hortofrutícola es difícil pero el agricultor que aún se mantiene con su explotación continúa invirtiendo a pesar de las adversidades. Se avecinan grandes cambios tanto en el modelo productivo como en el comercial dentro del mundo hortofrutícola, la clave está en no perder ese horizonte, aunque decirlo es más fácil que hacerlo.

**“Los aguacates valencianos garantizan los máximos estándares de trazabilidad, proximidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad”**

**“El aguacate puede ser una buena alternativa en zonas cítricas, de kaki...o también una forma de diversificar las explotaciones agrarias”**

**VF.** ¿Hay nuevas acciones a la vista en Asoproa para seguir valorizando las producciones autonómicas de aguacate?

**CR.** Una vez aprobada la marca de calidad 'Aguacate de la Comunidad Valenciana', el siguiente paso, de la mano de la Interprofesional del Aguacate, sería alcanzar la marca de calidad "España", con el objetivo de diferenciar en los lineales el producto nacional y autonómico frente al de países terceros.

Las importaciones de aguacate son necesarias para cubrir toda la demanda en Europa, pero también es necesario poner en valor el aguacate de la Comunidad Valenciana y el nacional, para ello la promoción es un aspecto esencial. En el caso de la Comunitat Valenciana, contamos con el apoyo de la conselleria de Agricultura para el acceso a fondos europeos y programas de promoción.

**VF.** ¿Qué podemos avanzar de la campaña 2023-2024 del aguacate de la Comunitat Valenciana?

**CR.** Faltan poco más de dos meses para el inicio de la nueva temporada y, a priori, las expectativas son positivas, con una producción aceptable. Todos los campos en las tres provincias presentan buenas cosechas. Luego, en la parte comercial, resulta más complicado predecir y saber cómo responderá el mercado.

Respecto al año pasado, se espera un aumento considerable de la producción en la Comunitat Valenciana, pero será un dato a confirmar una vez tengamos los aforos.

**VF.** Y ¿cuáles son las previsiones en el resto de España?



La producción nacional no es suficiente para cubrir la demanda creciente de aguacate. / ASOPROA

**CR.** La costa subtropical de Granada-Málaga es la principal zona productora de aguacates a nivel nacional. Este año, se espera una bajada importante de cosecha debido a la sequía. Su evolución dependerá de la resolución de un tema clave como es el agua. Otras zonas en las que el aguacate se está abriendo paso como cultivo alternativo son Huelva y Cádiz. Si bien su evolución productiva es importante, no llega a los niveles ni tiene el ritmo de crecimiento de la Comunitat Valenciana, donde en poco más de cuatro años hemos pasado de 1.000 a 3.100 hectáreas de superficie.

**bonnysa.es**

**BONNYSA**  
Desde 1956

**SABORES EXÓTICOS DE Canarias**

**PAPAYA**  
Sweet and aromatic  
Free-navel

**GROWN IN CANARY ISLANDS TENERIFE**

**INTERNATIONAL TASTE INSTITUTE 2022 BRUSSELS PREMIO SABOR SUPERIOR**

**SABOR DEL AÑO 2023**  
APROBADO  
Producto probado por consumidores

**fruit attraction**  
FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

**03\_05 OCT 2023**

Podrá localizarnos en el **PABELLÓN 3, STAND 3C02**

ÁLVARO PALACIO / Presidente de la Asociación Española de Frutas Tropicales

# “Necesitamos infraestructuras viables y las requerimos ya”

Desde hace unos meses, tal como él mismo señala en la siguiente entrevista, Álvaro Palacio tiene “el honor de ostentar la máxima responsabilidad de la Asociación Española de Frutas Tropicales”. Es uno de los sectores con más proyección si “la Administración actúa con rigor y celeridad y se ponen en marcha las infraestructuras proyectadas, especialmente aquellas relacionadas con el agua”, ese bien tan preciado cuya ausencia está condicionando la viabilidad del sector y de la agricultura nacional.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Cuáles son las cifras de producción y comercialización de tropicales que maneja la Asociación para esta nueva campaña?

**Álvaro Palacio.** La disminución en la producción de mango y aguacate por la durísima sequía que venimos padeciendo, con especial crudeza en Andalucía, va a provocar un descenso importante en la facturación de todos los agentes que conforman la cadena de valor en el sector. Ya hemos sufrido una caída de en torno al 60% en aguacate en la campaña 2022/23; malos datos a los que se unirá la gran caída de volumen en la campaña de mango en la que la caída va a ser, nos tememos, del 80%; al menos en la previsión que manejamos.

**VF.** Además de mango y aguacate, ¿qué otras frutas tropicales tienen su peso dentro del sector nacional?

**AP.** Hay que destacar la chirimoya, que en la Costa Tropical de Granada es vital. De hecho, esta provincia es el mayor productor mundial de una materia prima muy apreciada y cuya producción en años de cosechas óptimas y, casi en exclusiva, en esta comarca, puede superar las 50.000 toneladas. Se considera un producto único y con un gran valor añadido en la cadena de comercialización.

**VF.** ¿Cómo definiría la evolución productiva y comercial de frutas tropicales en estos últimos años?

**AP.** Por desgracia, de nuevo debemos remarcar que las circunstancias climáticas extremas que venimos padeciendo, con un déficit hídrico casi sin precedentes están afectando tanto a la producción como a la cadena de comercialización. Es evidente que, si seguimos con estos problemas, el sector, que es clave en la economía lo-



Según afirma Palacio, la sequía ha hecho mella en un sector que vive por y para la agricultura. / ASO. ESP. TROPICALES

cal, provincial y regional, va a sufrir. Y hablamos de renta de familias de agricultores, puestos de trabajo y otras consecuencias nefastas.

**VF.** Hoy por hoy, ¿son cultivos rentables y una buena alternativa frente a otras producciones?

**AP.** Si tuviéramos los recursos hídricos que se vienen demandando desde hace años, y que podrían lograrse si se llevaran a efecto ya y sin demoras las infraestructuras hídricas proyectadas y prometidas por las administraciones, desde luego que sí. Hablamos de cadenas de producción con la mejor evolución en términos de volumen-rentabilidad.

