

valencia

fruits

16 de enero de 2024 • Número 3.051 • Año LXII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,75 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



El comercio privado y las cooperativas proponían costear las campañas de promoción durante las tres próximas temporadas. / ARCHIVO

Intercitrus sigue bloqueada

► **ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.**
Las divergencias y el clima de desconfianza que reina entre los miembros que componen Intercitrus están maniatando el funcionamiento de la interprofesional española de la naranja y la mandarina, que sigue atascada en una situación de bloqueo continuo.
Estas desavenencias quedaron plasmadas, una vez más, durante la comisión de gobierno de la entidad celebrada el pasado viernes, en la que los productores vetaron retomar las campañas de publicidad sin coste alguno para el citricultor. Una propuesta pactada por el comercio privado y las cooperativas para volver a realizar acciones de promoción después de 16 años de inactividad en este sentido. El Comité de Gestión de Cítricos (CGC) ha calificado de “error histórico” el rechazo del colegio productor, conformado por Asaja, UPA y COAG, a la extensión de norma necesaria para retomar las campañas promocionales de naranjas y mandarinas.
La iniciativa tenía escasas opciones de prosperar porque antes de celebrar la reunión Cristóbal Aguado, presidente de AVA-Asaja, ya dejó entrever, durante la

Los productores vetan la propuesta del comercio privado y las cooperativas para retomar las campañas de promoción sin coste alguno para el citricultor

presentación del balance de la organización correspondiente al ejercicio 2023, que la propuesta no se aprobaría si no se atendían las demandas del sector productor. “El comercio privado y las cooperativas llevan a la comisión el acuerdo de promoción. Nosotros queremos hablar de un contrato agrario, llegar a un acuerdo sobre la ‘pinyolà’, la gestión varietal y de mercados, debatir sobre la disponibilidad laboral y cualificación para analizar las consecuencias, y, a propuesta de Asaja Andalucía, estudiar la posibilidad de ubicar la sede de la interprofesional en otro lugar que no sea Valencia”, confirmó el presidente de AVA.
Finalmente, la reunión de la interprofesional se cerró, nuevamente, sin ningún acuerdo relevante aprobado, y poniendo en evidencia las diferencias existentes entre los miembros de la entidad cítrica.

“Llevamos años tratando de superar sin éxito una situación de bloqueo, planteando la necesidad de reactivar el consumo de naranjas y mandarinas. Tenemos la oportunidad de aprovechar a través de la interprofesional cada año varios millones de euros en ayudas europeas y habíamos propuesto liberar a los citricultores de tener que realizar el esfuerzo de cofinanciarlas. Perdemos competitividad frente a la oferta de países terceros y estamos perdiendo cuota en los mercados globales y en la propia UE. No se ha demostrado la altura de miras ni la madurez necesaria para entender lo que está en juego”, destacó Inmaculada Sanfeliu, presidencia del CGC y de Intercitrus, tras concluir la reunión.
Por su parte, el sector productor, que ya preveía antes del encuentro que no se aprobaría ningún punto del orden del día, ha solicitado una mesa de mediación

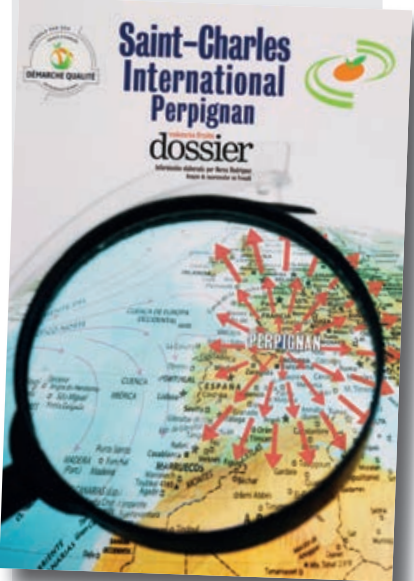
en Intercitrus con participación del ministerio y las consejerías de Agricultura de España, organizaciones de consumidores y representantes de las cadenas comerciales. “Nuestra voluntad es que, de una vez por todas, se llegue a un acuerdo sobre todos los puntos propuestos y se realice una campaña de promoción de por lo menos cinco años, con una extensión de norma que no sea sólo nacional sino europea, para incentivar el consumo de cítricos en Europa. Creo que desde el diálogo se pueden conseguir más cosas que con una postura de desdenar y tapar la boca a los que producen los cítricos”, remarcó Cristóbal Aguado.
Tras diez años sin actividad, desde 2018 la entidad trata de recuperar sin éxito su protagonismo, su misión de vertebrar al conjunto del sector cítrico español y su capacidad de actuación conjunta. Sin embargo, las divisiones internas están socavando los cimientos de una entidad cuya operatividad actual es muy limitada, y que no cumple los objetivos para los que fue creada en 1998.

Más información en página 3



Esta semana

- 2 “Valencia estrena Capitalidad Verde Europea”, artículo de Gonzalo Gayo
- 4 AVA cifra en 400 millones de euros las pérdidas del sector agrario de la Comunitat Valenciana
- 5 “Una visión global del sector del Limón de España”, artículo de José Antonio García
- 6 “El papel que usan en Bruselas lo aguanta todo”, artículo de Cirilo Arandis
- 7 La UPCT desarrolla una tecnología para eliminar el boro del agua marina desalinizada para cultivos
- 8 La región de Murcia confirma la presencia del trips del té en cítricos
- 9 La contratación de seguros agrarios crece un 16% en el ejercicio 2023
- La sequía fue el riesgo asegurado más grave en la pasada temporada



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	7
Agrocotizaciones:	10
Empresas:	15





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

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

Valencia estrena Capitalidad Verde Europea

Por GONZALO GAYO

Valencia estrena oficialmente su Capitalidad Verde Europea. Lo hace siendo la primera ciudad del Mediterráneo en conseguirlo, con la fuerza que imprime la unidad de todas las fuerzas políticas representadas en el consistorio. Estamos ante un reto histórico que concita el esfuerzo de todos, con el liderazgo de mujeres que hoy rigen nuestros destinos desde la alcaldesa con María José Catalá, la consejera de Medio Ambiente, Salomé Pradas; la delega del gobierno, Pilar Bernabé y la ministra Diana Moran, desde el compromiso de todos. Sin duda, un hito que fortalece a Valencia como ejemplo de cooperación entre las distintas administraciones, más allá de la siglas.

Valencia es la primera del arco mediterráneo mostrando al mundo su ADN agrícola y un patrimonio natural inigualable, que atesora la Albufera de Valencia y su parque natural, con playas y dunas que marcan su carácter mediterráneo así como el mayor jardín urbano de Europa que vertebraba la ciudad a lo largo de 10 kilómetros de naturaleza, cultura y deporte.

Valencia atesora una cultura milenaria forjada por los pueblos que se asentaron en esta tierra y aportaron lo mejor para el desarrollo de una agricultura y la conservación de un patrimonio natural. Un legado que nos enorgullece y requiere el compromiso de todos para su preservación y entrega para las futuras generaciones. La huella de los iberos, romanos, árabes, judíos y cristianos llega hasta nuestros días. Así lo reconoce y recuerda la FAO o la Unesco en sus reconocimiento de Patrimonio de la Humanidad a la Lonja de Valencia, o el Tribunal de las Aguas así como nuestro sistema de regadíos y Huerta de Valencia, como Sistema Importante del Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM).

A nuestros agricultores les debemos no sólo el reconocimiento a un legado milenario construido desde el esfuerzo diario y durante generaciones. Han forjado nuestro ADN como pueblo y hoy se proyecta hacia un futuro desde la capitalidad verde europea que convierten a Valencia en el faro que iluminara hacia a las ciudades hacia la sostenibilidad de una Europa verde y mediterránea.

La alcaldesa de Valencia, María José Catalá, ha señalado que durante 2024 se desarrollará la Carta Verde de Valencia que “fijará la estrategia a seguir en materia de sostenibilidad y lucha contra el cambio climático en Europa para las próximas décadas”. Valencia no sólo estrena capitalidad, también impulsa una



Inauguración de Valencia Capital Verde Europea. / GONZALO GAYO

gran alianza de ciudades verdes europeas que construirán el futuro sostenible. El director general adjunto de Medio Ambiente de la Comisión Europea, Patrick Clild, hizo entrega en Valencia de la distinción de “Ciudad Misión” a diez ciudades que serán el motor de futuro desde una Valencia que suma esfuerzos para hacer frente a grandes retos.

Es por ello que Valencia asume este año una doble condición, como Capital Verde Europea y Ciudad Misión, que tendrá su hito central en junio. Catalá anunció que cerca de 200 ciudades se darán cita en Valencia para compartir valiosas experiencias y reflexionar sobre el futuro “desde aquí lideraremos la Carta Verde de Valencia, que servirá para inspirar políticas transformadoras medioambientales que impregnarán de manera transversal la agenda pública de Europa y todo el mundo y nos colocará a la vanguardia para avanzar hacia un mundo más sostenible y más habitable”.

Con la distinción “Ciudad Misión”, Valencia entra a formar parte del club de las 10 ciudades comprometidas en el avance hacia una transición verde y digital. “Hemos logrado la validación y el reconocimiento de la Comisión Europea con la codiciada etiqueta de ‘Ciudad Misión’ de entre 112 ciudades que han participado en la Misión de Ciudades Climáticamente Neutras e Inteligentes para el año 2030”, señaló Catalá en el acto inaugural.

La Capitalidad Verde Europea nos ofrece grandes oportunidades y retos para los valencianos como la conclusión del último tramo de jardín del río Turia que nos permita recuperar espacios verdes y la conexión con el mar del antiguo cauce del río Turia a su paso por el barrio de Nazaret. Se trabajará para que la Albufera y su parque natural tenga

la misma protección y recursos del Estado que el parque natural de Doñana, así como el apoyo a la cooperación público privada como en su día se otorgó a Vitoria, la primera ciudad española en ser Capitalidad Verde. “Si queremos que nuestra ciudad tenga más zonas verdes, si queremos que nuestros agricultores tengan futuro y si queremos que nuestras empresas avancen en sostenibilidad, necesitamos el concurso de todos” señaló la alcaldesa. Concluyó la alcaldesa y anfitriona, María José Catalá, “es convertir la Capitalidad Verde en una palanca de mejora y transformación de la ciudad para que deje huella en las generaciones futuras”. Desde Valencia se impulsará también una gran alianza de ciudades que lideren el firme compromiso con la innovación medioambiental, el incremento de las zonas verdes, la reducción de emisiones en un 80% hasta 2030 y el objetivo de neutralidad climática.

Una capitalidad que debe servir también de apoyo a nuestros agricultores en tiempos difíciles y de reconocimiento a su inmensa labor. Es necesario que Valencia, hoy más que nunca, apoye a sus agricultores tras los 400 millones de euros de pérdidas sufridas por el sector agrario de la Comunitat Valenciana en 2023, según AVA en su balance anual. Las mermas de cosechas por las adversidades climáticas, los elevados costes de producción, la competencia desleal de las importaciones, la falta de soluciones eficaces para hacer frente a las plagas y enfermedades, los daños récord de la fauna salvaje y el aumento de los robos en el medio rural también deben encontrar respuesta desde una Valencia que se estrena como capital verde europea y la primera del mediterráneo que nos permita legar a las futuras generaciones una agricultura como hicieron nuestros mayores.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Intercitrus sigue enrocada en una situación de bloqueo

Los productores vetan en la comisión de gobierno la propuesta del comercio privado y las cooperativas para retomar la publicidad sin coste para el citricultor

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Intercitrus, la interprofesional española de la naranja y la mandarina, sigue enrocada en una situación de bloqueo debido a las divisiones internas entre los colegios profesionales que la conforman. Estas divergencias y desconfianzas quedaron plasmadas, una vez más, durante la comisión de gobierno de la entidad celebrada el pasado viernes, en la que los productores vetaron retomar las campañas de publicidad sin coste alguno para el citricultor. Una propuesta pactada por el comercio privado y las cooperativas para volver a realizar acciones de promoción después de 16 años de inactividad en este sentido. El Comité de Gestión de Cítricos (CGC) ha calificado de “error histórico” el rechazo del colegio productor, conformado por Asaja, UPA y COAG, a la extensión de norma necesaria para retomar las campañas promocionales de naranjas y mandarinas.

La iniciativa tenía escasas opciones de prosperar porque antes de celebrar la reunión Cristóbal Aguado, presidente de AVA-Asaja, ya dejó entrever, durante la presentación del balance de la organización del ejercicio 2023, que la propuesta no se aprobaría si no se atendían las demandas del sector productor. “Quieren impulsar un contrato de promoción que financiarán los comercios y las cooperativas. Los agricultores que no paguen, pero que lo aprueben. ¿Alguien se cree que el coste lo van a costear ellos? ¿A quién se lo van a repercutir? Aquí todo se repercute en el que produce. Lo que quieren es que se apruebe por extensión de norma, que obliga a todos, y que nosotros seamos espectadores amordazados y que no podamos ni hablar. Eso es decirnos que somos tontos y, además, querer reírse”, señaló Aguado.

“El comercio privado y las cooperativas llevan a la comisión el acuerdo de promoción. Nosotros queremos hablar de un contrato agrario, llegar a un acuerdo sobre la ‘pinyolà’, la gestión varietal y de mercados, debatir sobre la disponibilidad laboral y cualificación para analizar las consecuencias, y, a propuesta de Asaja Andalucía, estudiar la posibilidad de ubicar la sede de la interprofesional en otro lugar que no sea Valencia”, explicó el presidente de AVA, señalando que previsiblemente no se aprobaría ningún punto previsto en el orden del día de la comisión de gobierno.



Comercio privado y cooperativas proponían costear las campañas de promoción durante las tres próximas temporadas. / ARCHIVO

■ ACUERDO DE PROMOCIÓN

El CGC había mantenido contactos previos con Cooperativas Agro-alimentarias, con la que había acordado que los operadores —comercios y cooperativas— asumieran íntegramente el coste por parte del sector de la cofinanciación con fondos europeos de este proyecto de promoción. Esta fue la iniciativa que se presentó en la comisión de gobierno de la interprofesional el pasado viernes. Desde el comercio privado indican que, “pese a que la publicidad para incentivar el consumo de naranjas y mandarinas podría beneficiar al conjunto del sector, y a que no iba a suponer gasto alguno para los productores, los sindicatos agrarios han apostado por rechazar tal oportunidad”. Estas acciones, destinadas a promover una dieta más saludable, están ampliamente respaldadas por la Comisión Europea, que asume entre el 70 y hasta el 80% de su coste, exigiendo al sector que financie el porcentaje restante.

“Llevamos años tratando de superar sin éxito una situación de bloqueo, planteando la necesidad de reactivar el consumo de naranjas y mandarinas. Tenemos la oportunidad de aprovechar a través de la interprofesional cada año varios millones de euros en ayudas europeas y habíamos propuesto liberar a los citricultores de tener que realizar el esfuerzo de cofinanciarlas. Perdemos competitivi-

El CGC ha calificado de “error histórico” el rechazo del colegio productor, conformado por Asaja, UPA y COAG, a la extensión de norma necesaria para retomar las campañas promocionales de naranjas y mandarinas

Tras diez años sin actividad, desde 2018 la entidad trata de recuperar sin éxito su protagonismo, su misión de vertebrar al conjunto del sector citrícola español y su capacidad de actuación conjunta

dad frente a la oferta de países terceros y estamos perdiendo cuota en los mercados globales y en la propia UE. No se ha demostrado la altura de miras ni la madurez necesaria para entender lo que está en juego”, destacó Inmaculada Sanfeliu, presidencia del CGC y de Intercitrus, tras concluir la reunión.

La extensión de norma es el instrumento que la legislación otorga a las interprofesionales para obligar a cumplir sus acuerdos a todo el sector y en Intercitrus siempre debe aprobarse por unanimidad de todos sus colegios miembros. En este caso, la extensión de norma que se proponía era para recaudar los recursos necesarios para cofinanciar las campañas promocionales de las tres próximas temporadas (2024/2025; 2025/26 y 2026/27) pero ahora esta decisión, por primera vez, únicamente vinculaba a los comer-

cializadores en fresco de toda España en la primera operación de compra-venta de naranjas y del grupo mandarinas. El CGC había llegado a un acuerdo con Cooperativas Agro-alimentarias con la intención de aprovechar la convocatoria de ayudas europeas para este año, que se abrirá el próximo 14 de enero y cuyo plazo para presentar propuestas concluirá el 24 de mayo. El veto de la iniciativa implica perder por tanto la oportunidad de esta convocatoria con lo que, en el mejor de los casos, retomar las promociones se retrasaría a la temporada 2025/2026. Si bien, a priori, para la primera campaña y tras tantos años de inactividad, la propuesta inicial no aspiraba a máximos, las promociones de Intercitrus del pasado —con las aportaciones del sector; de la UE así como de otras entidades públicas para acciones puntuales en determinados mercados—

lograban movilizar anualmente recursos de entre 7,5 y 10,5 millones de euros.

Por su parte, el sector productor, que ya preveía antes de la reunión que no se aprobaría ningún punto del orden del día, ha solicitado una mesa de mediación en Intercitrus con participación del ministerio y las consejerías de Agricultura de España, organizaciones de consumidores y representantes de las cadenas comerciales. “Nuestra voluntad es que, de una vez por todas, se llegue a un acuerdo sobre todos los puntos propuestos y se realice una campaña de promoción de por lo menos cinco años, con una extensión de norma que no sea sólo nacional sino europea, para incentivar el consumo de cítricos en Europa. Creo que desde el diálogo se pueden conseguir más cosas que con una postura de desdeñar y tapar la boca a los que producen los cítricos”, remarcó Cristóbal Aguado.