**VF.** ¿Son producciones con buena salida fuera de España? ¿Qué porcentaje representa la exportación?

**AP.** Tenemos una zona de producción única en Europa donde cultivamos las mejores frutas tropicales; con una calidad única e incomparable por

**“Es indispensable que la administración actúe con rigor y celeridad, que pongan medios y agilicen las infraestructuras proyectadas y que son viables”**

las características climáticas —en condiciones normales— de esta zona. La demanda mundial es creciente porque además los medios de producción son muy cuidadosos y rigurosos. Aunque no sólo podemos hablar de nuestra zona... El sector primario en general es importantísimo en España, donde su profesionalización, las buenas prácticas productivas y la evolución técnica alcanzada, la hacen un país productor de primer orden. Por eso se debe apoyar a los agricultores con medidas urgentes. Lo hemos visto estos días en la Cumbre de Ministros de Agricultura que ha tenido lugar en Córdoba. Si no lo hacemos, perderemos el camino recorrido durante años y, al menos, dos generaciones. Tenemos

que tener claro que somos la despena de Europa.

**VF.** ¿Cuáles son los frentes abiertos con los que tienen que lidiar ahora mismo los productores y comercializadores de tropicales en España?

**AP.** Como he comentado anteriormente, es indispensable que la Administración actúe con rigor y celeridad. Que pongan medios sobre la mesa y agilicen las infraestructuras proyectadas y que son viables. Especialmente en relación al agua. Deben poner en marcha todos los recursos disponibles para poder salvar la agricultura en España. Si no lo hacen, lo lamentaremos. Estamos ya sin tiempo.

**VF.** Ante el escenario descrito, ¿cómo llegan los agricultores a

**“Hay familias de agricultores que están perdiendo no solo sus ingresos, sino el patrimonio que, en muchos casos, era fruto de generaciones”**

la nueva campaña? ¿Cómo están los ánimos?

**AP.** La campaña se presenta complicada. La sequía ha hecho mella en un sector que vive por y para la agricultura. Hablamos de familias de agricultores que están perdiendo no sólo sus ingresos, sino el patrimonio que, en muchos casos, era fruto de generaciones que habían trabajado duramente para poner en marcha fincas que a día de hoy se están perdiendo o se han perdido. Así de grave y cruda es ya la situación.

**VF.** ¿Cuáles son las claves de futuro de este sector?

**AP.** Necesitamos infraestructuras y las requerimos ya. Lo acabo de decir e insisto. No hay tiempo. Podríamos contar con los recursos de agua que necesitamos en poco tiempo. Los tenemos delante; en el Mediterráneo. Si lo miramos bien y ponemos los recursos, es el pantano más importante a nuestro alcance. Creo que la construcción de desaladoras en la cuenca mediterránea podría dar la solución que todos estamos demandado.

También hay otras, como la comunicación de cuencas, las aguas terciarias y muchas medidas que se han puesto sobre la mesa en la última década y que la Administración no ha aplicado. Ahora vemos los resultados. En Granada, la presa de Rules, que tiene bastante agua ahora mismo, incluso en esta situación de sequía; lleva dos décadas sin la acometida necesaria para su aprovechar su caudal para riego. Estos son los hechos delirantes que no podemos soportar más.

**VF.** Hablando de la Asociación Española de Frutas Tropicales, ¿cuál es su función y operatividad?

**AP.** Desde hace unos meses, tengo el honor de ostentar la máxima responsabilidad de esta organización. Represento a una asociación, a un colectivo muy importante y auténtico, pero no sólo hablo como presidente, sino como un agricultor más al que le duele su tierra. Ojalá entre todos los agricultores de España pongamos voz al derecho que por naturaleza nos pertenece: agua.

## Citrosol presentará en el Global Tropicals Congress sus soluciones para tropicales

La firma valenciana presentará sus soluciones innovadoras para reducir la pérdida postcosecha en aguacate y lima

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

En el marco de la primera edición del Global Tropicals Congress, el próximo jueves 14 de septiembre en La Haya (Países Bajos), Citrosol, empresa líder en soluciones postcosecha, presentará sus productos y tecnologías más avanzadas para

mitigar las pérdidas en la postcosecha de aguacates y limas. Este congreso internacional, organizado por Fruitnet en cooperación con Fruit Logistica, se presenta como una plataforma promocional para proveedores del sector que reunirá a expertos, empresas y líderes de la

industria para abordar temas cruciales relacionados con la cadena de valor de frutos tropicales y exóticos.

Será el Dr. Benito Orihuel, destacado experto en tecnología postcosecha de Citrosol, quien encabezará la presentación durante el congreso titulada

*“Minimizing losses in avocados (and limes), increasing profits and sustainability”.*

La ponencia se centrará en la problemática de una importante pérdida oculta, a menudo subestimada, que tiene lugar en la cadena de valor del aguacate: la pérdida de peso.

Dado que el aguacate es un fruto tropical que puede pasar hasta 45 días desde la recolección hasta llegar al lugar de destino, las pérdidas de peso pueden representar entre un 5% y un 10% de su peso inicial. Citrosol abordará este problema con su innovador recubrimiento vegetal PlantSeal® Tropicals, que ha demostrado reducir estas pérdidas ocultas en aproximadamente un 50%. Además de la reducción de pérdida de

peso, el recubrimiento PlantSeal® Tropicals también ayuda a minimizar el desarrollo de necrosis en la pulpa, un problema común relacionado con el daño por frío en aguacates.

Se presentarán también datos industriales que explican el éxito comercial a nivel internacional de la firma valenciana con el sistema Citrocide® AVO en el control del moho peduncular del aguacate.

Y, en última instancia, la presentación también destacará la aplicación de los recubrimientos PlantSeal® en limas, que ayuda a reducir la velocidad del envejecimiento y controlar el moho peduncular y los podridos en este fruto, mejorando así su calidad y aumentando su tiempo de almacenamiento.





## Disminuye la producción de mango y de aguacate a causa de la sequía

UPA cifra en un 85% menos la producción de mango por la sequía y en un 60% menos la de aguacate

► EFEAGRO.

La Unión de Pequeños Agricultores (UPA) en Málaga cuantifica en un 85% menos la producción de mango en la comarca de la Axarquía debido a la falta de agua para el riego respecto a la del año pasado y en un 60% menos la de aguacate.

El secretario general de UPA Málaga, Francisco Moscoso, señalaba que a los productores ya no les salen las cuentas y que lo que hace años se vio como una perfecta alternativa al olivar y un complemento para la renta agraria, sobre todo en la Axarquía, "se ha convertido en un cultivo sin presente ni futuro lastreado por la sequía".

La realidad, según Moscoso, es que los agricultores se ven obligados a abandonar las explotaciones debido a la falta de rentabilidad.

La extrema sequía, a la que además se unen las continuas restricciones de agua para el riego, con el problema añadido de la falta de condiciones para el riego de las aguas regeneradas, se suman a la falta de un precio justo en origen y hacen que el mango y el aguacate hayan dejado de ser rentables para el agricultor.

Ante tal escenario, el secretario general de UPA Málaga ha calificado la situación de los productores como muy preocupante, ya que la sequía acrecienta la falta de cosecha y en esta campaña habrá pérdidas millonarias por la drástica disminución productiva.

"El mayor problema que tenemos ahora mismo es que las aguas regeneradas que se están utilizando para regar los cultivos no salen con las condiciones más óptimas".

Moscoso ha explicado que poco a poco van entrando más recursos procedentes de las depuradoras de Vélez-Málaga y Torrox, mientras que esperan que las obras de la depuradora de aguas residuales de Rincón de la Victoria terminen lo antes posible para su aprovechamiento.

Se aportan algo más de 300.000 metros cúbicos al

mes en verano desde Vélez y 65.000 desde Torrox que riegan unas 3.500 hectáreas.

### ■ MÁS PRODUCTO DE FUERA

A pesar de que tanto el mango como el aguacate tienen una magnífica calidad, al haber poca cosecha llegará producto de fuera y eso les perjudica "notablemente".

"Estamos cansados de denunciar los precios irrisorios que cobramos por estos productos, que han pasado de ser estrellas a estrellados. Es cierto que, al principio

de agosto, el mango lo han pagado bien, sobre los 2 euros, pero conforme se va acercando septiembre ya tenemos la media entre 1,40 y 1,50 euros", destacaba Moscoso.

Lamenta que en septiembre el precio seguirá bajando mientras que "en el lineal encontraremos el mango a precios que casi cuadruplican lo que nos pagan a los agricultores".

UPA se ha quejado de que la Ley de la Cadena Alimentaria "no se cumple" en el sector de los productos subtropicales y resalta que sólo con la puesta en marcha de la legislación que existe se podría solucionar este grave problema de abusos en los precios en origen.

La organización agraria ha pedido garantizar un precio digno por encima de los costes de producción porque, si no es así, "el campo no será atractivo para los jóvenes y no se producirá el ansiado relevo generacional".

UPA ha asegurado que esa situación junto a la sequía, hace que los productores no vean rentabilidad y dejen de cultivar mangos y aguacates, con lo que los consumidores se encontrarán productos extranjeros, procedentes de terceros países, con menos calidad y a precio muy por encima del razonable.

Como consecuencia, ha advertido de que perderá el medio rural y los pueblos se irán despoblando poco a poco ante el cierre de explotaciones.

ANTONIO RODRÍGUEZ ANTEQUERA / Presidente de la DOP Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga

## "La chirimoya DOP es un cultivo que da seguridad y garantía de rentabilidad al agricultor"

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

La chirimoya es un cultivo muy arraigado en la costa tropical granadina y malagueña que cuenta con una denominación de origen protegida oficializada en marzo de 2010. Desde su consejo regulador, el nuevo presidente, Antonio Rodríguez Antequera pone en valor esta fruta tropical, muy apreciada por el consumidor nacional y con gran proyección en los mercados europeos.

Valencia Fruits. ¿Qué peso tiene la chirimoya en la Costa Tropical de Granada-Málaga?

Antonio Rodríguez. El cultivo de la chirimoya abarca en la actualidad 2.900 hectáreas en la provincia de Granada (Costa Tropical de Granada) y 10 ha en la provincia de Málaga (Comarca de la Axarquía) según datos de Eysrice-Encuesta Nacional de Superficies y Rendimientos de Cultivos en 2020.

La evolución del cultivo de la chirimoya ya sido dispar entre las dos provincias, mientras que en la Costa Tropical de Granada se ha mantenido en la banda de los 2.900-3.050 hectáreas en los últimos 30 años, en la costa malagueña prácticamente ha desaparecido, con menos de 10 hectáreas amparadas por la DOP.

Se trata de un cultivo tradicional con una historia que contar en el sector hortofrutícola, muy consolidado y arraigado en el sector agrícola de la Costa Tropical de Granada.

La tecnificación del cultivo en los últimos 25 años, basada en una ampliación de las fechas de recolección desde septiembre hasta mayo, gracias a la polinización controlada y a técnicas de poda y súper-poda, ha permitido que la producción de chirimoya aumente en la comarca de la Costa Tropical de Granada, desde las 35.000 toneladas de finales de 1990 a casi 50.000 toneladas en 2023.

VF. ¿Cuál es la representatividad de la DOP Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga? ¿Cuántas hectáreas y toneladas tienen certificadas?

AR. De acuerdo a la última estadística de la DOP Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga presentada al MAPA de la campaña 2022, la superficie inscrita es de 81,12 hectáreas de chirimoya junto a dos almacenes: Frutas Los Cursos SL en Almuñécar y Agrojetete SL en Jete.