Intercitrus, de forma pionera en España, acometió en la temporada 1998/1999 su primera campaña promocional y supo mantenerlas con éxito durante toda una década, hasta la 2007/2008. En aquellos años se impulsaron acciones de envergadura en más de doce países para divulgar las propiedades saludables e incentivar la compra de clementinas y naranjas. No sólo se recordaban sus cualidades gustativas y nutricionales, sino que se fomentaban nuevos momentos de consumo. Se trata de incentivar con estos programas el consumo de productos frescos, de frutas y hortalizas, pero no específicamente de un Estado miembro. El CGC considera, pese a ello, que promocionar de forma genérica las naranjas y mandarinas europeas en el propio mercado comunitario beneficiaría fundamentalmente a las naranjas y mandarinas españolas ya que Italia, la segunda potencia citrícola europea, dirige casi toda su producción a su mercado doméstico, y Grecia, la tercera, se concentra en otros destinos y tiene una producción muy baja.

Sin embargo, el veto del sector productor a la propuesta de las campañas de promoción impulsada por el comercio privado y las cooperativas vuelve a mostrar las divergencias y la desconfianza existente entre los miembros que componen Intercitrus, que ya vivió durante muchos años en hibernación y sin actividad alguna, precisamente tras otro veto del sector productor en 2008 a aprobar las campañas de promoción que se gestionaban desde la interprofesional.

Tras diez años sin actividad, desde 2018 la entidad trata de recuperar sin éxito su protagonismo, su misión de vertebrar al conjunto del sector citrícola español y su capacidad de actuación conjunta. Sin embargo, las divisiones internas están socavando los cimientos de una entidad cuya operatividad actual es muy limitada, y que no cumple los objetivos para los que fue creada en 1998.

AVA cifra en 400 millones las pérdidas del sector agrario de la Comunitat Valenciana

La organización augura dos años difíciles que “pondrán contra las cuerdas al sector”

► ÓSCAR ORZANCO. VALENCIA.

AVA-Asaja cuantifica en 400 millones de euros las pérdidas del sector agrario de la Comunitat Valenciana en 2023 debido a las mermas de cosechas por las adversidades climáticas, los elevados costes de producción, la competencia desleal de las importaciones, la falta de soluciones eficaces para hacer frente a las plagas y enfermedades, los daños récord de la fauna salvaje y el aumento de los robos en el medio rural. La organización presidida por Cristóbal Aguado reclama a todas las administraciones un plan de choque, a varios años vista, para garantizar la viabilidad agraria.

El pasado ejercicio resultó menos negativo que 2022, que se saldó con 800 millones de pérdidas, pero la situación es “muy preocupante. El balance no puede ser positivo cuando veinte cultivos han ido mal, nueve regular y sólo cinco han funcionado razonablemente bien”, señaló Aguado el pasado viernes, durante el análisis de los resultados que ha dejado el año 2023.

Por segundo año consecutivo, el cambio climático ha causado estragos. La siniestralidad agraria en España ha batido su récord histórico con 1.300 millones de indemnizaciones, un 60% más que en 2022. No obstante, debido a los ‘caprichos’ de la meteorología, la climatología se comportó de forma más ‘suave’ en la Comunitat Valenciana. AVA-Asaja eleva a 170 millones las pérdidas directas por razones climáticas, frente a los 285 del año anterior. La sequía, las elevadas temperaturas y las granizadas fueron algunas de las inclemencias más extremas que ocasionaron desdones de cosechas respecto a la media de los últimos años en cítricos (-15%), uva (-40%), arroz (-15%), kaki (-40%), frutas de hueso (-40%), almendra (-50%), olivar (-50%) o cereales (-60%).

A pesar de reducirse las cifras de siniestralidad, el pasado año fue el segundo más seco desde que hay registros, con un 33% menos de lluvias, la temperatura media fue 1,3 grados superior al promedio nacional, se soportaron más de diez temporales de pedrisco, y se sufrieron los efectos del viento de poniente. Estos fueron algunos de los factores extremos que elevaron la siniestralidad agraria.

La falta de lluvias durante los primeros cuatro meses del año ocasionó graves mermas de producción en cereales, viña, almendro y olivar de secano, así como sobrecostes en alimentación animal, paja, energía eléctrica para riego y tratamientos fitosanitarios. En cambio, en mayo irrumpieron precipitaciones torrenciales que dañaron las frutas de hueso, sobre todo las cerezas. A lo largo de la primavera y el verano se acumularon tormentas acompañadas de pe-



Equipo de AVA-Asaja durante la presentación del balance del ejercicio 2023. / ÓSCAR ORZANCO

drisco que afectaron a diversos cultivos en varias comarcas de Valencia y Castellón. Por último, las fuertes rachas de viento de poniente, que se prolongaron más de 50 horas en noviembre, trastocaron las campañas de cítricos y kakis.

En este contexto de siniestralidad agraria, AVA-Asaja solicita a las administraciones medidas de apoyo a los agricultores y ganaderos afectados por la sequía y otras adversidades climáticas. “El Gobierno de España tiene que mojarse más, aportar más dinero y escuchar a los agricultores. No se pueden dar pasos atrás, y es una barbaridad quitar coberturas. Muchos daños no están cubiertos y un porcentaje muy importante de agricultores no asegura la cosecha porque no pueden económicamente. Por ello, demandamos una cobertura total debido a los graves efectos que se están derivando del cambio climático”, señaló el presidente de la organización agraria.

Según el balance de AVA-Asaja, en un contexto de inflación, donde los precios de los alimentos sufrieron un incremento interanual del 9%, la subida generalizada de las cotizaciones a pie de campo no permitieron en la mayoría de los casos compensar esta bajada de producción y, además, cubrir los costes de producción, los cuales se mantuvieron extraordinariamente altos, un 30% más que antes de la guerra de Ucrania. El impacto por este capítulo ascendió a 80 millones.

El dirigente puntualizó que “una cosa es la evolución de los precios, que han subido, y otra muy diferente la rentabilidad de una explotación. Y esta falta de rentabilidad se ha traducido en casi 2.000 hectáreas abandonadas en 2023 en la Comunitat Valenciana. Por eso demandamos a la conselleria de Agricultura adoptar medidas para recuperar tierras y potencial productivo. Y también hay que revalorizar los productos, diferenciarlos y promocionarlos”.

“Los costes de producción son cada vez más elevados y ya existe un acuerdo para subir el Salario

Para el presidente de AVA, la nueva PAC “puede ser un verdadero drama para un elevado número de agricultores valencianos, ya que, en la mayoría de los casos, los ecorregímenes son inútiles e impracticables”

“Bruselas es la banda de música que tocaba en el Titanic mientras el barco se hundía. El barco es la agricultura mediterránea y Bruselas son los músicos que nos entretienen mientras nos ahogamos”

Mínimo Interprofesional que también va repercutir en el campo”, añadió Cristóbal Aguado.

■ AÑO NEGRO EN PLAGAS

2023 fue un año negro para las plagas y enfermedades agrarias, tanto para las que llegaron por primera vez a la Comunitat Valenciana, como la Enfermedad Hemorrágica Epizootica (EHE) y la avispa asiática, como para las que cada vez están más cerca de introducirse. AVA-Asaja cifra las pérdidas en materia de sanidad vegetal y animal en 70 millones.

En el apartado de amenazas, destaca el récord anual de interceptaciones de Mancha negra de los cítricos (*Phyllosticta citricarpa*) en los cargamentos de Sudáfrica con destino a la UE. Un total de 51 detecciones en 2023, cuando su número máximo había sido 43 en 2021. La UE también detectó la Mancha negra, por primera vez, en naranjas procedentes de Egipto. Por ello, la organización agraria reclama el cierre de las vías de entrada de la UE a los cítricos sudafricanos y egipcios mientras estos países terceros no garanticen su seguridad fitosanitaria.

Según señala la organización, Sudáfrica sigue sin cumplir, de manera mayoritaria, la normativa europea sobre el tratamiento en frío en sus envíos de naranjas. AVA-Asaja entiende que las nuevas detecciones demuestran que las medidas establecidas por la UE son insuficientes y por ello reclama a Bruselas que endurezca el tratamiento en frío, haciendo que se cumpla rigurosamente

el mecanismo aprobado para los envíos de naranjas y que se extienda a mandarinas y pomelos por entrañar el mismo riesgo fitosanitario, así como a otras producciones agrícolas hospedantes de la plaga y otros países de origen.

También en 2023 la UE interceptó en el Puerto de Almería el primer caso de Falsa polilla (*Thaumetobia leucotreta*) en una importación de Marruecos.

Finalmente, en el sector cítrico ha aumentado la preocupación por el HLB, pues el vector transmisor *Trioza Erytrae* se encuentra en el norte de España y en Portugal, próximo a los cítricos de Huelva, mientras que el vector asiático *Diaphorina citri* se detectó en Israel y en Chipre, ya en territorio de la UE, de una manera extensa. AVA-Asaja apremia a adoptar un plan de contingencia integral, que cuente con el favor del agricultor y que apueste por medidas a corto y largo plazo, como la biotecnología para hallar variedades resistentes a la enfermedad. “Por la experiencia de lo que ha pasado en todo el mundo, cuando ya se ha detectado el vector, la entrada del HLB no se demora muchos años. Y eso supondría una auténtica ruina para el primer cultivo agrario valenciano, la citricultura”, indicó Cristóbal Aguado.

■ LA NUEVA PAC

2023 fue también el primer año de aplicación de la PAC que comportó menos beneficiarios, más burocracia y nuevas exigencias

ambientales no adaptadas a la realidad de los cultivos, muy difíciles de cumplir y más en un contexto de sequía.

Aguado calificó 2023 como un año de paso. “La aplicación real de la PAC se va a comenzar a producir en 2024 y en los próximos dos años va a crecer el abandono de tierras porque aspectos como los ecorregímenes y los cuadernos digitales van a poner a los agricultores contra las cuerdas”, señaló el dirigente agrario.

Para el presidente de AVA, la nueva PAC “puede ser un verdadero drama para un elevado número de agricultores valencianos, ya que, en la mayoría de los casos, los ecorregímenes son inútiles e impracticables”. A ello se suman los acuerdos internacionales que quiere firmar la Unión Europea, como el de Mercosur.

“Bruselas es la banda de música que tocaba en el Titanic mientras el barco se hundía. El barco es la agricultura mediterránea y Bruselas son los músicos que nos entretienen mientras nos ahogamos. La política europea tiene una transcendencia y un impacto extraordinario, pero algo falla en Europa y hay muchas cosas que corregir”, aseveró Cristóbal Aguado.

En cuanto a la situación de la agricultura en la Comunitat Valenciana, las tierras de cultivo disminuyeron en 2023 en 1.952 hectáreas, lo que supone una caída interanual del 0,3%. Entre las causas de este descenso y el escaso relevo generacional se encuentra la falta de rentabilidad.

En esta línea, AVA-Asaja señala en su informe que “el nuevo gobierno valenciano coincidió con el sector agrario en que la Ley de Estructuras Agrarias no está cumpliendo sus objetivos de aumentar el tamaño de las explotaciones por permutas o fusiones y anunció cambios normativos dirigidos a simplificar trámites burocráticos, facilitar el acceso a incentivos fiscales y modificar figuras como la llamada Iniciativa de Gestión Común de tierras”. La organización agraria también propone la puesta en práctica de explotaciones piloto para mostrar su funcionamiento y hacerlo atractivo al sector.

Además, el nuevo gobierno de la Comunitat Valenciana, ha bonificado el tramo autonómico del impuesto de sucesiones y donaciones al 99%. Esta reivindicación histórica del sector agrario, destinada a favorecer la concentración de parcelas y el relevo generacional, entró en vigor el 24 de noviembre de 2023.

“El relevo generacional es actualmente insuficiente. En la Comunitat Valenciana no existen grandes extensiones productivas, prima el minifundio, y o se toman medidas para intentar juntar explotaciones y hacer unidades de gestión, o la media de edad que en estos momentos se encuentra en 65 años subirá”, remarcó Cristóbal Aguado.

Para finalizar, el presidente de AVA-Asaja lanzó un mensaje para el departamento de Agricultura de la Comunitat Valenciana: “Han pasado seis meses desde las elecciones, hay que pasar de las palabras a los hechos. Hay que vender realidades y quien tiene la potestad de mandar debe tomar decisiones rápidas, marcar claramente sus objetivos y metas y ponerse a caminar muy objetivamente. Es el mensaje que le hemos dado a la conselleria de Agricultura, no es una amenaza, es un aviso a navegantes”.

OPINIÓN

Una visión global del sector del Limón de España®



Por JOSÉ ANTONIO GARCÍA (*)

Tres eslabones de la cadena de valor interconectados con un objetivo común: crear valor para la fruta de calidad comercial en el mercado en fresco donde España es líder mundial

España es un país clave en limón a nivel internacional siendo el segundo productor del mundo, el líder de exportación de limón para el mercado en fresco, y el segundo procesador industrial en el ranking.

Los agricultores desarrollan el cultivo de este cítrico en 52.000 hectáreas con el único objetivo, desde que plantan el limonero en la tierra, de producir limón de óptima calidad comercial para ser vendido en el mercado de fruta fresca, de donde obtienen su rentabilidad (siguiendo el principio básico de que, a mayor calidad de la fruta, mayor ingreso por su venta), ya que se logra una mejor valorización de la misma por los clientes, —básicamente cadenas de supermercados—.

La fortaleza de España como líder mundial en el mercado de fruta fresca radica en la capacidad de los agricultores de producir limón convencional y ecológico de la máxima calidad, de forma sostenible, contribuyendo al cuidado del medio ambiente, la recuperación de la biodiversidad y apoyándose en certificaciones como Global GAP y GRASP, que son requeridas por el retail, reforzando la garantía de la normativa de producción europea.

Con una visión histórica de los últimos 10 años, de cada tonelada de fruta que se produce en España, el 75% se destina al mercado en fresco. El resto, un 25% de ese volumen de cosecha se destina, como subproducto, a la industria de procesado. Se trata del descarte o destrío de la fruta que no cumple con las especificaciones de las normas oficiales de calidad o con los requerimientos que fijan los departamentos de calidad de los retailers, entendiendo en estos casos “calidad” como el factor estético del producto y la ausencia de defectos o manchas en la piel de la fruta.

Teniendo en cuenta esta orientación de la producción española para la venta de la fruta en el mercado de fresco, los actores principales de la cadena de valor son el agricultor y el packing de fresco. Un tercer actor es la industria de transformación que juega un papel secundario, pero fundamental y necesario, absorbiendo ese excedente del 25% de la cosecha total. De esta forma, ejerce de mecanismo regulador impidiendo que ese porcentaje de fruta, que es de baja calidad cosmética, llegue al mercado en fresco donde penalizaría el valor de la fruta de calidad, generando pérdida económica para el packing y para el agricultor.



España es un país clave en limón a nivel internacional siendo el segundo productor del mundo, el líder de exportación de limón para el mercado en fresco, y el segundo procesador industrial en el ranking. / ARCHIVO

En definitiva, en este modelo de negocio del Limón de España®, la industria de procesado contribuye a un adecuado equilibrio y gestión de los excedentes agrícolas. Siendo como hemos señalado la prioridad del sector la comercialización de la fruta en el mercado fresco, el volumen de ese excedente de subproducto, que constituye el suministro de materia prima de la industria, fluctuará de un año a otro en función de la demanda de consumo de limón fresco, la competencia de otros orígenes (Turquía, Egipto, Argentina, Sudáfrica...), de las cambiantes condiciones climatológicas que afectan a la floración, cuajado de la fruta y su ulterior desarrollo, así como del impacto de esas condiciones climáticas sobre la proliferación de plagas y su afección a la calidad cosmética de la fruta. Todos estos factores impactan en el volumen final de cosecha, en su calidad, y por tanto, en el volumen de excedentes de subproducto con destino industria siendo este, siempre, incierto, pues ningún agricultor produce limón con el objetivo de ser destinado a la transformación.

En la actual campaña 2023/2024, con una previsión de cosecha al alza debido al aumento de superficie de limón en producción que se sitúa en 1.365.000 toneladas —cifra similar a la alcanzada en 2020/2021—, el sector de limón de España necesita estar unido y trabajar de forma coordinada con el objetivo de lograr, entre todos los actores, rentabilidad para el agricultor que es la base de la actividad

“De cada tonelada de fruta que se produce en España, el 75% se destina al mercado en fresco. El resto, un 25% de ese volumen de cosecha, se destina como subproducto a la industria de procesado”

“En este modelo de negocio del Limón de España®, la industria de procesado contribuye a un adecuado equilibrio y gestión de los excedentes agrícolas”

“En la actual campaña 2023/2024, con una previsión de cosecha al alza, que se sitúa en 1.365.000 toneladas, el sector de limón de España necesita estar unido y trabajar de forma coordinada con el objetivo de lograr, entre todos los actores, rentabilidad para el agricultor que es la base de la actividad presente y futura”

“Es necesaria la máxima colaboración entre fresco e industria, maximizando la oferta de la fruta de calidad comercial para exportación, y al mismo tiempo regulando la calidad para que sólo la mejor fruta llegue al mercado en fresco”

“La campaña 2023-2024 pasará a la historia como una campaña difícil, que supondrá ajustes para los menos eficientes, pero al mismo tiempo pondrá a prueba la fortaleza y la unión del sector”

“La fortaleza de España como líder mundial en el mercado de fruta fresca radica en la capacidad de los agricultores de producir limón convencional y ecológico de la máxima calidad, de forma sostenible, contribuyendo al cuidado del medio ambiente, la recuperación de la biodiversidad y apoyándose en certificaciones como Global GAP y GRASP”

presente y futura, garantizando al mismo tiempo rentabilidad para el packing de exportación y para la industria, y recordando que ambos están sujetos a un escenario de mercado de fruta fresca y productos derivados, muy estresante. A todo ello se suma el fuerte incremento de costes de inputs de producción, energía, salarios... a lo que hay que añadir también los crecientes problemas de disponibilidad de mano de obra.

¿Cómo se resuelve esta compleja ecuación? ¿Cómo lograr el adecuado equilibrio económico de ese triángulo productor-exportador-industria?

Es necesaria la máxima colaboración entre fresco e industria, maximizando la oferta de la fruta de calidad comercial para exportación, y al mismo tiempo regulando la calidad para que sólo la mejor fruta (la de mayor valor) llegue al mercado en fresco. A ello debe contribuir la eficiente gestión de los excedentes por parte de la industria. Todo ello en un marco de equilibrio financiero entre actores, que sin duda es complejo. La tensión en los mercados internacionales se traslada aguas abajo al productor, y en un contexto de alta producción sólo los productores eficientes, con economías de escala y eficiencia en sus costes de producción, podrán salvar la campaña. Es probable que un porcentaje de esa producción, la menos eficiente y la de menor calidad, no sea capaz de superar el filtro de esa ecuación económica fresco-industria, y quedaría sin posibilidad de recolección al no tener demanda ni en el mercado de fresco ni en la industria.

La campaña 2023-2024 pasará a la historia como una campaña difícil, que supondrá ajustes para los menos eficientes, pero al mismo tiempo pondrá a prueba la fortaleza y la unión del sector, la de los tres actores —agricultor, exportador e industria—, trabajando juntos con un mismo objetivo: maximizar el valor de la fruta de calidad, minimizando los daños, que en un entorno de elevada producción son inevitables.

(*) Director de Ailimpo

OPINIÓN

El papel que usan en Bruselas lo aguanta todo



Por CIRILO ARANDIS (*)

El tradicional periodo navideño llegó a su fin, lo que significa en buena medida la vuelta a la normalidad. Para la mayoría supone el retorno a la rutina, mientras que para otros es la oportunidad de pasar página y de abrir nuevos proyectos. La llegada de un nuevo año supone realizar balance y analizar experiencias, al tiempo que permite generar nuevas expectativas personales, más allá de adelgazar, aprender inglés o dejar de fumar.

En ese mismo escenario están las instituciones comunitarias. Dentro de una rotación prefijada, la presidencia española del Consejo Europeo desarrollada durante el segundo trimestre del 2023 ha dado paso a la presidencia belga para el siguiente semestre, justo antes que Hungría, que ostentará esta responsabilidad en el segundo semestre de 2024. La novedad para el país magiar es que asumirá la presidencia justo después de unas elecciones europeas, lo que supone renovación de políticos, y probablemente de políticas.

Está institucionalizado que la presidencia del Consejo se ejerza en turnos rotatorios de seis meses por todos y cada uno de los Estados miembros de la UE. Para ello, se constituyen grupos de tres socios comunitarios, denominados “Trios”, sistema instaurado por el Tratado de Lisboa de 2009. Así, cada grupo fija una serie de objetivos comunes en el contexto de los 18 meses de su actuación, elaborando un programa colectivo con aquellos temas de mayor relevancia que se deben de tratar en el Consejo. Con arreglo a este programa común, cada uno de los tres países que componen el “Trió” tiene la posibilidad de elaborar su programa semestral con mayor detalle. El actual “Trió” está compuesto por España, que acaba de finalizar su turno de presidencia, Bélgica y Hungría. Los tres países siguientes serán Polonia, Dinamarca y Chipre, y así hasta el año 2030, periodo previsto por la Decisión del Consejo 1316/2013 que regula la rotación.

Tal como está constituido este sistema, parece difícil elaborar un juicio sobre la actuación de cada uno de los Estados miembros que asumen la presidencia de turno del Consejo. El hecho de que las políticas se consensuen, en un primer escenario a tres, y en un segundo escenario a 27, parece dejar poco margen a la gestión de cada uno de los Estados. Digo parece, pues es el momento de poner en valor el peso específico que cada uno tiene dentro de la Unión, así como el momento, o más bien la oportunidad, de sacar adelante aquellas cuestiones que, sin llamar demasiado la atención, pueden ser objetivo específico de cada socio comunitario. Así pues, la presidencia de turno del Consejo de la Unión Europea hay que entenderla como una clara oportu-



Bélgica sustituirá a España en la presidencia de turno de la Unión Europea. / COMISIÓN EUROPEA

tunidad que tiene un país, cada trece años y medio, de medir sus fuerzas respecto del resto y de obtener frutos en temas de especial interés propio.

La presidencia española presentó al inicio de su mandato un documento con cuatro prioridades: reindustrializar la Unión Europea y garantizar su autonomía estratégica abierta; avanzar en la transición ecológica y la adaptación medioambiental; impulsar una mayor justicia social y económica; y reforzar la unidad europea. Por lo que hace referencia a la agricultura, la principal pretensión de la presidencia española era la de “Poner el foco en impulsar y promover las tecnologías dentro del sector agroalimentario, esencial para la transición hacia un modelo más sostenible, productivo y adaptado al desafío del cambio climático, reduciendo nuestra dependencia de las importaciones ante un escenario geopolítico inestable”. A destacar, algunos aspectos relativos a lo que acontece con países terceros, la promoción de nuevas tecnologías y de la innovación, o la necesidad de dar visibilidad a las oportunidades que ofrece el mundo rural.

Ya sabemos que el papel lo soporta todo y que Bruselas tiene un modo especial de entender su funcionamiento interno. Así, cualquier programa que se precie, cualquier proceso, cualquier idea, necesita obligatoriamente una serie de vocablos. Y digo vocablos porque, en esta ocasión, del dicho al hecho suele haber un trecho. Es necesario incluir frases como “transición hacia un modelo sostenible”, aunque la transición no se acabe nunca. Palabras como innovación, digitalización, sostenible, resiliente, clima -ya sea en su vertiente de crisis o de cambio-, pérdida de biodiversidad, así como economía circular o verde son de obligada inclusión. En el caso de Bélgica, que ya hemos comentado que sustituye a España en la presidencia de turno de la Unión Europea, aparece un nuevo concepto, y es que en materia de agricultura se pretende promover un enfoque holístico.

“La presidencia española del Consejo de la UE presentó al inicio de su mandato un documento con cuatro prioridades: reindustrializar la Unión Europea y garantizar su autonomía estratégica abierta; avanzar en la transición ecológica y la adaptación medioambiental; impulsar una mayor justicia social y económica; y reforzar la unidad europea”

“Por lo que hace referencia a la agricultura, la principal pretensión de la presidencia española era la de: poner el foco en impulsar y promover las tecnologías dentro del sector agroalimentario, esencial para la transición hacia un modelo más sostenible, productivo y adaptado al desafío del cambio climático, reduciendo nuestra dependencia de las importaciones ante un escenario geopolítico inestable”

“En el caso de Bélgica, que sustituye a España en la presidencia de turno de la Unión Europea, en materia agraria, promoverá la reducción de la dependencia de la Unión Europea de terceros países para ciertos productos estratégicos”

Me gustaría que, en medio de este entramado de vocablos, alguien, aunque sólo sea de pasada, se acordara de un concepto tan básico como es el de las rentas de los productores. A lo sumo, se incluye dentro del concepto de sostenibilidad, y siempre comprendiendo los ámbitos sociales y medioambientales, como si el concepto propio en sí mismo no tuviera suficiente relevancia. Y es que este punto depende mucho de las políticas que Bruselas está disponiendo en materia agrícola, asfixiando al producto europeo y facilitando la llegada procedente de países terceros, aunque ello ponga en riesgo la sanidad vegetal y, en ocasiones, pudiera ser que afectara incluso a la seguridad alimentaria. De todos modos, sabiendo que el “holismo”, por lo de holístico, es una doctrina que propugna la concepción de cada

realidad como un todo distinto de la suma de las partes que lo componen, estén seguros de que las rentas de los productores europeos están más que aseguradas.

Si hacemos balance de lo acontecido durante la presidencia española de la Unión Europea, por lo que respecta a la agricultura, queda muy bien darle valor al hecho de avanzar en temas que se aprobarán en un futuro más o menos inmediato, pero sería injusto no reseñar algunos aspectos concretos que sí que se han cerrado en este periodo. Así, en estos últimos seis meses se ha podido reflexionar sobre la implementación de la actual PAC en su primer año de vigencia, teniendo presente que en breve se iniciarán los trabajos de la PAC post 2027, coincidiendo los Estados miembros que esta política es fundamental para los

objetivos políticos de la UE. Estamos de acuerdo en que la PAC sirve para algo, aunque es seguro que, si se lo proponen en Bruselas, y son lógicos y consecuentes, podría valer para más cosas.

Además, se ha realizado un seguimiento de los efectos de la invasión rusa de Ucrania y su repercusión en el alza de precios, se ha llegado a un acuerdo sobre el nuevo Reglamento de Indicaciones Geográficas Protegidas, se han producido avances en la normativa sobre nuevas técnicas genómicas de obtención de vegetales, y por supuesto, progresos en autonomía estratégica alimentaria. En el debe —aunque quizás mejor habría que ponerlo en el haber—, el hecho de que finalmente no se aprobara, al rechazarlo el Parlamento Europeo, el Reglamento de Uso sostenible de productos fitosanitarios.

Uno de los temas al que no se le ha dado la relevancia necesaria es a las conclusiones alcanzadas en referencia a la visión a largo plazo para las zonas rurales de la Unión Europea, que debe de servir de base para la elaboración de la futura “Estrategia Rural Europea”. De todos modos, ya sabemos eso de que Bruselas escribe muy bien, pero muchas veces los hechos no tienen nada que ver.

Por lo que respecta a la presidencia belga, y una vez leídas sus prioridades, bien se podría decir que más de lo mismo. Quizás señalar el atrevimiento en escribir que, en relación con la cadena alimentaria, los costes y beneficios deben ser compartidos a lo largo de todos los eslabones que lo componen, asegurando que los agricultores reciben una compensación justa por sus esfuerzos. De igual manera, escribir que, en materia agraria, se promoverá la reducción de la dependencia de la Unión Europea de terceros países para ciertos productos estratégicos, es un *desideratum* ante el que los hechos nos hacen poner los pies en el suelo, por mucho que algunas cosas y sobre todo por lo que hace referencia al Parlamento Europeo, están cambiando sustancialmente.

Bruselas nos tiene acostumbrados a manifestaciones tan rimbombantes como vacías de contenido, y es que el papel lo aguanta todo. Para ver si es verdad todo lo que se dice en eso de las relaciones con países terceros y con la sanidad vegetal de nuestras explotaciones, y que se podría legislar sin ningún impacto presupuestario para las arcas de la Unión Europea, ahí va una propuesta. Me atrevo a sugerir la ampliación de la obligatoriedad del tratamiento en frío a mandarinas y otras producciones procedentes de Sudáfrica. Una vez visto el nivel de detección de envíos contaminados, además de su posicionamiento geoestratégico y político -totalmente contrario al de la Unión Europea-, sobran argumentos para avanzar en esta cuestión, que no es más que un acto de justicia.

(*) *Presidente Frutas y Hortalizas Cooperatives Agroalimentaries*

Agrocultivos

Se prevé un descenso del 10% de la superficie de sandía en Almería

La organización agraria Asaja-Almería prevé estabilidad en las hectáreas dedicadas al melón

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Según una primera valoración de Asaja-Almería, el sector espera una reducción aproximada del 10% en la superficie destinada al cultivo de la sandía en la próxima primavera. Este descenso se registra, principalmente, en el Poniente almeriense. En la zona de Almería y Níjar, en general, se prevé contar con la misma superficie de sandía que en la campaña anterior. En lo que respecta a la fecha de siembra en la zona de Níjar se mantiene la temprana.

En cuanto a la superficie dedicada a la producción de melón, la organización agraria estima que se mantendrá en niveles similares a los registrados en la campaña pasada. Con estas previsiones la superficie de sandía y melón en invernaderos para este 2024 se situará en 8.100 y 2.500 hectáreas respectivamente.

Con la entrada del mes de enero, la agricultura almeriense ya comienza a mostrar las tendencias de la campaña de primavera. La estabilidad en las cotizaciones de los productos de invierno y el temor a los virus



El descenso de superficie radica, principalmente, en el Poniente almeriense. / VF

Las principales zonas productoras de sandía, la vega de Almería y el campo de Níjar, continúan con una superficie similar a la pasada campaña

en los cultivos de primavera hace que haya parte de los agricultores que normalmente cultivan sandía en el Poniente que opten por repetir cultivos en los meses primaverales. “La inestabilidad tradicional de los precios en origen de la sandía está provocando que muchos agricultores continúen con las hortalizas durante esta primavera”, señala Adoración Blanque, Presidenta de Asaja-Almería.

■ **REDUCCIÓN EN EL PONIENTE**

Las principales zonas productoras de sandía, la vega de Almería y el campo de Níjar, continúan con una superficie similar a la pasada campaña, aunque las plantaciones de tomate tardío y las cotizaciones que está registrando están frenando la expansión del cultivo de sandía en esta campaña. Por otro lado, los trasplantes extra tempranos y tempranos mantienen la misma superficie que en 2023. El descenso de hectáreas dedicadas a la sandía se registra principalmente en el Poniente almeriense.

Asaja-Almería destaca que, en cuanto al melón, las variedades Piel de Sapo y Amarillo

siguen siendo las preferidas por los agricultores, y cada vez son menos recurrentes las plantaciones de los tipos Galia y Cantaloup. “La falta de precio de las últimas campañas en las especialidades de melón hace que los agricultores se decanten por las variedades tradicionales”, añade Adoración Blanque.

Hay que tener en cuenta que los altos costes de producción que “venimos arrastrando campaña tras campaña hace que los agricultores almerienses quieran tratar de ‘asegurar’ el valor de sus producciones. Por tanto, y analizando cómo va la campaña, las hortalizas son un producto más seguro que las frutas de primavera”, puntualiza la presidenta de la organización agraria.

Otro factor determinante en estos momentos para los agricultores está siendo la incidencia de los virus y plagas, que, si bien en las hortalizas dan la cara antes de la recolección, la incertidumbre que tiene el cultivo de la sandía hace que muchos productores no se arriesguen a esperar el final del ciclo productivo para conocer el estado de sus producciones.

La UPCT desarrolla una tecnología para eliminar el boro del agua marina desalinizada para cultivos

La técnica de riego inteligente permite mezclar agua desalinizada con otras aguas utilizadas y optimiza el riego y el uso de fertilizantes

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La Universidad Politécnica de Cartagena, en colaboración con las empresas Nutricontrol y EcoHidro, ha desarrollado dos tecnologías que contribuyen a eliminar el boro del agua marina desalinizada, ya que se trata de un elemento fitotóxico, especialmente para cultivos leñosos.

La tesis ‘Evaluación y validación de tecnologías y herramientas para la gestión sostenible del riego con agua marina desalinizada en parcela’, del doctorando Alberto Imbernón Mulero, y dirigida por los profesores José Francisco Maestre Valero y Belén Gallego Elvira, ahonda en la técnica para eliminar el problema de fitotoxicidad en la parcela y el desarrollo de un sistema de riego inteligente que permite gestionar el uso de



Se ha experimentado en una explotación comercial de pomelo de Torre Pacheco. / UPCT

agua desalinizada mezclada con otros recursos convencionales, como las aguas de pozo y aguas del trasvase Tajo-Segura.

Los cultivos del Campo de Cartagena se han visto obligados a utilizar agua de mar desalinizada durante los últimos 15

años. En los últimos tiempos ha habido un uso más intensivo de este recurso, debido a las presiones ambientales y geopolíticas derivadas de la sequía y los efectos del cambio climático, que se traducen en recortes del agua del Tajo-Segura, así como la sobreexplotación de acuíferos.

El sistema de riego inteligente desarrollado ahora en esta tesis de la UPCT permite mezclar el agua desalinizada con las aguas utilizadas en el Campo de Cartagena y optimizar tanto la cantidad de agua como la de fertilizantes.

Se trata de una tecnología que selecciona la combinación de agua y fertilizante más rentable económicamente y consigue un ahorro importante de insumos (agua-fertilizante-energía)

y de consumos. El cabezal de riego en la parcela está conectado a una aplicación web que gestiona de forma muy precisa las necesidades hídricas y nutricionales de la explotación.

La investigación también aborda la toxicidad del Boro, necesario para el crecimiento de la planta, pero fitotóxico en exceso, sobre todo para los cítricos. Los dos sistemas desarrollados en el estudio de la politécnica ya se han probado en los ensayos llevados a cabo con éxito en una explotación comercial de pomelo de Torre Pacheco.