El año pasado, la producción de chirimoya de las plantaciones inscritas alcanzó las 1.011,61 toneladas, de las cuales se certificaron bajo el sello de la DOP 778,69 t, con un precio medio de venta en origen de 2,62 €/Kg.

VF. ¿Qué supone para un productor de chirimoya apostar por la DOP?

AR. La chirimoya DOP es un producto consolidado en los mercados. Es considerado por los operadores y por el consumidor final como un producto de calidad, gracias a una morfología de fruta cuidada, sin roces en la piel ni manchas, una recolección en su punto óptimo, con unos niveles



Antonio Rodríguez (a la derecha) junto a José Antonio Vallejo, vicepresidente de la DOP Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga. / DOP CHIRIMOYA

"La chirimoya DOP es un producto consolidado en los mercados. Es considerado por los operadores y el consumidor final como un producto de calidad"

de azúcares garantizados (más de 17° Brix) y óptimas condiciones de conservación-refrigeración.

Como resultado, el agricultor acogido a la DOP consigue precios superiores por la fruta que la media que liquida el sector. En la última campaña, el precio medio fue de 2,62 /Kg.

VF. Frente a otras frutas como el aguacate y el mango, ¿qué evolución presenta la chirimoya?

AR. La chirimoya DOP es un cultivo que da seguridad y garantía de rentabilidad al agricultor; unos precio medios garantizados entre 2,5-3,0 €/Kg sobre unos rendimientos medios de cosecha de unos 15.000 Kg/h distribuidos en 9 meses de cosecha (septiembre-junio) con más de cinco recolecciones consecutivas en ese periodo, lo que reduce el riesgo de pérdidas de cosecha por heladas, pedrisco u otras inclemencias climatológicas o de mercado. Los cultivos de aguacate y mango en cambio, son muy estacionales, en pocos meses se obtiene toda la cosecha del año. En este sentido cualquier riesgo climático o de mercado es mucho mayor.

VF. ¿Cómo se presenta la campaña 2023-2024 marcada por la sequía en producción y comercialización?

AR. La sequía ha afectado a todos los cultivos, especialmente a los más exigentes como el aguacate. La chirimoya, al ser un cultivo de ciclo largo (8-10 meses) y muy adaptado a la zona con la variedad autóctona Fino de Jete, permite un mayor margen de maniobra sobre el estado hídrico del suelo, aunque las condiciones de estrés hídrico y altas temperaturas en los meses de verano han influido en el adelanto que presenta la cosecha este año.

VF. ¿Cuál es la salida comercial de la Chirimoya DOP? ¿Qué peso tienen el mercado nacional y la exportación?

AR. En la campaña 2022/23, el volumen de comercialización

de chirimoya DOP alcanzó las 778,69 toneladas, de las cuales 603 t de distribuyeron en el mercado nacional y 175 t de exportaron en países europeos como Alemania, Bélgica, Francia, Holanda, Reino Unido y Suecia.

La tendencia al mercado comunitario es creciente, las ventas fuera de España se han duplicado en los últimos 10 años. El consumo de la chirimoya entre los europeos se debe a los inmigrantes, sobre todo árabes y sudamericanos.

VF. El actual consejo rector, operativo desde enero 2023, se ha marcado como objetivo aumentar las hectáreas certificadas. ¿Hay buenas perspectivas?

AR. El objetivo es captar nuevos agricultores y nuevos almacenes de manipulación-comercialización que quieran acogerse a la DOP, para lo cual el Consejo Regulador tiene previsto realizar en la zona presentaciones, charlas de concienciación y presentaciones públicas. Para ello contamos con el apoyo del Ayuntamiento de Almuñécar y Jete, los dos municipios con mayor superficie de chirimoya de la zona.

VF. ¿Qué acciones de promoción han preparado para la nueva temporada?

AR. Coincidiendo con el inicio del otoño, durante el mes de septiembre, la DOP Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga ha programado degustaciones en diferentes mercados municipales de Barcelona con el objetivo de invitar a degustar esta chirimoya a los compradores y potenciar su consumo directamente en fresco, pero también a través de nuevas elaboraciones gastronómicas, para ello, el Consejo Regulador ha editado un recetario, que se entregará durante la promoción, con una docena de innovadoras preparaciones culinarias diseñadas por chefs de prestigio a nivel nacional.

Similar campaña de promoción se realizará en Madrid en la Escuela Superior de Hostelería y Turismo y en mercados municipales de la capital durante el mes de octubre.

También se realizará un concurso de postres de chirimoya entre los profesionales de la restauración, heladeros y reposteros locales de la Costa Tropical de Granada, el fin del semana del 18 y 19 de noviembre en el municipio de Jete.

ARMANDO PÉREZ / Responsable de Tropicales de Anecoop

# “La sequía y las altas temperaturas han afectado a la producción de aguacate”

Mango, aguacate, papaya, chirimoya, pitaya, granada... El grupo Anecoop lleva en el mundo de los tropicales desde 2012, año en el que lanzó 'Bouquet Exotic'. El responsable de tropicales, Armando Pérez, explica que en esta campaña se esperan incrementos en la producción de papaya (un 40%), pitaya (un 25%) y granada (un 10%). Sin embargo, el aguacate no corre la misma suerte, pues sufrirá una merma, que ya se evidenció en la anterior campaña, por la sequía y las altas temperaturas que se han dado sobre todo en la zona de Málaga, provincia que concentra el 90% de la producción.

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Cuándo comenzó Anecoop a trabajar con tropicales? ¿A qué se debió esta apuesta?

**Armando Pérez.** Anecoop lleva en el sector de los tropicales desde 2012. Tomando como referencia nuestra marca insignia, “Bouquet”, en 2012 decidimos crear ‘Bouquet Exotic’, donde entraron los exóticos clásicos como el aguacate, mango, papaya, chirimoya y pitaya. También formaron parte algunos productos que para nosotros no son tan exóticos, pero que para la distribución europea sí lo son, como la granada, el higo, o el kumquat, frutas de pequeño volumen y que presentan una mayor especialidad.