Esta tesis se ha realizado en el seno del grupo de investigación “Diseño y Gestión en Agricultura de Regadío” en el marco de los proyectos SEA4CROP, financiado por el ministerio de Ciencia e Innovación y por la Agencia Estatal de Investigación y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

El grupo desarrolla los proyectos ‘Nuevos avances tecnológicos para un manejo sostenible del riego con agua marina desalinizada’ (SEARRISOST: RTC-2017-6192-2) y ‘Mejora de la sostenibilidad y viabilidad agro-económica y medioambiental de cultivos tradicionales regados con agua marina desalinizada mediante riego inteligente’ (SEA4CROP PID2020-118492RA-C22).

Murcia confirma la presencia del trips del té en cítricos

El Servicio de Sanidad Vegetal ha detectado *Scirtothrips dorsalis* en plantaciones cítricas de la Región

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. La Región de Murcia ha confirmado en el primer boletín informativo de enero la presencia en cítricos de *Scirtothrips dorsalis*, también conocido como trips chilli, amarillo del té o de las flores. El Servicio de Sanidad Vegetal detalla que octubre de 2023, se recibió aviso desde la Oficina Comarcal Agraria de Murcia, al observar unos daños intensos y anormales en las brotaciones otoñales en cítricos localizados en una pequeña parcela experimental de variedades situada en el municipio Murcia, a unos 4 kilómetros de Sangonera La Verde.

Una vez comprobados esos daños y recogidas muestras de esos brotes afectados por parte del Servicio de Sanidad Vegetal, se identificó un problema debido a trips. Ante la sospecha de que se tratara de una especie del género *Scirtothrips*, se enviaron muestras al Dr. Pablo Bielza, del grupo de Protección de Cultivos a la UPCT, para proceder a su identificación, indicándose que se trataba de *Scirtothrips dorsalis*.

Tanto en esa primera muestra como en las sucesivas recogidas en otros puntos de la región donde se encontraron similares daños durante el mes de noviembre, fueron enviadas al laboratorio nacional de referencia de nematodos y artrópodos en Madrid, confirmando esta especie en todos los casos.

Desde este primer aviso, durante el mes de noviembre se han realizado comprobaciones (a modo de catas), en diferentes puntos de zonas productoras de la Región de Murcia, tanto para la recogida de las muestras como identificando los daños característicos que produce este trips y observación de colonias de la especie.

Como resultado preliminar, se pudo comprobar una presencia importante de daños similares en amplias zonas de cultivos cítricos de la región, “lo



Daños de *Scirtothrips dorsalis* en brotaciones de plantaciones de cítricos observados en 2023. / SERVICIO DE SANIDAD VEGETAL-CARM.

cual nos hace suponer que esta misma especie puede encontrarse detrás de estos otros casos”, señala el Servicio de Sanidad Vegetal.

Entre los municipios donde se ha podido detectar se encuentran Murcia, Alhama de Murcia, Molina de Segura, San Javier y Torre Pacheco. Hasta el momento, a tenor de estas primeras prospecciones realizadas, las zonas que parecen estar más afectas serían la zona este del Campo de Cartagena, en plantaciones de Balsicas, El Mirador, Cabezo Gordo, Jimenado, así como en partes de la Huerta de Murcia y Vega Media del Segura (Molina de Segura).

Respecto al origen de estos focos, el Servicio de Sanidad Vegetal de Murcia señala que todo parecen indicar que se ha producido una introducción progresiva desde la provincia

***Scirtothrips dorsalis* Hood, conocido como trips chilli, amarillo del té o de las flores, es un organismo nocivo catalogado como plaga de cuarentena, originario del sur y este de Asia**

Hasta el momento, a tenor de estas primeras prospecciones realizadas, las zonas más afectas serían la zona este del Campo de Cartagena, partes de la Huerta de Murcia y Vega Media del Segura (Molina de Segura)

de Alicante, si bien como ha pasado con otras nuevas plagas recientes (Pulvinaria, cotonet de Sudáfrica o trips de la orquídea), también se han podido producir introducciones accidentales por operadores, a través de cajas de campo o vehículos desde zonas afectadas fuera de

la Región, sin descartar otras posibilidades.

■ **PREVENCIÓN Y CONTROL** Actualmente, no hay publicado un plan de contingencia nacional sobre esta especie. No obstante, desde el Servicio de Sanidad Vegetal consideran

como referencia, por su gran similitud, el disponible de la especie *Scirtothrips aurantii*, que fue publicado en 2021.

En primer lugar, en aquellas zonas o plantaciones donde no se encuentra aún se deben tener especialmente en cuenta medidas de carácter preventivo. Desde el Servicio de Sanidad Vegetal ya han preparado esta información para comunicar con claridad la importancia de este potencial problema fitosanitario de cara a la próxima primavera.

“Es fundamental extremar la vigilancia de cara a detectar la aparición de cualquier síntoma o de ejemplares de trips con un aspecto similar sobre cultivos o plantas ornamentales, debiendo en caso de sospecha contactar con el Servicio de Sanidad Vegetal”, señalan desde el organismo encargado de planificar, coordinar, dirigir y controlar las acciones encaminadas a la prevención y tratamiento de enfermedades de las especies vegetales.

■ **PLAGA DE CUARENTENA** *Scirtothrips dorsalis* Hood, conocido como trips chilli, amarillo del té o de las flores, es un organismo nocivo catalogado como plaga de cuarentena.

Se trata de un insecto originario del sur y este de Asia, que posee un amplio espectro de plantas hospedantes (más de 150 especies), incluyendo cultivos de interés comercial tales como judía, tomate, berenjena, pepino, cebolla, pimiento, cacahuete, soja, fresa, maíz, cítricos, cacao, plátano, higuera, uva, kiwi, mango, melocotón, rosa, peral, crisantemo, té, algodón, tabaco, etc. Asimismo, puede encontrarse en numerosas especies ornamentales o espontáneas, algunas muy comunes en nuestra Región de Murcia como la morera, plumbago, petunia, pasiflora, durillo, pitosporo, aligustre, flor de pascua, hiedra, gandul, ricino, entre otras.

El IVIA trabaja en Chipre para prevenir la llegada del vector del HLB

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. La consellería de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalitat ha iniciado, mediante un equipo de investigadores del IVIA, una colaboración con las autoridades agrarias de Chipre para buscar métodos para prevenir la llegada a la Comunitat Valenciana de la *Diaphorina citri*, el insecto vector del Huanglongbing (HLB), una enfermedad que afecta gravemente a los cítricos.

La colaboración se ha puesto en marcha después de una visita

de varios investigadores del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias para conocer in situ la situación real del vector, promovida por la Consellería. Actualmente, las autoridades agrarias chipriotas mantienen una línea de trabajo de lucha biológica clásica coordinada por investigadores valencianos.

Cabe recordar que el conseller de Agricultura, José Luis Aguirre, ha pedido reiteradamente al ministro, Luis Planas, la activación del control efectivo de

fronteras ante las amenazas que sufre la citricultura valenciana.

Aguirre considera muy importante que por parte del ministerio se solicite a la Comisión Europea que se refuercen los controles en fronteras de material que podría transmitir enfermedades y plagas de alto impacto en la agricultura en general y la citricultura en particular. Asimismo solicita la paralización de importaciones de cítricos de países donde ha habido intercepciones, por ejemplo de Mancha



Diaphorina citri, el insecto vector del Huanglongbing (HLB) / ARCHIVO

negra, mientras no puedan garantizar la seguridad fitosanitaria de sus envíos.

José Luis Aguirre también ha exigido al ministro la aplica-

ción de las acciones y medidas preventivas necesarias por las consecuencias que podría tener la entrada de esta enfermedad en España.



El crecimiento del seguro agrario viene impulsado por el aumento en la contratación del en las principales producciones del campo español. / AGROSEGURO

La contratación de seguros agrarios crece un 16% en 2023

Agroseguro, en su balance del pasado ejercicio, destaca que el capital asegurado marca récord por noveno año consecutivo al superar los 16.900 millones de euros

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
La contratación de seguros agrarios ha crecido un 16% en 2023 hasta los 1.011 millones de euros, según los datos registrados por Agroseguro hasta el 31 de diciembre del año recién concluido. Es la primera vez que el sistema español de seguros agrarios supera los mil millones de euros de recibo de prima.
Según la Agrupación Española de Entidades Aseguradoras de los Seguros Agrarios Combinados, el capital asegurado por el seguro agrario ha marcado récord por noveno año consecutivo tras crecer un 3% en 2023 y situarse en 16.918 millones de euros. Este incremento viene impulsado por el aumento en la contratación del seguro en las principales producciones del campo español,



Nectarinas afectadas por un episodio de piedra durante la pasada primavera. /VF

como las hortalizas (+12%), frutales (+9%), cítricos (+3%), uva de vino (+3%) o el conjunto de los seguros pecuarios (+6%), así como en otras líneas de seguro, como las que cubren produccio-

Productos como hortalizas, frutales, cítricos o uva de vino han aumentando su contratación en 2023

nes industriales textiles y no textiles, cereza, frutos secos, cultivos tropicales, forrajeros, uva de mesa, fresón y frutos rojos, planta viva o producciones forestales, entre otras.
La contratación del seguro en la principal línea por capital asegurado, los cultivos herbáceos, se ha visto fuertemente alterada por la falta de precipitaciones sufrida durante el ejercicio 2023. En efecto, el dato general registra un descenso interanual

debido a la escasa contratación de los módulos primaverales por la menor expectativa de producción derivada de la sequía. Sin embargo, actualmente presenta un aseguramiento en claro ascenso para la campaña 2024. En concreto, las pólizas contratadas durante el otoño —aquellas que incluyen la cobertura más completa, incluyendo sequía— rebasan los 3,2 millones de hectáreas (+12%), y el capital asegurado de cara a la próxima campaña crece un 3% por el momento, sobrepasando ya los 1.900 millones de euros.
En total, el conjunto de las pólizas suscritas durante 2023 suma 6 millones de hectáreas aseguradas y 36,9 millones de toneladas. El número de animales asegurados se eleva hasta los 416 millones.
Este aumento en la contratación de seguros agrarios responde, según señala Agroseguro, a la clara necesidad del medio rural de estar protegido frente a la realidad climática actual, que encadena fuertes episodios de sequía y olas de calor con el constante paso de violentos frentes tormentosos de pedrisco, viento y lluvia, o la aparición de graves heladas, todos ellos riesgos impredecibles y cada vez más frecuentes. Frente a ello, el director general de Agroseguro, Sergio de Andrés, acentúa que “el campo español estará en 2024 más asegurado que nunca en su historia”.
Asimismo, resalta la “confianza que los agricultores y ganaderos tienen en la eficacia del sistema español de Seguros Agrarios Combinados y en la gestión de Agroseguro, que ha sabido dar respuesta en 2023 al año de mayor siniestralidad en la historia del seguro agrario”. A falta de cerrar y evaluar los siniestros recibidos en las últimas semanas del año, las indemnizaciones superarán los 1.200 millones de euros en 2023, casi un 50% más que el año anterior.

La sequía fue el riesgo asegurado más grave en 2023

Agroseguro abonó 471 millones por daños derivados de la falta de agua en 2,3 millones de hectáreas

► **LAURA CRISTÓBAL. EFEAGRO.**
La sequía fue el riesgo asegurado más grave en 2023, con 471 millones de euros abonados para una superficie siniestrada de 2,3 millones de hectáreas, según datos de Agroseguro, que enmarca en este contexto el aumento del 50% de sus primas para el olivar, que encadena ya varias campañas sin agua.
En una entrevista con Efeagro, el director general de Agroseguro, Sergio de Andrés Osorio, ha explicado que si bien ha habido sequías importantes como las de 2012 o 2017, la sufrida el año pasado ha sido “más extrema” y ha tenido la peculiaridad de afectar “a toda la geografía nacional”, con autonomías con los embalses bajo mínimos y dificultades para los regadíos.

Aún así, el director general ha recordado que 2023 también fue un ejercicio con siniestros en todos los riesgos asegurados, como los pedriscos, las heladas o el viento.
Según las cifras dadas a conocer la semana pasada por la Agrupación Española de Entidades Aseguradoras de los Seguros Agrarios Combinados (Agroseguro), en 2023 se ha producido un récord de suscripción de pólizas, con más de mil millones en primas (+16%), 16.918 millones de euros en capital asegurado (+3%) y seis millones de hectáreas, 36,9 millones de toneladas y 416 millones de animales.
En cuanto a los tiempos de respuesta, De Andrés ha señalado que el trabajo realizado

especialmente en tecnología y digitalización “nos ha ayudado a poder pagar cada vez mas rápido. En 2023 hemos cerrado el pago de indemnizaciones a los asegurados en 27 días de media con la tasación definitiva”.
“Al final, el sistema de seguros agrarios está concebido para asegurar la solvencia y que las explotaciones sigan siendo viables y nos sigan dando de comer todos los días”, ha apuntado.
En un contexto, además, en el que no queda más remedio que hacer estudios técnicos constantes porque con el cambio climático “hay cultivos que están cambiando en cuanto a cuándo se siembran o se recolectan, los árboles se vuelen locos con los eventos climáticos y pueden flo-



Sergio de Andrés Osorio, director general de Agroseguro. / AGROSEGURO

recer cuando no deberían”, ha puesto como ejemplo.
En cuanto a los siniestros, y aun a falta de conocer las cifras definitivas, para 2023 se espera que se superen los 1.200 millones en indemnizaciones, lo que pone el foco en la importancia de la figura del Consorcio de Compensación de Seguros (que es quien da respaldo a las propias compañías aseguradoras).
“Somos la envidia por esta institución que tenemos en España”, según De Andrés, quien remarca que, en años de siniestralidad como 2023, la figura del reasegurador público del sistema es la que permite soportar el peso de las indemnizaciones y en dicho ejercicio aportar hasta 470 millones de euros.

En este sentido, ha recordado en que el sistema cuenta “con la importante implicación de las administraciones públicas, que en otros países no sucede”.
El propio ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, insistía la semana pasada en que “el seguro agrario es uno de los instrumentos que nuestro agricultores y ganaderos tienen más eficaces de cara a la defensa de sus intereses”, al recordar “la cantidad récord (de indemnizaciones por siniestros) en la historia reciente de nuestro país”.
“El sistema de nuestro seguro agrario combinado es eficaz y deriva evidentemente del apoyo público”, aseguró el ministro Luis Planas.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 25 al 31 de diciembre de 2023, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	2,51
Otras Variedades	1,82
Almendra	7,50
Castaña.....	4,53
Cereza Burlat	13,16
Chirimoya Fina de Jete	3,92
Ciruela Otras Familia Black.....	4,74
Coco Otras Variedades	2,50
Kaki Rojo Brillante o Persimon	1,00
Kiwi Pulpa Verde	3,71
Kiwigold.....	4,99
Lima Persian.....	2,55
Limón Fino o Primafori	0,57
Verna	0,46
Litchi o Lichi	5,18
Mandarina Clemenule	0,71
Hernandina	1,47
Orunules	1,20
Clemenvilla o Nova.....	0,63
Marisol.....	0,45
Otras Variedades	1,20
Mango Tommy Atkins	6,39
Manzana Golden	1,47
Fuji.....	1,51
Royal Gala.....	1,50
Otras Variedades	1,75
Starking o Similares.....	1,50
Granny Smith	1,31
Pink lady	3,00
Melón Piel de Sapo	1,50
Naranja Navelina	0,63
Nectarina Carne Amarilla	4,26
Nuez	2,94
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,76
Papaya o Papayón.....	4,06
Pera Conferencia	1,60
Piña Golden Sweet.....	1,21
Pitahaya Roja	5,60
Plátano De Canarias 2ª	1,05
Americano o Banana	0,93
Pomelo Rojo.....	1,33
Resto de Frutas	1,28
Uva Blanca Otras Variedades	3,13
Napoleón.....	3,00
Sin Semilla Blanca	4,25
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas	0,70
Hojas Rizadas Lyon	0,70
Ajo Morado	3,90
Blanco	3,00
Tierno o Ajete	2,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	3,15
Apio Verde	0,70
Berenjena Morada	1,85
Boniato o Batata	1,10
Brócoli o Brócoli o Brecol	1,50
Calabacín Verde	1,37
Calabaza De Verano.....	0,70
De Invierno	0,51
Cardo	0,90
Cebolla Tierna	2,40
Grano de Oro	1,15
Blanca Dulce Fuentes de Ebro.....	1,50
Francesa o Echalote	0,68
Chirivía.....	1,00
Col de Hojas Lisas	1,00
Lombarda o Repollo Rojo	0,60
Repollo de Hojas Rizadas.....	0,60
Otras Variedades	0,60
Coliflor	1,50
Escarola Lisa.....	1,20
Espinaca.....	0,80
Jengibre	4,00
Judía Verde Fina	5,70
Verde Perona	7,94
Lechuga Cogollo	2,40
Hoja de Roble	0,90
Iceberg	1,40
Romana	0,50
Lollo Rosso.....	0,90

Maíz o Millo	1,50
Nabo	0,80
Pepino Corto o tipo Español.....	1,50
Perejil	0,70
Pimiento Rojo Lamuyo	1,77
Verde Italiano.....	1,75
Otras Variedades	1,50
Verde Padrón	2,96
Rojo California	2,32
Puerro	1,20
Rábano y Rabanilla	1,02
Remolacha Común o Roja	1,10
Resto de Hortalizas	0,80
Seta Champiñón	2,60
Gircola o Chopo.....	3,95
Tomate Daniela / Long Life / Royesta ...	1,78
Liso Rojo Rama	2,61
Otras Variedades	1,84
Muchamiel.....	0,85
Cherry	3,40
Asurcado Verde Raf.....	2,25
Liso Rojo Pera	1,50
Yuca o Tapioca o Mandioca	2,00
Zanahoria Nantesa	0,70
En Rama	0,80
PATATAS	Euros/kg
Blanca Monalisa (Granel)	0,70
Blanca Spunta (Granel)	1,00
Blanca Spunta (Confec)	1,00
Roja Otras Variedades (Confec)	2,10
Blanca Ágata (Grane).....	0,75
Blanca Agria (Confec).....	0,99
Blanca Agria (Granel)	0,80
Blanca Claustar o Primor (Confec).....	0,70

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 9 al 12 de enero de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	3,50
Pera Conferencia	1,40
Limones	1,00
Manzana Golden	1,00
Naranja Navelina	1,10
Pera Blanquilla	1,40
Piñas	1,25-1,30
Plátanos	1,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	3,00
Lechuga	0,58-0,45
Cebolla.....	0,70
Coliflor	1,40
Judías Verdes Perona	3,40-3,50
Patatas Calidad	0,50
Pimientos Verdes	1,70
Tomate Maduro	1,60-1,55
Tomate Verde	2,50-2,20
Zanahorias	0,68

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 11 de enero de 2024, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	3,75
Aguacate	3,00
Almendra	7,00
Pomelo	1,20
Avellana.....	6,50
Kaki.....	1,10
Carambolas.....	4,00
Castañas	2,50
Cerezas	12,00
Cocos.....	1,10
Membrillo.....	1,20
Dátiles.....	3,50
Feijoas.....	8,00
Higo	3,50
Higos Chumbos.....	2,00
Frambuesa	1,00
Grosellas.....	10,00
Kiwis	2,75
Romana	4,50
Lima	2,50

Limón.....	0,80
Fresa	5,00
Fresón	5,00
Granada.....	1,00
Mandarina Clementina	1,10
Satsuma.....	1,00
Otras	1,00
Mangos.....	2,50
Maracuyá	2,50
Melón Galia	0,70
Amarillo	0,60
Piel de Sapo	1,20
Otros.....	2,30
Moras.....	15,00
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca.....	3,50
Amarilla	3,50
Níspero	3,50
Nueces	3,00
Olivas	1,80
Papayas.....	2,50
Pera Blanquilla	1,00
Verano	1,70
Invierno.....	1,30
Temprana.....	1,00
Piña.....	1,00
Pitahaya	4,00
Plátanos Canario.....	1,10
Importación.....	0,90
Manzana Bicolor	1,10
Amarilla	1,00
Verde	1,10
Roja	1,10
Otras	1,35
Melocotón Amarillo.....	2,50
Rojo Pulpa Blanca	0,90
Rojo Pulpa Amarilla.....	3,50
Ciruela	1,50
Uva Blanca.....	2,70
Negra.....	3,75
Rambután	11,50
Sandía con semilla	0,35
Sin semilla.....	0,80
Naranja	1,00
Limones	0,90
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	1,40
Redonda	1,40
Ajo Seco	4,00
Tierno.....	1,00
Apio	0,75
Acelgas	0,70
Batata	1,00
Borrajá	1,00
Brócoli.....	1,20
Brécol	1,50
Calçots	0,12
Calabaza	0,60
Calabacín	1,90
Cardo	1,00
Alcachofa	2,50
Cebolla Seca	0,70
Figueras	1,10
Tierna.....	0,75
Pepino	1,60
Col Repollo	1,00
Bruselas	1,10
Lombarda	0,70
China	1,50
Coliflor	2,30
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg	0,80
Larga	0,80
Otras	0,70
Endivia	1,20
Escarola.....	0,70
Espárragos Blancos	12,00
Verdes	9,00
Espinaca.....	0,70
Haba	2,50
Hinojo	1,00
Perejil	0,70
Judía Bobi	3,00
Perona.....	3,00
Fina	5,00
Lichis	3,50
Nabo.....	0,90

Zanahoria.....	0,60
Patata Blanca	0,70
Temprana.....	0,90
Roja	0,60
Pimiento Lamuyo	1,90
Verde	1,70
Rojo	1,60
Guisante	4,00
Puerro	1,15
Rábano	0,35
Remolacha.....	0,70
Tomate Maduro	1,00
Verde	1,10
Chirivía	1,10
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	6,50
Rovellón-Niscalo	8,00
Champiñón	2,10
Otras Setas.....	11,00
Maíz	0,90
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 1 al 7 de enero de 2023. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,67
Cereza Picota	10,17
Chirimoya.....	3,17
Coco	2,60
Dátil	5,50
Fresa / Fresón	4,29
Granada.....	1,60
Kaki Pérsimon	1,71
Kiwi / Zespri	3,23
Lima	2,40
Limón.....	0,87
Mandarina Clementina / Fortuna /	
Nadorcott.....	1,15
Clemenules	1,33
Clemenville	1,40
Mango	3,27
Manzanas O.V.	2,23
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,56
Royal Gala / Cardinale	1,85
Starking / Red Chief /	
Glostes / Galaxia.....	1,66
Granny Smith	1,83
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,85
Reineta / Canadá Gris.....	2,30
Melón / Galia / Coca	1,50
Naranja Navel	0,95
Navelina	1,03
Salustiana	0,86
O. V. / Malta / Minolta / Barberina....	1,70
Nectarina	3,25
Nuez	4,10
Pera Conferencia / Decana	1,52
Ercolini / Etrusca.....	2,41
Blanquilla o Agua.....	1,86
Limonera	0,90
Piña.....	1,32
Plátano.....	1,09
Banana	0,80
Pomelo Rubi Start	1,08
Uva	3,60
Otros Frutos Secos.....	12,44
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	1,00
Ajo Seco	2,96
Alcachofa	2,60
Apio	1,28
Berenjena.....	1,38
Boniato / Batata	1,22
Brócoli / Brecol	1,72
Calabacín	1,56
Calabaza / Marrueco.....	0,84
Cardo	1,48
Cebolla / Chalota	0,90
Cebolleta	1,07
Champiñón	2,63
Col Repollo	0,67
Lombarda	1,25

China	1,45
Coliflor / Romanescu.....	1,26
Escarola.....	1,14
Espárrago Verde	6,44
Espinaca.....	1,24
Haba Verde	2,95
Judía Fina.....	5,58
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,71
Lechuga O.V.	0,95
Cogollo	2,47
Iceberg	1,08
Nabo.....	0,89
Pepino	1,61
Perejil	1,40
Pimiento Verde.....	1,33
Rojo Asar	1,60
Puerro	1,70
Rábano / Rabanilla.....	2,27
Remolacha	1,98
Seta.....	5,40
Tagarnina / Cardillo.....	2,23
Tomate O.V.....	1,71
Cherry	2,91
Daniela.....	1,74
Zanahoria.....	0,97
Menestra	2,83
Hierbabuena	1,50
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,81
Añeja	0,80
Patata de Siembra.....	0,88

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 9 al 12 de enero de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	3,67
Clementina.....	1,56
Limones	1,12
Manzana Golden	1,63
Roja	1,48
Naranja Navelina	1,20
Pera Blanquilla	1,70
Piñas	1,52
Plátanos	1,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	3,65
Lechuga	0,81
Cebolla.....	0,61
Coliflor	1,15
Judías Verdes Perona.....	2,39
Patatas Calidad	0,56
Pimientos Verdes.....	1,73
Tomate Verde	2,50
Zanahorias	0,70

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 1 al 12 de enero 2024, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	3,95
Aguacate Fuerte.....	3,50
Hass	3,68
Otras Variedades	5,45
Albaricoque Otras Variedades	2,45
Moniqui	1,95
Almendra	1,50
Cacahuete.....	1,65
Carambola	2,20
Cereza Otras variedades	6,95
Picota.....	10,50
Chirimoya Otras Variedades	4,15
Ciruela Otras Familia Black.....	3,64
Coco Otras Variedades	1,07
Dátil Deglet Nou	4,45
Fresa	12,16
Fresón Otras Variedades.....	9,95
Granada Otras Variedades	1,94
Guayaba Otras Variedades	3,10
Higo Chumbo.....	3,46
Seco	3,45
Verdal	2,95
Kaki Otras Variedades	2,15

MERCADOS NACIONALES

Rojo Brillante o Persimon	2,13
Kivi Kiwigold	5,43
Pulpa Verde	5,21
Limón Fino o Primafiori	0,99
Otras Variedades	1,03
Verna	1,04
Lichi	4,45
Mandarina Clemenlate	1,35
Clemenule	1,35
Ortanique	1,35
Clemenvilla o Nova	1,35
Manga Kent	8,95
Manzanas Fuji	2,07
Golden	2,01
Royal Gala	1,78
Granny Smith	1,75
Reineta	2,18
Starking o Similares	1,80
Otras Variedades	1,60
Melocotón Merryl y Elegant Lady	4,78
Melón Piel de Sapo	2,15
Amarillo	1,25
Otras Variedades	1,35
Galia	2,45
Membrillo Común	2,35
Naranja Valencia Late	1,28
Navel Late	1,30
Lane Late	1,30
Navel	1,29
Navelina	1,30
Otras Variedades	1,27
Nectarina Carne Amarilla	4,79
Nuez	4,15
Papaya Grupo Solo y Sunrise	2,39
Papayón (2-3 kg/ud)	2,32
Pera Conferencia	1,55
Otras Variedades	1,60
Ercolini / Morettini	2,15
Piña Golden Sweet	7,30
Pistacho	9,25
Plátanos Canarias Primera	1,25
Canarias Segunda	0,95
Canarias Extra	1,45
Pomelo Rojo	1,15
Amarillo	1,35
Sandia Sin Semilla	2,38
Con Semilla	2,45
Uva Negra Otras Variedades	3,69
Red Globe Roja	3,87
Blanca Otras Variedades	5,63
Italia o Ideal	2,45
Aledo	4,20
Resto de frutas	1,30
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	2,75
Ajo Blanco	3,55
Tierno o Ajete	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	1,88
Berros	2,25
Boniato o Batata	1,96
Brócoli, Brecol o Brócoli	2,03
Calabacín Blanco	2,67
Verde	0,55
Calabaza De Verano	0,82
De Invierno	0,84
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,99
Morada	1,46
Recas o Similares	0,85
Tierna	0,95
Col China o Pekinensis	1,75
Lombarda o Repollo Rojo	1,72
Repollo Hojas Rizadas	0,75
De Bruselas	3,95
Coliflor	1,12
Endivia	0,95
Escarola Rizada o Frisée	1,95
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby	3,46
Verde Elda	5,95
Verde Otras Variedades	7,27
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,75
Maiz o Millo	1,45
Nabo	0,55
Pepino Corto o Tipo Español	1,45
Largo o Tipo Holandés	1,63
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	2,15
Rojo Lamuyo	2,13
Verde Italiano	2,81
Verde Padrón	4,43
Otras Variedades	1,87
Puerro	2,23
Rábano y Rabanilla	0,65

Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	2,45
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,75
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	1,36
Liso Rojo Canario	0,85
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	2,16
Jengibre	2,25
Ñame o Yame	3,85
Yuca o Mandioca o Tapioca	0,95
Hortalizas IV Gama	5,50
Hortalizas V Gama	7,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel) Euros/kg	
Blanca, Otras Variedades	1,65
Otras Variedades	1,55
Roja Otras Variedades	1,65
Blanca Spunta	1,95

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 8 al 14 de enero de 2024, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS Euros/kg	
Aguacates Hass (local)	3,20
Fuerte (local)	2,80
Cerezas (no local)	12,30
Cocos (no local)	1,00
Dátiles (no local)	3,70
Fresones (local)	15,00
(no local)	5,50
Kakis (no local)	2,25
Granadas (no local)	2,20
Limón Común (local)	0,90
Primofiori (no local)	1,00
Mandarinas Clementina (no local)	1,40
Otras (local)	1,70
Clemenulle (no local)	1,30
Manzanas Fuji (no local)	2,00
Granny Smith (no local)	1,70
Red Chief (no local)	1,70
Royal Gala (no local)	1,20
Golden (no local)	1,10
Otras (no local)	1,00
Reineta (no local)	2,70
Reineta (local)	1,50
Melones Piel de Sapo (no local)	2,50
Piel de Sapo (local)	1,10
Naranja Zumo Pequeña (local)	0,80
Navelina (no local)	1,30
Extra Pais (local)	0,95
Navel (no local)	1,30
Peras Conference (no local)	1,35
Devoe (no local)	1,80
Ercoline (no local)	2,00
Lima (local)	2,50
(no local)	3,30
Piña Tropical (local)	5,00
Tropical Dulce (local)	5,00
Plátanos Extra (local)	1,20
Primera (local)	0,90
Segunda (local)	0,70
Uva Red Globe (no local)	3,40
Otras Blancas (no local)	3,30
Aledo (no local)	3,85
Pomelos (no local)	0,90
(local)	1,20
Papaya Hawaiana (local)	2,00
Cubana (local)	1,70
Híbrida (local)	1,50
Otras (local)	1,70
Guayabos (local)	2,70
Mangas (local)	4,50
Kivi (no local)	3,50
Kiwano (local)	2,00
Higos Picos (local)	4,00
Parchita (local)	5,50
Pitaya Roja (local)	6,00
Carambola (local)	4,00
Arándanos (no local)	24,00
Moras (no local)	26,00
Frambuesas (no local)	20,00
HORTALIZAS Euros/kg	
Acelgas (local)	0,45
Ajos (local)	7,50
Albahaca (local)	7,50
Alcachofa (local)	5,00
Apio (local)	2,00
(no local)	1,70
Berenjenas Moradas (local)	1,30
Bubangos (local)	2,00
Calabacines (local)	1,00
(no local)	2,60
Redondos (local)	1,50
Zucchini (local)	1,60
Calabazas (local)	0,90
Cebollas Cebolletas (local)	4,00
Cebolletas (no local)	1,30
Blancas (local)	1,40

Blancas (no local)	0,95
Moradas (no local)	1,50
Cebollino (local)	10,00
Coles Repollo (local)	0,80
Lombarda (local)	2,00
China (local)	3,50
Coliflor (local)	1,00
Champiñón (no local)	3,25
Chirivías (no local)	1,40
Endivias (no local)	3,20
Espinacas (local)	4,50
Espárragos Trigueros (no local)	6,00
Blanco (no local)	11,00
Habichuelas Redondas (local)	2,50
Coco Planas (local)	2,50
Lechugas Batavia (local)	1,60
Iceberg (local)	2,40
Cogollos de Tuedela (local)	4,00
Hoja de Roble (local)	2,10
Lollo Rosso (local)	2,10
Nabos (local)	2,00
Colinabos (local)	2,00
Pepinos (local)	0,80
Perejil (local)	4,55
Pimientos Verdes (local)	1,70
Rojo (local)	1,80
Rojo (no local)	1,50
Padrón (local)	3,50
Padrón (no local)	3,50
Amarillo (local)	2,60
Puerros (local)	2,40
Rabanillas (local)	1,00
Rábanos (local)	2,00
Romero (local)	15,00
Rúcula (local)	5,60
Setas (no local)	6,00
Tomates Pera (local)	1,60
Pera (no local)	1,80
Salsa (local)	1,20
Ensalada (local)	1,60
Ensalada (no local)	3,50
Cherry (local)	3,60
Tamarillo (local)	2,00
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (local)	1,50
Segunda (no local)	0,80
Primera (local)	2,40
Primera (no local)	0,90
Batatas Otras (local)	2,50
Otras (no local)	1,70
Lanzarote (no local)	2,75
Yema Huevo (local)	2,40
Blancas (local)	2,40
Pimientas Otras (local)	6,00
Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	4,00
Berros (local)	2,20
Beterrada (local)	1,40
(no local)	2,80
Cilantro (local)	4,90
Chayote (local)	0,60
Maiz Cocido (no local)	2,80
Piña Millo Dulce (local)	3,30
Ñames (local)	7,00
Yuca (no local)	2,30
Pantanas (local)	1,50
Hinojo (no local)	2,80
Piña de Millo (local)	3,30
Brecol (local)	3,20
Hierba Huerto (local)	5,25

PATATAS Euros/kg	
Patatas	
Otras Blancas (local)	2,50
Otras Blancas (no local)	1,40
King Edward (no local)	1,60
Cara (no local)	1,70
Cara (local)	1,40
Rosada (local)	2,80
Negra (local)	7,00
Negra Oro (local)	9,50
Slaney (local)	1,80
Red Cara / Druid (local)	1,70
Colorada Baga (local)	5,00
Galáctica (local)	1,70
Rooster (local)	2,20
Up To Day (local)	1,80

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 9 al 12 de enero de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Chirimoyas	4,00-4,18
Clementinas	1,20-1,08
Limonos	0,70-0,68
Manzana Golden	1,40-1,25
Roja	1,40-1,38
Naranja Navelina	0,54-0,58
Pera Blanquilla	1,45-1,42

Ailimpo. Coyuntura mercado de limón y pomelo

Resumen informativo de la coyuntura de mercado del limón y pomelo en España facilitada por Ailimpo-Consejería de Agricultura de Murcia, durante el periodo comprendido del 1 al 7 de enero de 2024. Precios origen. Semana 01/2024.