El proyecto tuvo su origen en la granada. Anecoop tiene un doble papel, por un lado, el papel comercializador de la fruta de nuestros socios y, por otro lado, el papel organizador de la producción. Anecoop cuenta con 73 cooperativas y empresas socias, de las cuales 28 producen granada y surgió una necesidad: concentrar la fruta de esas cooperativas en solo seis almacenes para no hacer un multiplicado de oferta, es decir, especializar



Pérez explica que el aguacate es un producto versátil y polivalente. / ANECOOP

los almacenes y concentrar la producción.

También nos encargamos de poner orden a nivel varietal y

lo que hizo Anecoop fue definir las variedades comerciales. Nos adentramos en variedades con *royalty*, de manera que Anecoop

paga por ellas, y las cooperativas comercializan la fruta con nosotros.

**VF.** ¿Cuáles son las principales zonas de producción de tropicales que cubre Anecoop?

**AP.** Todo el arco mediterráneo, desde Andalucía (Málaga, Granada, Almería), hasta la zona de Murcia y la Comunidad Valenciana (Valencia, Alicante, Castellón). En papaya las zonas engloban, sobre todo, Almería, Murcia y Canarias. En aguacate el 90% de la producción se concentra en Málaga, pero ya estamos apostando por zonas alternativas como Valencia, Castellón, Huelva y Almería.

**VF.** ¿Cuál es el balance que realiza de la anterior campaña de tropicales?

**AP.** El balance de la anterior campaña fue generalmente bueno. El año pasado Anecoop tuvo un incremento del 25% en volumen y un 30% de facturación, así que la campaña fue realmente buena.

**VF.** ¿Y respecto a las previsiones para esta campaña?

**AP.** En esta campaña seguimos avanzando por el buen camino en la mayoría de tropicales. Por ejemplo, en granada, incrementamos un 10% la producción;

en papaya pegamos un gran salto con un incremento del 40%; y en pitaya aumentamos un 25%. Sin embargo, respecto al aguacate, este año había un 40% de una cosecha normal, por lo que ha habido una merma importante. Y hay que tener en cuenta que el aguacate es uno de los productos que en facturación y en volumen pesa mucho.

**VF.** ¿De qué manera ha influido la sequía en la producción?

**AP.** La sequía y las altas temperaturas han afectado, sobre todo, a la producción de aguacate. Teniendo en cuenta que el 90% se produce en la provincia de Málaga, donde el calor ha sido incesante y, además, sufren la falta de recursos hídricos, desde Anecoop se están buscando zonas alternativas como Almería, Huelva o Valencia, de manera que se diversifique la producción. Esta va a ser la segunda campaña con baja producción de aguacate y por ello hay que empezar a buscar nuevas zonas.

**VF.** Y hablando de aguacate... existe una tendencia en los últimos años hacia un mayor consumo de aguacate por parte de la sociedad, ¿a qué cree que es esto debido?

**AP.** El aguacate es diferente al resto de tropicales. A nivel gastronómico es un producto muy versátil y polivalente que se puede comer solo, para untar en guacamole, en salsas, ensaladas, etc. Se utiliza como un ingrediente más, a diferencia del resto de tropicales que se comen solos como por ejemplo la papaya, la chirimoya, el mango, etc.

**VF.** En materia de V gama de tropicales, ¿cómo han funcionado los diferentes productos de Anecoop?

**AP.** Janus Fruit es la empresa de V gama de Anecoop y ya hemos presentado algunos productos que tuvieron buena acogida en el mercado, como por ejemplo el brocomole (elaborado en un 97% con brócoli y aguacate frescos) que salió a la luz el año pasado y fue el único producto español nominado al Fruit Logistics Innovation Award 2023. Y este año presentaremos más novedades en este segmento.

## Soluciones postcosecha para tropicales

► AGROFRESH.

Uno de los objetivos de AgroFresh es mejorar la calidad de las frutas y verduras en cada etapa, ayudando a reducir el desperdicio de alimentos en todo el mundo. El catálogo de soluciones favorece la mejora de la calidad de una gran variedad de frutas, desde manzanas o cítricos hasta frutas tropicales como el aguacate, el mango o la papaya. Para estas últimas, AgroFresh ofrece una amplia gama de soluciones, como recubrimientos, soluciones fúngicas, sistemas para líneas, sistemas para cámaras, así como una plataforma digital.

VitaFresh™ Botanicals son recubrimientos comestibles vegetales que aportan beneficios para centrales hortofrutícolas, la distribución y consumidores. VitaFresh™ Botanicals Life Select es el recubrimiento ideal para el aguacate, ya que ayuda a ampliar la vida útil de la fruta en las etapas de listo para comer (*ready to*

*eat*) y listo para comprar (*ready to buy*), mejorando la apariencia general y reduciendo el desperdicio en un 50%.

Esta solución, desarrollada a partir de la hoja de palma del árbol de carnauba, está certificada como vegana por la UVE. Los ingredientes de VitaFresh Botanicals Life Select se obtienen de forma sostenible y la solución se fabrica siguiendo la normativa de Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001. Esta fórmula también ha recibido la certificación ecológica del CAEE, según el REGLAMENTO (UE) 2018/848 sobre producción ecológica, y está incluida en la lista OMRI. Además, sus envases son reutilizables.

La excelente cobertura, con bajas tasas de aplicación, ofrece una mejor eficiencia en costes y proporciona a la distribución la posibilidad de comercializar los productos frescos con mejor calidad, utilizando reclamos amigables para el consumidor

y reduciendo el desperdicio de alimentos.

FreshCloud™ es la plataforma digital integrada que ayuda a mejorar la calidad y la rentabilidad con una planificación y toma de decisiones más seguras, facilitando que los datos sean accesibles y procesables donde y cuando quieras. Esta plataforma permite su completa personalización según las necesidades únicas de cada cultivo.