Advertencia Consejería Agricultura Murcia: *La información contenida en este documento tiene un carácter exclusivamente ORIENTATIVO, de ningún modo posee carácter oficial. Está obtenida como consecuencia del seguimiento que realiza esta Unidad con el único objeto de orientar acerca de las cotizaciones más representativas de cada producto agrícola y ganadero. Por ello, las transacciones realizadas en los periodos de referencia, pueden haber sido realizadas a unas cotizaciones que no se correspondan con las reflejadas en este documento Por tanto la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca no se hace responsable de cualquier uso que se le pretenda dar, mas allá del indicado como orientativo.*

LIMÓN

Se inicia oficialmente la segunda parte de la campaña de limón fino, en origen la presión de la oferta de fino macrofila presiona a los productores que se marcan como objetivo encontrar un cierre de operación pero en un contexto típico de enero donde salimos de la resaca de navidad y nos enfrentamos a un escenario tranquilo al menos en las primeras semanas de enero. La calidad de cada partida es la que determina las opciones de venta y el precio, ya que el destrío por plagas, viento y piedra penaliza el valor de la fruta comercial, siendo además el mercado para las segundas ciertamente limitado. La industria de procesado trabaja a buen ritmo en el límite de su capacidad teórica pero en un entono de mercado mundial con demanda débil de zumo y aceite desbordado ñor la oferta de Argentina. Posiblemente sea un buen momento para una reflexión sobre el impacto de las nuevas plantaciones (7 millones de limoneros en los últimos 8 años) y del mapa varietal con predominio de patrones tempranos que sobrecargan la producción en pocas semanas.

POMELO

A la expectativa después del parón de demanda típico de Navidad y post navidad.

Piñas	1,30
Plátanos	0,88-0,85
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofas	3,19-2,68
Lechuga	0,64-0,66
Cebolla	0,73-0,76
Coliflor	1,35-0,92
Judías Verdes Perona	2,60-2,50
Patatas Calidad	0,80
Pimientos Verdes	1,55-1,59
Tomate Verde	1,88-1,85
Maduro	1,73-1,72
Zanahorias	0,78-0,77

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 9 al 12 de enero de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Chirimoyas	3,00-2,50
Clementinas	0,75-0,80
Limonos	0,70
Manzana Golden	0,75-0,80
Roja	0,80-0,75
Naranja Navelina	0,60-0,40
Pera Blanquilla	1,25
Piñas	0,90-1,25
Plátanos	1,30-1,20
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofas	3,50-1,50
Lechuga	0,60
Cebolla	0,65
Coliflor	1,80-1,90
Judías Verdes Perona	4,00-5,00
Patatas Calidad	0,65
Pimientos Verdes	1,30-1,60
Tomate Maduro	0,80
Verde	1,25
Zanahorias	0,60

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 11 de enero de 2024. Información de EFEAGRO.

CEREALES Euros/Tm	
ALFALFA	
Alfalfa	
Rama campo 1ª	S/C
Rama campo 2ª	S/C
AVENA	
Avena	
Blanca	275,00
Rubia	280,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso –62 kg/hl	208,00
Pienso +62 kg/hl	214,00
CENTENO	
Centeno	219,00
GIRASOL	
Pipa	
Alto Oléico	S/C
Pipa de Girasol	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maiz sobre	
Secadero	225,00
PAJA	

Paja Empacada	S/C
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	345,00
Duro Proté=12%	340,00
Extensible Chamorro	372,00
Forrajero	229,00
Gran Fuerza w 300	324,00
Media Fuerza w –300	299,00
Panificable	247,00
Triticales	225,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	S/C
Yero Grano	S/C

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 9 de enero 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES Euros/Tm	
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	285,00
CEBADA	
Importación	224,00
Nacional P.E. (62-64)	233,00
CENTENO	
Centeno	215,00
COLZA	
Importación 34/36%	340,00
GARROFA	
Harina	316,00
Troceada	337,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	237,00
GIRASOL	
Importación 34%	330,00
Semillas de Girasol	402,00
Importación 28/3	243,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación	340,00
Importación	215,00
Importación CE	228,00
MIJO	
Importación	650,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%	S/C
Harina	
Soja Nacional 47%	512,00
Aceite Crudo de Soja	920,00
Salvados de Soja	255,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	215,00
Forrajero	238,00
Panificable,	
mín. 11	248,00
Triticales	S/C
FRUTOS SECOS Euros/Tm	
ALMENDRAS	
Común 14 mm	5.900,00
Largueta 12/13 mm	6.050,00
Largueta 13/14 mm	7.800,00
Marcona 14/16 mm	11.000,00
Marcona 16 mm	11.600,00
AVELLANA	

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 1, del 1 al 7 de enero de 2024, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>		
CLEMENTINAS		
Clemenules	0,25-0,35	Alicante
Clemenules	0,30-0,35	Castellón
Clemenules	0,30-0,40	L. Valencia
OTRAS MANDARINAS		
Clemervilla	0,25-0,45	Alicante
Clemervilla	0,36-0,47	Castellón
Clemervilla	0,21-0,41	Valencia
Clemervilla	0,32-0,45	L. Valencia
Nadorcott	0,42-0,76	Valencia
Nadorcott	0,63-0,75	L. Valencia
Ortanique	0,30	Alicante
Ortanique	0,17-0,28	Valencia
Ortanique	0,25-0,30	L. Valencia
Tango	0,70-0,73	Castellón
Tango	0,42-0,76	Valencia
Tango	0,65-0,82	L. Valencia
NAVEL		
Navel Lane Late	0,41-0,50	Alicante
Navel Lane Late	0,42-0,45	Castellón
Navel Lane Late	0,34-0,43	Valencia
Navel Lane Late	0,32-0,50	L. Valencia
Navel Powell	0,42-0,45	Castellón
Navelina	0,30-0,35	Alicante
Navelina	0,13-0,28	Valencia
Washington Navel	0,31-0,38	Castellón
Washington Navel	0,17-0,38	Valencia
Washington Navel	0,26-0,44	L. Valencia

BLANCAS		
Salustiana	0,17-0,28	Valencia
Salustiana	0,25-0,35	L. Valencia
SANGUINAS		
Sanguinelli	0,47	Castellón
Sanguinelli	0,35-0,53	L. Valencia
LIMÓN		
Limón Fino	0,14-0,24	Alicante
POMELO		
Rojo	0,20-0,30	Alicante
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,52-0,86	Alicante
Ajo Puero	0,70	Alicante
Alcachofa Consumo Fresco	0,90-2,37	Alicante
Consumo Fresco	1,70-2,98	Castellón
Consumo Fresco	1,32-2,11	Valencia
Industria Corazones	0,80-1,12	Alicante
Apio Verde	0,42-0,47	Alicante
Berenjena Rayada	1,20-1,38	Alicante
Boniato Rojo	0,43-0,86	Alicante
Blanco	1,23-1,26	Alicante
Calabacín	1,22-1,55	Castellón
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,26-0,43	Alicante
Tipo Cacahuete	0,62-0,70	Castellón
Redonda	0,75-1,28	Castellón
Redonda	0,66-0,97	Valencia
Cebolla Tierna	0,75	Castellón
Cebolla Tierna	0,53-0,66	Valencia

Col China	0,38-0,48	Castellón
Lombarda	0,35-0,40	Castellón
Brócoli	0,60-0,90	Alicante
Brócoli	0,80	Castellón
Brócoli Industria	0,25-0,30	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,22-0,47	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,37	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,39-0,49	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,353	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,38-0,64	Castellón
Coliflor Blanca	0,60-1,00	Alicante
Blanca	0,47-1,07	Castellón
Blanca	0,65-1,08	Valencia
Escarola		
Hoja Ancha Lisa	0,32	Alicante
Hoja Ancha Lisa	0,36-0,38	Castellón
Hoja Rizada	0,34	Alicante
Hoja Rizada	0,39-0,42	Castellón
Hoja Rizada	0,56-0,88	Valencia
Haba Muchamiel	1,56-2,58	Alicante
Muchamiel	3,00	Castellón
Judía		
Verde Perona	2,13-2,55	Castellón
Boby	3,44-4,30	Alicante
Lechuga		
Romana	0,38-0,47	Alicante
Romana	0,22-0,35	Castellón
Romana	0,26-0,31	Valencia
Trocadero	0,38-0,90	Castellón
Trocadero	0,49	Alicante

Maravilla	0,30-0,51	Castellón
Iceberg	0,35-0,50	Alicante
Little Gem	0,24-0,27	Alicante
Patata		
Blanca	0,57-0,65	Alicante
Blanca	0,80	Castellón
Pepino		
Blanco	1,70	Alicante
Tomate		
Acostillado	1,23-2,37	Alicante
Raff	1,91	Castellón
Daniela	1,46-1,55	Castellón
Zanahoria	0,31	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	2,60-3,00	Alicante
Comuna	2,73-3,18	Castellón
Largueta	3,20	Alicante
Marcona	4,87-5,00	Alicante
Marcona	4,80-5,00	Castellón
Plantea	2,80-3,00	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
ACEITE		
Oliva Lampante >2º	6,00-7,40	Castellón
Oliva Virgen 0,8º-2º	8,10-8,20	Castellón
Oliva Virgen Extra	8,70	Castellón
Garrofa		
Entera	0,36-0,55	Castellón

Negreta	
en grano	7.300,00
PIÑÓN	
Castilla	44.000,00
Cataluña	43.500,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
GUISANTE	
Forrajero	S/C
Forrajero	
Importación.....	S/C
ACEITE	
Palmiste	
Importación.....	212,00
Crudo	
de Palma.....	910,00

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cítricos de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 9 de enero de 2024. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CÍTRICOS	Euros/Tm
Naranja	
Navelina Calidad 1ª	S/O
Salustiana Calidad 1ª	0,40-0,42
Salustiana Calidad 2ª	S/O
Lane Late Calidad 1ª	S/O
Híbrida Tango	0,85-0,95
Industria Grupo Navel	0,30-0,40
Industria Grupo Blanca	0,38-0,40

Nota: Los precios son orientativos, en árbol, origen Córdoba. Sin IVA incluido. Para la naranja de industria los precios son sobre camión.

La lonja retoma su actividad después del parón navideño. Deja de cotizar la Navelina en fresco. Ligera bajada de las cotizaciones de Salustiana calidad 1ª. Se espera cotizar la Lane Late calidad 1ª en las próximas semanas ante el inicio de las primeras operaciones. Repetición para la mandarina híbrida Tango. La parte superior de las horquillas se corresponden con calibres altos y extras. Importante subida de la cotización de industria grupo Navel y se comienza a cotizar la industria grupo Blanca con la misma cotización de la Navel.

La próxima sesión el martes 16 de enero de 2024.

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 12 de diciembre de 2023. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	368,00
Grupo 2.....	358,00
Grupo 3.....	351,00
Grupo 4. A	328,00
Grupo 4. B	S/O
Grupo 4. C	S/O
TRIGO BLANDO	
Grupo 1.....	S/C
Grupo 2.....	S/C
Grupo 3.....	273,00
Grupo 4.....	221,00
Grupo 5.....	221,00
OTROS PRODUCTOS	

Tricale.....	S/O
Cebada.....	217,00
Avena.....	S/C
Maiz.....	S/C
Sorgo.....	S/C
Habas.....	S/O
Guisantes.....	S/O
Girasol Alto Oleico.....	S/O
Girasol.....	S/O
Colza.....	S/O

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

Próxima sesión 13 de enero de 2024.
Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja
de Contratación de productos agrarios, del
9 de enero de 2024. Precios orientativos
origen Córdoba, agricultor.

ALMENDRAS	Euros/Tm
Floración Tardía	
Monovarietal.....	3,12
Soleta.....	3,12
Belona.....	3,12
Guara.....	3,12
Antoñeta.....	3,12
Constanti.....	3,12
Comuna Tradicional.....	3,12
Ecológica.....	5,25

Nota: Escasas operaciones. Se cotiza CALIDAD PROPIETARIO considerando calibre 20/60/20. Próxima sesión 23 de enero de 2024.

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos,
en almacén, del día 10 de enero de 2024,
fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso.....	228,00
Cebada	213,00
Triticale.....	218,00
Centeno	200,00
Avena	258,00
Maíz.....	225,00
GIRASOL	Euros/Kg
Girasol.....	375,00
Girasol Alto Oleico.....	385,00
ALUBIAS	Euros/Kg
Pinta.....	1,15
Riñón de León.....	1,55
Canela.....	1,65
Negra.....	3,00
Palmeá Redonda.....	2,40
Planchada	2,00
Plancheta	2,20
Redonda	1,40
PATATAS	Euros/Kg
Agria.....	350,00
Jaerla.....	S/C
Kennebec.....	310,00
Red Pontiac.....	310,00
Red Scarlett.....	310,00
Hermes.....	310,00
Yona.....	310,00
FORRAJES	Euros/Kg
Alfalfa paquete rama	300,00
Paquete deshidratado	340,00
Paja 1ª.....	150,00

Veza Forraje de 1ª	370,00
Forraje	300,00

Subida de 6 euros en tonelada de la paja en la lonja de León debido a la poca oferta. La producción fue escasa y todavía de hoy el ganadero que no fue previsor le resulta casi imposible acceder a este producto, independientemente del precio, incluso se está dando la circunstancia de que, al no poder encontrar partidas de paja, se han visto obligados a reducir su carga ganadera. Nueva subida en vacuno de la categoría de pasteros macho, acompañada esta vez también de una fuerte subida de las hembras, cuyo precio había estado más estable, la oferta sigue siendo escasa, el consumo en estas fechas festivas fue el esperado y las cargas de animales vivos hacia la exportación se siguen realizando a buen ritmo. Bajada de 1 céntimo en el precio de la leche de vaca, ya descontado por los ganaderos, puesto que el contrato que se firmó para diciembre, enero y febrero se había realizado en noviembre. También el año ha comenzado con una ligera bajada en el precio de algunos cereales, a la espera del informe USDA del mes de enero que saldrá este viernes. Por lo demás repetición de precios en el resto de los productos que pueden ser consultadas en nuestra web.

www.lonjadeleon.es.

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 8 de enero de 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALMENDRA	
Guara	2,80
Comuna Ecológica	4,80
Pelona	1,80
Belona	2,90
Constantí	2,90
Vairo	2,90
Lauranne	2,80
Común	2,70
Largueta	3,85
Marcona	4,75
PIÑÓN	
Alameda	44,00
Castilla	44,00
AVELLANA Euros/Libra	
San Giovanni	1,89
Tonda	1,92
Negreta D.O.P.	2,15
Corriente	1,85
Negreta	2,09

Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 15 de enero de 2024. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Blando	242,00
Cebada	

P. E. (+64)	227,00
Avena.....	265,00
Centeno	223,00
Tricale.....	230,00
Maíz, (14°)	219,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Guisantes	S/C
Garbanzo	
Pedrosillano	920,00
Lenteja	
Armuña.....	S/C
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol (Alto Oleico)	S/C
Colza.....	S/C
FORRAJES	Euros/Tm
Forrajes (Avena)	S/C
Forraje	
de Primera.....	S/C
Alfafa	
Empacada	S/C
Veza (Henificada)	S/C
Paja Paquete Pequeño	S/C
Paja Paquete Grande.....	160,00

Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados en la Lonja de Segovia del día 11 de enero de 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALFAFA	
Alfafa	
Empacada.....	210,00
AVENA	
Avena.....	267,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	214,00
CENTENO	
Centeno	213,00
COLZA	
Colza.....	380,00
GIRASOL	
Girasol.....	370,00
PAJA	
Paja	
Empacada	150,00
TRIGO	
Trigo Nacional	229,00

Lonja de Sevilla

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

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1.....	S/O
Grupo 2.....	S/O
Grupo 3.....	280,00
Grupo 4.....	S/O
Grupo 5.....	230,00
Pienso Importación	230,00
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	375,00
Grupo 2.....	360,00
Grupo 3.....	ANEXO
Grupo 4.....	ANEXO

Triticale	
Nacional.....	224,00
Importación.....	224,00
Avena	
Importación.....	330,00
Nacional.....	S/O
Cebada,	
Igual y más de 64	S/O
Menos de 64.....	S/O
Importación Origen Puerto.....	228,00
Maíz	
Importación origen Puerto	224,00
Nacional.....	S/O
Habas	
Nacional.....	S/O
Importación.....	355,00
Guisantes	
Nacional.....	S/O
Importación.....	S/O
Girasol	
Alto oleico +80%	430,00
Convencional.....	418,00
Colza.....	
S/O	

NOTA: Ante la diversidad de calidades en esta campaña, los precios que cotiza esta lonja pueden estar sujetos a correcciones particulares de cada partida, como granos asurados, índice de caída, GMF, etc...

Próxima sesión el 16 de enero de 2024.

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 11 de enero de 2024. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FE-GA (Campaña 2022-2023).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz	
Secadero	238,00
CEBADA	
Pienso	
+62 kg/Hl	234,00
Pienso -62 kg/Hl	228,00
AVENA	
Rubia	S/C
Pienso	303,00
TRIGO	
Duro Pr>12.....	S/C
Pienso	
+72 Kg/Hl	246,00
Fuerza	
+300w +14 pr	S/C
Fuerza	
-300 +12,5 pr.....	S/C
Panificable	
P>11, W<200	S/C
Chamorro.....	S/C
Triticale.....	238,00
Centeno	S/C
Guisante	302,00
Yeros	S/C
Garbanzo	
sin limpiar	S/C
Veza	S/C
Alfafa 1ª	340,00
Paja 1º + p grande.....	168,00
Nota: Cambio a la baja en cereales, más	

MERCADOS NACIONALES

marcado en maíz. Pocas operaciones. Sube la paja de cereal.
Próxima reunión el 25 de enero de 2024.

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 8 de enero de 2024
Campaña 2023-2024.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	Sin operaciones
Navel.....	0,26-0,44
Navel Lane Late	0,32-0,50
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett.....	0,55-0,58
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	0,35-0,53
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	0,25-0,35
Barberina y Mid-night .	Casi sin operaciones
Valencia Late.....	Sin operaciones
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
GRUPO SATSUMAS	
Okitsu	Sin existencias
Owari	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubi, Orogrós	
.....y Basol	Sin existencias
Orunules	Sin existencias
Marisol.....	Sin existencias
Arrufatina.....	Sin existencias
Clemenules y	
Orogrande.....	0,30-0,40
Hernandina	Sin operaciones
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	0,32-0,43
Tango.....	0,65-0,82
Nardocott.....	0,63-0,75
Ortanique.....	0,24-0,30
Orri.....	Sin operaciones
<i>Nota: Compras ralentizadas y recolección a ritmo normal. El próximo boletín de cotizaciones se publicará el lunes, 15 de enero de 2024..</i>	

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 11 de enero de 2024.

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
Guadamar,	
.....disp. Valencia	S/C
Gladío y Tahibonnet,	
.....disp. Valencia	S/C
Sirio, disp. Valencia	465,00-476,00
Puntal	S/C
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
Guadamar Extra,	
.....disp. Valencia	1.300,00-1.370,00
Largo Índica,	
.....disp. Valencia	1.100,00-1.200,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
.....disponible Valencia	285,00-290,00
Medianos Corrientes,	
.....disponible Valencia	480,00-500,00
Medianos Gruesos,	
.....disponible Valencia	520,00-550,00
CEREALES-LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Maíz Importación,	
.....disp. Puerto Valencia	222,00
Maíz Nacional,	
.....destino Valencia	S/C
Cebada	
Nacional, dest. Val.....	S/C
Importación.....	226,00
Avena Rubia,	
.....dest. Navarra.....	S/C
Blanca, dest. Valencia.....	S/C
Guisantes Importación,	
.....dest. Valencia	325,00
Veza Importación	S/C
Semilla Algodón,	
.....destino Valencia.....	488,00-490,00
Trigo Pienso Nacional,	

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 18 de diciembre de 2023 al 7 de enero de 2024.

CEREALES

■ **De invierno:** **Almería:** El estado fenológico predominante es el de desarrollo de hojas. **Cádiz:** El estado fenológico de los **cereales de invierno** oscila entre el desarrollo de hojas y el comienzo del ahijamiento en las fincas más tempranas. Se realizan aplicaciones de abonados en cobertera en algunas fincas. **Córdoba:** El estado fenológico predominante oscila entre BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas) y BBCH 21-24 (Ahijado). Se observan **cereales** con un desarrollo heterogéneo; unos **trigos** bien nacidos, completos de plantas, los más adelantados comenzando el ahijado y recién aplicado el abonado de cobertera, en otros casos no han tenido buena nascencia y se observan claros. Los **triticales** presentan buen desarrollo, encontrándose en fase de ahijado. **Granada:** A pesar de las lluvias, la nascencia de los **cereales** está siendo muy dispar. Se observan parcelas con buen desarrollo y otras que han tenido muy mala nascencia. **Huelva:** El estado fenológico del cultivo oscila entre BBCH 1-9 (Nascencia) y BBCH 21-23 (Primeros hijos visibles). En las comarcas **Condado Campiña** y **Condado Litoral**, el 80% del cereal está nacido, se observan las parcelas completas de plantas, con una altura de unos 5-10 cm, las lluvias de la última semana han sido muy positivas. Las siembras más tardías vienen naciendo. **Jaén:** Se observan parcelas de **cereal** en fase de desarrollo de hojas, aunque en estos días se encuentran paralizadas por la bajada de las temperaturas. Las parcelas de **trigo duro** y **avena** presentan unos 5-8 cm de altura, con 4 hojitas verdaderas. **Málaga:** El estado fenológico oscila entre parcelas en desarrollo de las primeras hojas con otras por nacer. El cultivo necesita más agua a pesar de las lluvias de la última semana. Hay zonas en la **comarca Norte** dónde ha llovido en los últimos días y el terreno está húmedo y otras donde se ha llegado a secar lo sembrado por falta de lluvias. Sólo en torno al 10-15% ha aplicado abonado de fondo, esperando a la cobertera para aportar nitrógeno. Los que abonaron lo han hecho con triple quince en dosis de unos 250 kg/ha. **Sevilla:** El estado fenológico dominante es el de desarrollo de las primeras hojas, nascencia y primeros estadios en el caso de las siembras más tardías y ahijado en las siembras más tempranas. En general, se observa una buena nascencia y cobertura del terreno ya que las lluvias, aunque no han sido abundantes, han acompañado oportunamente y la humedad no le ha faltado al cultivo hasta la fecha. Se aplican abonados de cobertera. En algunas de las mejores tierras de la zona arrocerá pueden verse tablas ocupadas por **cereales de invierno**, **forrajeras** y cultivos energéticos de secano.

LEGUMINOSAS

El estado fenológico de las **habas** y **guisantes** es el de desarrollo de las primeras hojas en las siembras más tempranas y de nascencia y primeros estadios en el caso de las siembras más tardías.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

Se realiza la preparación del terreno y siembra de la **patata temprana**.

CULTIVOS INDUSTRIALES

Las siembras de la **remolacha azucarera** pueden darse por concluidas, en **Sevilla** se observa una buena nascencia en general y un estadio de desarrollo de entre 2 y 8 hojas según la fecha de siembra. En el cultivo de la **colza**, en **Sevilla** se produce la germinación y primeros estadios en las parcelas sembradas. En **Córdoba**, el estado fenológico de la **colza** oscila entre BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas) y BBCH 30-39 (Crecimiento longitudinal del tallo principal). La climatología ha beneficiado al cultivo y se observan parcelas con crecimiento longitudinal del tallo en las más adelantadas y desarrollo de hojas en las más tardías. Con la bajada de temperaturas de estos días se ha parado el crecimiento.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** Continúan las labores de mantenimiento, entutorado y recolección de todos los tipos de **pimientos**. En algunos invernaderos se instala doble techo para aumentar la temperatura en el interior . En función del precio se corta o se mantiene el **pimiento** en la planta. Los cultivos de **tomate** están en fase de engorde y cuajado y recolección. Se realizan labores de destallado y entutorado. En los invernaderos de **berenjena**, continúa la recolección y en general se observa un buen desarrollo vegetativo, floreciendo, cuajando y engordando los frutos. En invernaderos con cultivo de **calabacín** se pueden ver plantaciones en todos los estados. Algunas están terminando su ciclo productivo y normalmente repiten con una nueva plantación de **calabacín**, utilizando manta térmica en las primeras fases de cultivo para conseguir un buen aislamiento. Algunas plantaciones de **pepino** ya han finalizado su ciclo productivo y después de su arranque se realiza una nueva plantación de pepino u otra hortaliza. Los invernaderos con plantaciones recientes suelen tener instaladas doble cubierta y manta térmica para proteger del frío y acelerar el desarrollo vegetativo. Ya se han iniciado las plantaciones de **sandia**. Se observa un buen desarrollo vegetativo. En estas primeras etapas de crecimiento los cultivos se desarrollan bajo túnel de plástico para protegerse de las bajas temperaturas. **Cádiz:** En la comarca **Costa Noroeste**, se observan invernaderos con tapines blancos y verdes en fase de crecimiento de brotes laterales, plantas abiertas, entutorados con las primeras flores y frutos en fase de engorde. Se están plantando nuevos invernaderos de **calabacines**. **Granada:** En la comarca de **Alhama**, los invernaderos se encuentran con los plásticos levantados y preparando el terreno. En la comarca de **La Costa**, están en producción los **tomates Pera** y **Rama**. Salen de los invernaderos **tomates Cherry**, **Cherry Pera** y **Cherry Rama**. Se están recolectando **pepino español** y **pepino holandés**, con pocos rendimientos todavía. **Judías verdes tipo redondas y planas** están comenzando a producir. Los **calabacines tanto verdes como blancos** se encuentran en fase de engorde y maduración. Hay pocos kilos y las cotizaciones están al alza. **Huelva:** El estado fenológico de las **fresas** en los invernaderos oscila entre las que están madurando y en recolección hasta las más tardías, que se encuentran en floración-cuaje. En fase de producción sube el abonado en potasa, con aportes de nitrato potásico además de nitrato amónico y nitrato cálcico. El estado predominante de las **frambuesas** es el BBCH 81-89 (Maduración del fruto). Las más tardías se encuentran en BBCH 61-69 (Floración-cuaje). Se observa un buen número de invernaderos en producción con variedades como **Shanì** desde hace varias semanas. Se está subiendo la potasa en la fórmula del abonado. Comienza la recolección en las plantaciones de **arándanos**, aunque escasa en producción. Variedades como **Snowchaser**. ■ **Al aire libre:** **Almería:** Se observan muchas plantaciones de **lechugas** en recolección. Una vez finalizada dan comienzo seguidamente las labores preparatorias del terreno para la siguiente plantación. La plantación se ha realizado de forma escalonada y progresiva y se pueden observar cultivos en diferentes estados de desarrollo. En el caso de **brócoli** y de **coliflor** la situación es similar. **Cádiz:** En la zona de **La Algaida**, los **pueros** se encuentran en fase de desarrollo de las partes vegetales cosechables. Presenta una altura de unos 30-40 cm, el terreno está húmedo. Los **nabos blancos** se encuentran en fase de recolección los más adelantados y engordando en la mayoría de parcelas. A pesar de la lluvia se están regando por aspersión. La **zanahoria** se encuentra en fase de recolección las más adelantadas y en fase de desarrollo de hojas las más tardías. **Granada:** En la comarca de **Alhama**, las bajas temperaturas están afectando los cultivos con heladas. Se observan parcelas de **coliflores** en fase de desarrollo de las partes vegetales cosechables. Hay fincas en recolección y otras recién plantadas. Las **alcachofas** se encuentran en fase de crecimiento del tallo. No se observan frutos todavía. Las **habas de verdeo** se encuentran en fase de nascencia y desarrollo de los primeros pares de hojas. Algunas se encuentran en terreno acolchado y otras plantadas sin plástico. Hay parcelas con restos de cosecha por recoger y con las cañas en pie todavía. Las más adelantadas se encuentran ya labradas de cara a las próximas siembras. En la zona de **La Costa**, se observan parcelas de espinacas en fase de crecimiento vegetativo. Hay fincas de **kale** en crecimiento vegetativo. Otras recién plantadas con las primeras hojas en desarrollo. **Huelva:** En la comarca **Condado Litoral**, se observan parcelas de **zanahorias** para manojos en recolección así como otras en fase de engorde de raíz y las más tardías en crecimiento vegetativo. Se recogen colirrábanos, oscilando la fenología entre desarrollo de hojas y engorde de la raíz. Hay parcelas de **pueros** en fase de engorde del tallo y otras en

crecimiento de la planta. Las parcelas de **escarola** están en producción, otras están en fase de desarrollo de hojas. **Jaén:** Se observan parcelas de **ajos Spring** plantadas en los meses de septiembre-octubre. La siembra ha sido con cabezas de 12 dientes, a 45 cm entre hilos y con un rendimiento de unos 1.100 kg/ha. Se ha abonado en fondo con el tipo 10-7-20 en dosis de 50 kg/ha. Tienen sobre 4-6 hojas verdaderas y una altura de 20 cm. **Málaga:** En la comarca **Norte**, se observan parcelas de cebollas tempranas en fase de crecimiento de hojas, con 5-6 hojitas verdaderas. El terreno está húmedo debido a las lluvias de los últimos días. El cultivo se riega por aspersión con pivot o aspersores de gran tamaño. En la comarca de **La Costa**, se observan parcelas de **alcachofas Blanca de Tudela** en recolección, con otras en fase de crecimiento de brotes laterales. Algunas parcelas de **fresas** se encuentran en fase de engorde de frutos en la zona de **Torrox**. Los **espárragos** se encuentran a punto de desbrozarse, amarillos. **Sevilla:** Desarrollo de las primeras hojas en las **cebollas tempranas** con una significativa reducción de la superficie del cultivo este año en la provincia. Desarrollo de hojas de la **espinaca** para industria también con escasa superficie. Desarrollo escalonado de las **zanahorias** e inicio de la recolección en **la Marisma** de las siembras más tempranas de septiembre.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Granada:** El estado del cultivo más tardío de los **almendros** es el O (Caída de hojas) y el predominante es el A “Yema de invierno”. Hay algunas zonas en las que la hoja está cayéndose, en otras el árbol está completamente en parada vegetativa. No ha comenzado la poda en las parcelas observadas. **Jaén:** Los **pistacheros** se encuentran en fase de parada vegetativa. Variedades como **Kerman** y **Larnaka** con diferentes marcos, 6x6m, 8x8m, entre otros, se encuentran en reposo. ■ **Frutos hueso y pepita:** **Huelva:** Finalizada la campaña del **caqui**, los rendimientos medios han sido de unos 25 tn/ha. Ha habido una reducción significativa en el número de hectáreas respecto a otras campañas, que en zonas como la comarca **Costa** podría estimarse en un 33%. El verano fue muy estresante, poca dotación hídrica que terminó afectando la calidad de la fruta. **Sevilla:** Los frutales se encuentran en parada vegetativa, avanzan las labores de poda y se aplican tratamientos fungicidas. Se inicia el engrosamiento de las yemas en las parcelas más precoces de **frutales de hueso**. ■ **Frutos subtropicales:** **Málaga:** La variedad de **aguacate Bacon** está acabada. La **Fuerte** también, hay pocas parcelas con fruto. La principal en recolección es la **Hass**. Se ha perdido mucha fruta y los rendimientos son muy bajos.



CÍTRICOS

Córdoba: Las parcelas de **Navelinas** están muy avanzadas y están comenzando las **Navel** y las **Salustianas**. Se observan parcelas con poco calibre y mucha fruta que ha ido para industria con buenas cotizaciones. **Huelva:** La recolección avanza, con rendimientos inferiores a otras campañas en **Clementinas** y **Clemenvilles**. Comienzan a verse operaciones de la variedad **Tango** y otros híbridos. En las **naranjas** como **Navelinas** se da por finalizada la campaña, se empiezan a sacar las **Salustianas** y **naranjas** del tipo **Navel**. **Málaga:** En la comarca **Centro** se recoge **limón del tipo Fino**. Los rendimientos se sitúan alrededor de 30 t/ha. Los calibres esta campaña están siendo pequeños. Se recogen **mandarinas Nova** con buenas cotizaciones, las **naranjas Navelinas** están casi acabadas. Está empezando la recolección de alguna **naranja Salustiana** en la **zona de Álora-Pizarra-Cártama**. **Sevilla:** El estado fenológico dominante de los **cítricos** en general es de fruto en fase de engorde en las variedades tardías, envero y recolección de las tempranas y de media estación. Se recogen, entre otras, **naranjas Navelinas**, **Salustianas**, **Navel** y **pomelos**.

OLIVAR

Cádiz: La campaña está muy adelantada en algunas comarcas como **Campiña de Cádiz**, pero en zonas de **la Sierra** se espera que finalice para primeros de febrero. Rendimientos de laboratorio en torno al 16-17% dan unas cifras inferiores a otras campañas. Se tiene contabilizada más producción que el año pasado. Algunas de las variedades encontradas en la zona son **Arbequina**, **Verdial**, **Picual**, **Manzanilla**, entre otras. **Córdoba:** La fenología predominante es la de yema de invierno. La recolección ha finalizado en muchas parcelas y en otras la **aceituna** se encuentra morada o negra por completo con la pulpa roja. Se observan parcelas en las comarcas **Campiña Baja**, **Las Colonias** y **Campiña Alta** podadas y esperando pasar la trituradora. En las comarcas de **La Sierra** y **Pedroches**, la campaña del molino se encuentra al 80-85%. El rendimiento graso en laboratorio está siendo de 18-18,5°. Con las heladas, la **aceituna negra** se ha dañado, cae al suelo y no se llega a recoger. **Huelva:** La campaña de molturación de aceite de **oliva** se encuentra prácticamente finalizada. **Jaén:** El estado fenológico oscila entre el J2 (Fruto maduro-pulpa roja) y el A (Yema de invierno). La campaña en las comarcas **Campiña Norte-Sierra Morena-El Condado-Campiña Sur** se encuentra al 65-75%. Los rendimientos grasos oscilan entre el 12-15%, 3-4 puntos por debajo de la media. Se observan unas producciones medias de 500-1.500 kg/ha, un 60-70% inferior a otras campañas. Hay fincas que están iniciando la poda y picando la leña. En las comarcas de **Sierra Mágina-Sierra de Cazorla**, la campaña ha comenzado en el mes de diciembre, con rendimientos del 21-22%, que han subido respecto al inicio de campaña, que estaban en torno al 14-15%. La **aceituna** está negra, mejorando su aspecto tras las últimas lluvias. En la comarca de **La Loma**, el **olivar** está dando rendimientos, 3-4 puntos por debajo de la media. Hay zonas dispares, con rendimientos bajos y altos respecto a lo habitual en la zona. **Málaga:** La recolección de la **aceituna de molino** está muy avanzada. Los rendimientos están siendo muy dispares en la mayoría de los casos, por debajo de otras campañas, pero algunas fincas de **Villanueva de la Concepción-Antequera-Campillos** tienen mejor rendimiento graso. Producciones de 800-1.000 kg/ha, un 60-70% inferior a la media de la zona. Se observa mucha **aceituna** arrugada, negra con la pulpa roja en las zonas donde todavía no se ha cogido. **Sevilla:** El estado fenológico dominante en el **olivar** es el de yema de invierno. La recolección de la **aceituna de almazara** se encuentra muy avanzada en la mayoría de las comarcas y solo quedan por cosechar algunas parcelas en las zonas más tardías de las **sierras Norte** y **Sur**. En las parcelas ya recolectadas se practica la poda, destrucción de restos y se aplican tratamientos fungicidas a base de cobre.