Westfalia Fruit es una multinacional especializada en el suministro de fruta fresca, destacando su presencia en el cultivo de aguacates. Cuenta con plantaciones en México, Chile, Perú, Colombia, California y el Sur de África. Su compromiso con la investigación e innovación ha motivado la implementación de FreshCloud en Estados Unidos. Ryan Larkan, director de seguridad alimentaria y cumplimiento en Westfalia, indica que confía en FreshCloud “porque se



VitaFresh™ Botanicals Life Select: el recubrimiento ideal para aguacate. / AGROFRESH

adapta a nosotros y no al revés, haciendo que el proceso sea mucho más fácil de implementar”. Además, resalta que “antes de conocer FreshCloud, tenía que escribir a mano todo el proceso, lo que dificultaba analizar la temporada o el rendimiento de cada productor”.

Ahora, el equipo de Larkan puede crear PDFs con todos los datos recogidos y entregárselo a los proveedores, ver dónde han tenido problemas o cómo han actuado, lo que facilita su objetivo de conseguir que la fruta llegue firme y con la misma calidad al cliente.

FreshCloud facilita a Westfalia el control del proceso de

su producción, desde la cosecha hasta el almacenamiento, gracias al uso de datos en tiempo real, recogida de fotografías y análisis accesibles y procesables desde diversos dispositivos como tabletas u ordenadores.

AgroFresh opera en siete centros de innovación, ubicados en cuatro continentes y en regiones clave para el cultivo de frutas y aporta un valor diferencial al ofrecer una amplia cartera de soluciones postcosecha, una gama completa de equipos, un apoyo personalizado para la resolución de problemas y un modelo de servicio de alto nivel, todo ello con el fin de ofrecer la mayor confianza a los clientes y en la industria.

JORGE IGNACIO BROTONS / Director Comercial de Bonnysa

# “Las frutas permiten hacer viajar a nuestros paladares”

“Bonnysa ha desarrollado un microclima específico que reproduce las condiciones de luz, temperatura y humedad de los países tropicales” estas son las claves que el director Comercial de la marca, Jorge I. Brotons, descubre para justificar cómo obtienen y ponen en la mesa del consumidor frutas como el plátano, la pitahaya o la papaya, entre otras. Una forma sostenible de producir productos con sabores exóticos y máxima calidad que nos trasladan, al menos sensorialmente, a lejanos puntos del planeta.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Dentro de la oferta e Bonnysa destacan las frutas tropicales y exóticas, ¿qué productos de esta categoría incluye la marca en su catálogo?

**Jorge Ignacio Brotons.** Al tradicional plátano de Canarias que cultivamos desde hace décadas, sumamos hace años también la papaya y recientemente la incorporación de la pitahaya. La papaya es especialmente uno de los productos que estamos dando un mayor impulso debido al reconocimiento de su sabor y propiedades por el consumidor europeo. Dentro del clima subtropical de Tenerife, Bonnysa ha desarrollado un microclima específico que reproduce las condiciones de luz, temperatura y humedad de los países tropicales y, por tanto, obtenemos un fruto de gran sabor, con calidad premium y mucho más sostenible que el que viene de ultramar.

**VF.** Algunos de estos productos son nuevos para el consumidor español, ¿qué acogida están teniendo?

**JIB.** El consumidor ya ha incorporado a la cesta de la compra los tropicales dentro de sus habituales. Se buscan sabores nuevos y exóticos a la par que nuevas tendencias de consumo. Hace algunos años, productos como el aguacate no eran conocidos por el consumidor y ahora hay una muy alta demanda. Siguiendo esta senda productos como el mango, la pitahaya, la jackfruit o la papaya han llegado a las mesas de los consumidores para quedarse.

**VF.** Bonnysa, en su línea de marca innovadora, hace llegar estos productos al consumidor español, ¿trabajan solo con el producto en fresco o hay otras presentaciones?

**JIB.** Al español y a toda la UE. Nosotros lo llevamos todo al



Jorge Ignacio Brotons. / BONNYSA

fresco porque es nuestra alma, y en los productos que hacemos de IV y V gama seguimos el mismo esquema, siempre frescos y naturales. En el caso de los tropicales apostamos por el sabor original y auténtico que otras presentaciones no ofrecen. Además, hemos sido capaces de producir durante los 12 meses del año, por tanto, preferimos potenciar lo auténtico.

**VF.** ¿Cómo se concreta el compromiso de Bonnysa con la sostenibilidad en estos productos?

**JIB.** En muchos sentidos dentro de nuestro plan de sostenibilidad hasta 2027, en Bonnysa pensamos en la sostenibilidad de manera global tanto en produc-

ción, operaciones como en post uso. Tenemos un completo sistema de recogida de aguas pluviales, que junto con la reutilización y un riego hidropónico nos permiten ser muy eficientes en el uso de este recurso y además autoabastecemos en un 37%. Además, contamos con plantas fotovoltaicas para la producción de energía en nuestros procesos que además nos permiten bajar considerablemente la huella de carbono. En otro sentido, la empresa cuenta con sumideros de carbono para minimizar el impacto de nuestras operaciones. En los packaging también hemos profundizado y hoy todos nuestros envases son 100% reci-

“Al introducir este tipo de frutas hay que hacer un especial esfuerzo en comunicar sus propiedades y su sabor diferente”

“Es parte de nuestro ADN explorar continuamente nuevas posibilidades, tanto a nivel de nuevas frutas, nuevas variedades o nuevos productos”

clables. Los de cartón contienen el sello FSC y tintas vegetales, y en cuanto a los plásticos disponemos de los primeros envases en bio basado que no proceden de fuentes fósiles.

**VF.** ¿Cómo reciben los consumidores productos que están lejos de ser una commodity?

**JIB.** Si bien es cierto no son una commodity aún, sí que están presentes cada vez más en los hogares. Esto se consigue de varias formas, primero el consumidor es receptivo en cuanto a propuestas novedosas, después ofreciendo un producto de alto valor gustativo con aromas y sabor y después informándole de los beneficios nutricionales que ofrecen estos productos. Alineando todos estos elementos tenemos un producto con muchas posibilidades de seguir seduciendo los paladares y progresando en la inclusión en la cesta de la compra.

**VF.** ¿Están dispuestos a pagar un poco más por sabores y experiencias diferentes?

**JIB.** Sin ninguna duda, pero para ello debes ser constante, reconocible y distintivo en cuanto a calidad. Volviendo al ejemplo de la papaya, cuando el consumidor prueba un producto de sabor premium nota la diferencia, además, reconoce el valor añadido que tiene este producto y, por tanto, repite su compra. Los clientes son selectivos en aquello que invierten su dinero, y si algo les gusta y supera sus expectativas, con unos precios razonables, lo compran.

**VF.** ¿Qué cualidades destacarían de la pitahaya?

**JIB.** La pitahaya es un gran producto que reúne dos cualidades. La primera su sugerente aspecto visual y de colorido, especialmente la pitahaya de carne rosa. La segunda son las propiedades nutricionales que se están descubriendo y que en los últimos estudios la destacan como un poderoso aliado en la prevención de algunas enfermedades, así como un aliado para el aparato digestivo.

**VF.** También la papaya, el dátil o algo tan introducido en nuestra cultura como el plátano son frutas excepcionales, ¿qué características definen a estos productos?

**JIB.** El sabor exótico. Las frutas nos permiten hacer viajar a nuestros paladares y sensorialmente ofrecer alternativas. Al introducir este tipo de frutas hay que hacer un especial esfuerzo en comunicar sus propiedades y su sabor diferente. España se está posicionando como la huerta del mundo porque nuestra experiencia y climatología está haciendo posible que se cultiven productos no autóctonos con resultados excelentes. Todo ello siendo más sostenibles puesto que los productos no tienen que viajar miles de kilómetros.

**VF.** ¿Tienen previsto ampliar su catálogo?

**JIB.** Es parte de nuestro ADN explorar continuamente nuevas posibilidades, tanto a nivel de nuevas frutas, nuevas variedades o nuevos productos. Cada año vamos testando posibilidades y dentro de nuestra estrategia de especialización nos mantenemos actualizados.

La IV y V gama son los productos donde mayores novedades vamos incorporando, por un lado, conociendo las tendencias y proponiendo productos y formas de consumo y, por otro lado, aportando todo nuestro know how como agricultores, trasladando sabor y comodidad al consumidor.

## OPINIÓN

# La dimensión internacional del mango de México y Latinoamérica

La Unión Europea es, sin lugar a dudas, uno de los mercados de mayor importancia para el mango de México y Latinoamérica junto al mercado norteamericano, que es el más importante actualmente.

Países productores como México, Perú, Brasil, Ecuador o Guatemala exportan sus mangos tanto al mercado de Estados Unidos como al Viejo Continente, aunque debido a las dificultades logísticas, se hace más difícil exportar al mercado europeo.

Pero además de la necesidad de optimizar la logística, también es muy importante que exista una buena promoción, comunicación y marketing, tres parámetros que apenas se aplican en el mango en la Unión Europea, a diferencia del mercado norteamericano, que cuenta con una gran herramienta como es La National Mango Board (NMB).

La NMB es una gran organización que impulsa la promoción del mango en Estados Unidos, trabaja en su promoción y el marketing de este superali-

mento, además de impulsar un capítulo trascendental como es la investigación.

Sería muy importante que Europa contase con una organización semejante o parecida a la National Mango Board, pero lamentablemente no es así.

Actualmente, México y Latinoamérica exportan menos de un 3 por ciento de sus mangos al continente europeo. A pesar de la política de globalización que caracteriza a la Unión Europea, se hace vital trabajar para impulsar el consumo de los mangos de los citados países entre

los consumidores europeos. Los miembros de la industria lo tienen muy claro: promoción, comunicación y marketing son las tres claves para incrementar el consumo de mangos en la zona euro.

Es evidente que no se viven tiempos fáciles con una inflación elevada y una economía con muchos altibajos, pero sin duda alguna, con trabajo y esfuerzo, el mango seguirá siendo un alimento importantísimo y de moda en la cesta de los consumidores, tanto en Estados Unidos, como en la UE.



Por FRANCISCO SEVA (\*)

Profesionalización, internacionalización, calidad, seguridad alimentaria, promoción, comunicación y marketing, unido a investigación, serán las claves del éxito de la industria del mango en el ámbito internacional en los próximos años.

(\*) Periodista agroalimentario internacional

ENRIQUE COLILLES / Director General de Trops

# “El mango es una fruta extraordinaria con un gran futuro por delante”

Enrique Colilles comparte su perspectiva sobre la actualidad y el futuro del mango en España desde la experiencia de Trops, que introdujo en nuestro país esta fruta tan apreciada por su sabor hace más de 30 años. Los agricultores de Trops producen hoy más de la mitad del mango español. Colilles ofrece una visión detallada de los desafíos y oportunidades que enfrenta la industria, así como la firme determinación de Trops de posicionar el mango como un componente esencial en la dieta española. Una marca líder que se esfuerza constantemente por ofrecer calidad y sabor a los consumidores, mientras explora la posibilidad de proporcionar mango durante todo el año.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Los productos de Trops llegan al consumidor español un año más a través de grandes campañas de comunicación. ¿Qué canales están incluidos en esta campaña y qué resultados esperan en cuanto al conocimiento y penetración del producto en los hogares españoles?

**Enrique Colilles.** Para nosotros los canales más importantes y que nos dan más notoriedad de cara al consumidor son, principalmente, la televisión, redes sociales y vallas en mercados mayoristas. Queremos que los consumidores conozcan que hay marcas en fruta que les aseguran la calidad. En nuestro caso tenemos unos productos muy diferentes: el aguacate y el mango. El aguacate, que es considerado un superalimento, se ha vuelto indispensable en muchos hogares que lo han incluido en su dieta y lo consumen a diario. La principal dificultad que enfrentan los consumidores es elegir uno en el punto de madurez adecuado, algo que a veces es imposible intuir desde fuera. Hemos estado trabajando en investigar cómo manejar el aguacate para garantizar que siempre esté en su punto. Los años en televisión nos han servido para alcanzar un reconocimiento de marca muy importante al tiempo que se consolida la demanda. Estamos muy satisfechos.

Si hablamos de mango es una fruta menos conocida. Es una fruta dulce, de placer. Es muy saludable, pero destaca el momento de placer de cuando uno lo consume. Por eso debe estar recolectado en su punto óptimo, algo que nosotros hacemos. Es un mango más mango. Y ese mensaje está llegando. De hecho, ya estamos viendo un aumento en su reconocimiento de marca y demanda.

**VF.** ¿Considera que el mango está introducido en la cesta de la compra o necesita una mayor promoción para llegar al consumidor?

**EC.** El mango aún necesita una mayor penetración en el consumidor español. El mango bueno bueno, además, sólo lo tenemos dos meses al año, septiembre y octubre, con suerte desde mediados de agosto hasta principios de noviembre. Al estar fuera de los lineales más de ocho meses, tenemos que hacer comunicación de campaña de



Enrique Colilles explica que el mango aún necesita una mayor penetración en el consumidor español. / TROPS

mango español, del mango de Málaga. Estamos trabajando en mejorar la producción durante todo el año para facilitar su consumo y que el consumidor lo introduzca en su dieta habitual.

**VF.** ¿Cuál es el calendario de producción del mango de Trops?

**EC.** Como comentaba, nuestra producción de mango dura desde agosto hasta finales de octubre o principios de noviembre.



Colilles afirma que va a haber muy buena calidad y baja producción. / TROPS

Una campaña como esta, que va a ser muy corta de producción, prácticamente no va a llegar a octubre.

El esfuerzo de Trops en comunicar que el mango puede estar muy bueno y que quien lo prueba se enamora abre una oportunidad a que el resto del año se abra el mercado para darle un buen mango al consumidor. Otros países están mejorando sus técnicas de cultivo y vemos que la calidad mejora año a año. Es posible que en el futuro dispongamos de mango de calidad los doce meses. Hacemos un producto natural, saludable y bueno. Si no está bueno, no lo producimos.

**VF.** ¿Están considerando expandirse a otros países con su producción de mango?

**EC.** Sí, estamos explorando la posibilidad de mejorar nuestras técnicas de cultivo y colaborar con otros países para lograr una producción de mango durante todo el año. Esto beneficiaría a los consumidores y al mercado en general.

**VF.** ¿El mango es un cultivo muy demandante de agua?

**EC.** El mango requiere agua para su cultivo como cualquier otra fruta, pero puede soportar ciertos períodos de sequía, aunque baje mucho su producción (no baja su calidad). En general, es como cualquier otro cultivo en términos de requisitos de agua y tiene la ventaja de que si no lo riegas, aunque no produzca, aguanta.

“El mango requiere agua para su cultivo, como cualquier otra fruta, pero puede soportar ciertos períodos de sequía”

**VF.** Las previsiones hablan este año de una menor producción. ¿Es cierto?

**EC.** La zona principal de producción del mango es el Valle de Vélez, en la parte más occidental de la Axarquía, y está sufriendo mucho la sequía. Trops tiene una producción en un año normal de 17-20 millones de kilos. Este año creo que estaremos en 4-5 millones. Es una reducción muy significativa. La agricultura tiene esas cosas y más cuando es una agricultura natural, al aire libre, queda muy expuesta a los elementos climatológicos. Vamos a tener una muy buena calidad, pero baja producción. No nos había pasado en más de 30 años.

**VF.** ¿Cómo afectará la cosecha corta a los precios del mango?

**EC.** Es probable que haya un aumento en los precios. Los consumidores pueden estar dispuestos a pagar precios más altos por el mango español, pero preferiríamos una estabilidad en los precios a lo largo del tiempo. Es posible que el mango cueste este año el doble que el año pasado. No es positivo que los precios fluctúen tanto, ni para el consumidor ni para el agricultor.

Al productor le compensa tener una producción normal a unos precios razonables. Unos precios como los de campañas anteriores. El precio habitual de los calibres comerciales para el agricultor está en torno a 1,50 euros por kilo. Este año el precio estará por encima de los 2 euros, pero no se va a compensar la falta de kilos. Es importante tener en cuenta que el proceso de recolección y selección en el campo agrega costos adicionales muy altos, además de los costes fijos.

**VF.** ¿Cuál es la visión que tiene Trops del mango en España?

**EC.** Nuestra visión siempre ha sido a largo plazo. Creemos que tenemos las condiciones ideales para producir mango de alta calidad en España, y estamos comprometidos con la mejora continua de nuestras técnicas de cultivo y la promoción de nuestros productos. Esperamos que la calidad siga siendo excepcional y que podamos ofrecer mango de calidad durante más meses del año. Tenemos unas condiciones muy buenas para producir un mango muy bueno.

Los agricultores están concienciados para introducir técnicas que permitan tener un mango más rico. Aunque sean menos productivas, primamos las variedades que sean del gusto del consumidor. Este año hemos dado, entre mango y aguacate, más 4.000 horas de formación en 38 cursos a los que han asistido más de 1.800 agricultores.

**VF.** ¿Con esa visión, cuál es el futuro para el mango de Trops en España?

**EC.** Vemos un futuro brillante. Nuestro enfoque está en la calidad y la mejora continua. Estamos apostando fuerte, estamos comunicando para que el consumidor lo conozca porque sabemos que el mango es una fruta extraordinaria con un gran futuro por delante.