VIÑEDOS

Cádiz: El estado del cultivo predominante es el A (Yema dormida). En las comarca **Campiña de Cádiz** y **Costa Noroeste**, la poda se ha iniciado en el mes de diciembre y se espera que finalice en el mes de enero. Se está triturando la leña y también quemando. **Huelva:** El estado fenológico es el de caída de hojas en zonas como **Chucena-Manzanilla-Villalba del Alcor**. Siguen las podas invernales. Se dejarán los sarmientos en campo, pasando luego la picadora como aporte de materia orgánica.

MERCADOS NACIONALES				
Tipo 1.....S/C	Disponible origen	Nueva de Castilla,	minoristas.	las temperaturas.
Tipo 2.....S/C	ALUBIAS	disp. Valencia 420,00-440,00	REMOLACHA	FRUTAS
Tipo 3.....S/C	Redonda Manteca S/C	Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.	Euros/Kg	Euros/Kg
Tipo 4.....S/C	Pintas	CEBOLLAS	Consumo Fresco Libre 60,00	GRUPO PERA
Tipo 5.....S/O	Granberry.....2.100,00	Euros/Tm	La campaña de recolección y entrega a fá-	Industria.....0,09
Trigo importación 230,00	Michigan.....1.600,00	Variedad Sprin,	brica para la extracción de azúcar de remo-	Limonera 60+ 0,65
Precios por tonelada a granel.	Canellini	disponible origen	lacha comenzó el 24 de octubre y finalizó	Ercolini 50+ 0,80
TURTOS Y HARINAS	Argentina 170/1001.800,00	pocas operaciones	el 31 de diciembre, con 68 días de trabajo.	Blanquilla DOP.....0,60
Euros/Tm	Blackeyes1.850,00	calibres 1 al 6, en campo.....	De las 826 ha cultivadas en La Rioja se han	Conferencia
Soja 47% baja proteína,	Negras1.500,00	 500,00-700,00	obtenido 79.589 t de remolacha, con una	DOP 75+ 0,90
disponible Valencia493,00	Garrofón2.750,00	Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas	polarización media del 15,38% y un des-	DOP 70-75.....0,80
Cascarilla de Soja,	GARBANZOS	se entienden sin nuestra garantía ni respon-	cuento medio de 7,35%. En base a estos	DOP 65-70.....0,70
disponible Tarragona.....S/O	Nuevos 44/462.100,00	sabilidad. Para cualquier aclaración pueden	datos, el rendimiento medio de la remola-	75+.....0,80
Cascarilla de Avena,	Nuevos 34/362.800,00	dirigirse a la Sindicatura de este Consulado	cha en esta campaña es de 96,35 t/ha, lo	70-75.....0,75
disponible ValenciaS/O	Nuevos 50/52	de la Lonja.	que equivale a 91,76 t/ha de remolacha	65-70.....0,65
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	(tipo café americano)S/C	La Rioja	tipo (16o).	65-60.....0,60
14%-15% prot., Aragón/Lérida260,00-270,00	LENTEJAS	Observatorio de precios agrarios, del 1 al 7	CHAMPIÑÓN Y SETAS	GRUPO MANZANA
14%-15% Balas, Aragón/Lérida240,00-280,00	USA Regulars1.700,00	de enero de 2024, facilitados por Gobierno	Euros/Kg	Royal Gala 60+0,60
Harina de Girasol Integral (28%),	Laird Canadá.....1.600,00	de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ga-	Champiñón	Industria.....0,10
disponible Tarragona.....243,00-244,00	Nacionales 6/7 mm.....S/C	nadería y Desarrollo Rural).	Granel pie cortado 2,30	Golden 70+0,70
disponible Andalucía.....246,00-247,00	Nacionales 7/9 mm.....S/C	CEREALES	Bandeja pie cortado.....2,60	Fuji 70+0,70
Harina de Girasol	Stone.....1.400,00	Trigo Media Fuerza.....24,00	Industria 1 Raíz1,05	Durante la primera semana de enero, con
Alta Proteína (34-36%),	Pardina Americana1.750,00	Trigo Pienso.....22,92	Industria 2 Pie cortado.....1,05	varios días festivos, el mercado de la fruta
disponible Tarragona.....330,00-331,00	Precios por tonelada, mercancía envasada.	Cebada	Seta	de pepita comienza el año manteniendo los
Palmiste,	FRUTOS SECOS	Malta22,80	Ostra Granel.....3,20	precios fijos y con un ritmo de ventas rela-
disp. Valencia227,00-228,00	Euros/Tm	Cebada Pienso20,75	Ostra Bandeja3,65	do, en espera de que la vuelta a la normali-
Harina de Colza, dest. Valencia327,00	CACAHUETE CÁSCARA	Maíz.....S/C	Shii-Take granel.....5,00	dad reactive las operaciones.
Gluten Feed,	Chino 9/11,	Tricale.....22,50	El elevado precio alcanzado por la paja y	FRUTOS SECOS
disp. Valencia245,00	disponible origen2.600,00	El sector de los cereales comienza el nuevo	por tanto del compost para champiñón, ha	Euros/Kg
Bagazo de Maíz,	Chino 11/13,	año con las mismas debilidades con las que	provocado que muchos productores reduz-	ALMENDRA
disp. Valencia305,00	disponible origen2.500,00	cerraba el pasado, y bajo el protagonismo	can el número de siembras en cada ciclo de	Común0,50
Pulpa seca remolacha granulada,	CACAHUETE MONDADO	de los descensos, que siguen dirigiendo el	cultivo que realizan, lo que supondrá una	Largueta.....0,87
Import., disp. Tarragona.....	Mondado Jumbo Americano 38/42	rumbo de los precios. El desinterés de la	merma importante en la producción anual	Marcona1,05
.....237,00-238,00	disponible Valencia2.100,00	demanda se ha agravado en estas semanas	de esta campaña. Respecto a los precios	Floración tardía0,92
Pulpa Seca	Mondado Origen Argentina 38/42	plagadas de festivos, y de dificultades de	percibidos por el agricultor, en la primera	Ecológica.....1,10
de Naranja245,00	disponible Valencia2.100,00	transporte, haciendo más grande una oferta	semana del nuevo año las cotizaciones se	Mercado con muy poca actividad comercial,
Salvado de Trigo	ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	que, aunque pequeña, comienza un nuevo	mantienen estables y sin cambios.	y con precios prácticamente estables, al
Cuartas, destino Valencia212,00	Marcona 14/16 mm, Valencia10.200,00	ejercicio fiscal bajo la duda de que las coti-	HORTALIZAS	margen de un leve descenso en las varie-
Hojas, destino Valencia.....S/C	Largueta 13/14 mm,	zaciones hayan tocado fondo. En campo se	Euros/Kg	dades de floración tardía, que sirve para re-
Tercerillas, destino ValenciaS/C	Valencia7.900,00	continúan las siembras de cebada, mientras	Acelga	cordar la situación de debilidad que arrastra
Precios por tonelada a granel.	Precios tonelada, mercancía envasada.	los trigos muestran buenas nascencias, y	Amarilla0,80	este sector.
GARROFAS Y DERIVADOS	(Pocas operaciones)	las colzas, un desarrollo avanzado para las	Verde0,60	ACEITUNA ALMAZARA
Euros/Tm	Marcona	fechas actuales.	Borraja0,60	Euros/Kg
Variedad Matalafera y similares (origen)	prop, Valencia.....S/O	OLEAGINOSAS	Lechuga Rizada.....4,60	Convencional1,00
ENTERA	Largueta	Euros/Kg	Cogollos.....2,50	Ecológica.....1,10
Zona Valencia.....400,00-480,00	prop, Valencia.....S/O	Colza.....39,50	Escarola.....9,40	Para esta campaña, la producción nacional
Zona Alicante.....400,00-445,00	Comuna	Girasol.....39,50	Apio0,40	de aceituna se estima en unas 765.000 t,
Zona Castellón.....400,00-430,00	prop, Valencia.....7.500,00	Girasol alto oleico40,50	Cardo.....0,33	un 15% superior a la anterior campaña,
Zona Tarragona.....400,00-430,00	Belona	Finalizadas las entregas y las liquidaciones	Repollo.....0,35	pero un 34% por debajo de la media de
Zona Murcia.....300,00	prop, Valencia.....S/O	de la cosecha de oleaginosas de 2023, se	Coliflor18,00	los últimos cuatro años. La razón, un año
Zona Ibiza240,00-340,00	Comuna ecológica,	advierte, tal y como se esperaba, un descen-	Brócoli.....0,80	con un déficit de precipitaciones importante
Zona Mallorca.....480,00-500,00	ValenciaS/O	so respecto a los precios de 2022, en torno	Romanescu17,00	y una ola de calor en abril que arrasó con
Precios tonelada a granel s/rendimientos	ALMENDRA REPELADA	al 40% para el girasol y la colza.	Alcachofa FrescaS/C	buena parte de la flor del olivo. Esto provoca
Troceada Integral,	Comuna, sobre 14 mm,	PATATAS	Zanahoria industria13,00	que el precio del aceite de oliva virgen extra
disp. orig.240,00-270,00	disponible Valencia7.400,00	Euros/Kg	Comienza el año con la demanda al míni-	alcance los 8 /kg en origen, un 55% más
Troceada sin Harina	PATATAS	Consumo Fresco Libre29,00	mo, donde el mercado de las hortalizas que-	que el año pasado y con una previsión de
disponible origen300,00-350,00	Euros/Tm	Consumo fresco contrato25,00	da limitado por las fiestas de fin de año y de	que se mantenga. En nuestra comunidad,
Troceado Fino,	Lavada Nueva,	Industria Frito Con Conservación26,00	Reyes, dejando unas ventas muy acotadas	la sequía también ha afectado a las explo-
disp. origen250,00-280,00	origen España, disp. Val.....640,00	El precio de la patata para consumo en	pese a la bajada en los precios de buena	taciones que se encuentran en secoano; no
Garrofin,	origen Francia650,00	fresco se mantiene estable durante estos	parte de las hortalizas. No obstante, en ge-	obstante, las explotaciones en súperintensi-
disp. origen2.500,00-3.000,00	Agria	días festivos, donde el consumo de este pro-	neral los precios siguen siendo altos. Las ba-	vo y dotadas con un sistema de riego han
LEGUMBRES	origen España620,00	ducto queda relegado a un segundo plano,	jas temperaturas de los días anteriores han	obtenido mejores rendimientos que en la
Euros/Tm	Roja,	y las ventas quedan reducidas a cubrir los	dañado a cultivos como la alcachofa, que	campaña pasada, por lo que se prevé que
	origen España, disp. Val.....600,00	pedidos acordados con la hostelería y con	ha entrado en la habitual parada invernal	la cosecha sea superior a las 13.000 t de
			para reiniciarse cuando comiencen a subir	la anterior.

LEGISLACIÓN

El Gobierno pone en marcha el proyecto de ley de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario

El Consejo de Ministros aprobó el pasado 9 de enero, a propuesta del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el proyecto de Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario, una norma que se encontraba ya en el Senado durante la pasada legislatura, pero que decayó por la disolución de las Cortes Generales.

Dada la importancia que tiene para la sociedad española en términos de justicia social, protección ambiental y crecimiento económico, el Gobierno ha considerado prioritario retomar esta iniciativa legislativa y aprobar este proyecto de ley en el primer Consejo de Ministros de 2024, para su posterior tramitación parlamentaria.

La motivación de la ley responde al “imperativo categórico” que según el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, tienen los poderes públicos de reducir drásticamente el volumen de desperdicio alimentario, en consonancia con las grandes líneas del Gobierno de justicia social, protección ambiental y crecimiento económico. Planas ha resumido el objetivo de la ley en lema de la campaña de concienciación que realiza el ministerio, “aquí no se tira nada”.

El ministro ha explicado que el desperdicio perjudica especialmente a los más necesitados, al encarecer el acceso a bienes de primera necesidad; malgasta recursos naturales es-

casos y aumenta los residuos y el impacto ambiental; y lastra la eficiencia del sector productivo y su competitividad. Es, por tanto, una obligación también para todos los operadores de la cadena, y una tarea que debe implicar al conjunto de la sociedad.

Sus causas están relacionadas con errores en la planificación y calendario de cosecha, empleo de prácticas de producción y manipulación inadecuadas, deficiencia en las condiciones de almacenamiento, malas técnicas de venta al por menor y prácticas de los proveedores de servicios, y comportamiento inapropiado de los consumidores.

Con este proyecto de ley, España se dota, por primera vez, de un marco legal para el con-

junto del Estado para prevenir las pérdidas y el desperdicio alimentario, con un enfoque centrado en la prevención y la concienciación de todos los actores de la cadena alimentaria. La nueva norma busca fomentar la utilización eficiente de los alimentos, la recuperación, la reutilización de subproductos, la donación y contribuir de esta manera a satisfacer las necesidades alimentarias de la población más vulnerable.

De esta forma, la futura ley establece una jerarquía de prioridades para el destino de los alimentos que inevitablemente se conviertan en desperdicio alimentario. Es un aspecto esencial, ya que se establece como prioridad máxima el con-

sumo humano, a través de la donación o redistribución de los alimentos.

En siguientes escalones, se contempla la transformación de los alimentos (zumos, mermeladas) y, cuando no sean aptos para el consumo humano, la preferencia de uso será la alimentación animal, la fabricación de piensos o la obtención de compost o biocombustibles.

Las empresas de hostelería tendrán la obligación de facilitar al consumidor que pueda llevarse los alimentos que no haya consumido sin coste adicional alguno en envases reutilizables o fácilmente reciclables, si bien debe cobrar por los envases de plásticos de un solo uso como establece la Ley de residuos 7/2022.

La ley también articula medidas de buenas prácticas en cuestiones como la venta de productos ‘imperfectos’; de productos de temporada, de proximidad o ecológicos. Y también para la venta de productos de consumo preferente o de caducidad próxima.

Actel y Fruits de Ponent exploran una alianza empresarial estratégica

Las cooperativas empiezan a crear una sociedad compartida



La nueva sociedad conjunta gestionaría más de 100.000 toneladas de fruta y una facturación de 160 millones de . / FDP

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. Los consejos rectores de Actel Grup y Grup Cooperatiu Fruits de Ponent SCCL han decidido iniciar el camino para la creación de una sociedad compartida entre los dos grupos cooperativos. En este sentido, han validado el trabajo preparatorio que comenzaron hace unos meses. La iniciativa tiene como objetivo establecer la gestión conjunta de las unidades de negocio de la fruta, el aceite, la almendra, la gestión energética y todos los servicios destinados a sus socios y socias.

La decisión de buscar esta colaboración surge después de un periodo de reflexión conjunta de las dos cooperativas, teniendo en cuenta el contexto externo marcado por la alta concentración de actores en la cadena de valor agroalimentaria y los

cambios significativos en la producción agraria causados por la emergencia climática, especialmente acentuada en las últimas campañas. Estos factores, junto con el objetivo de promover el desarrollo sostenible de la actividad empresarial, plantean el desafío de ofrecer a sus socios una mayor rentabilidad en sus explotaciones, mediante una transformación y comercialización más eficientes de los productos agrarios, así como explorar de manera conjunta un mayor dimensionamiento para hacer frente a las altas necesidades de inversión actuales.

Además, esta alianza estratégica tiene como finalidad proporcionar un servicio integral a toda la masa social y buscar nuevas oportunidades de negocio, especialmente en ámbitos

como la energía, el apoyo laboral en campo con personal para los socios productores y la captación de talento en la futura organización. Los principios cooperativos que comparten ambas entidades hacen que sea una iniciativa arraigada al territorio y al servicio de toda la sociedad.

En caso de consolidarse la alianza, la nueva sociedad conjunta gestionaría más de 100 mil toneladas de fruta, alcanzando una facturación anual que superaría los 160 millones de euros, sumando las diversas áreas de negocio compartidas.

Ambos grupos cooperativos ya han establecido un programa de trabajo con el objetivo de que la nueva entidad pueda iniciar su actividad durante el primer semestre de este año 2024.

Grupo Agroponiente cierra 2023 con un crecimiento del 4%

La compañía obtiene unos resultados históricos en un ejercicio complicado

► VF. REDACCIÓN. Grupo Agroponiente consolida los resultados históricos de la temporada pasada e incluso la supera, con un crecimiento de más de un 4% tanto en volumen como en facturación, en una campaña con un difícil arranque para el sector.

Estas cifras, muy positivas en términos generales, se tornan excelentes si se tienen en cuenta dos factores, señalan desde la compañía. Por un lado, que se toman a partir de la base de un ejercicio que ya fue tremendamente positivo, el anterior; “con lo cual se ha logrado crecer en comparación con unas cifras ya de por sí muy buenas, redondeando un año 2023 que hay que catalogar como histórico para la compañía”.

Además, por otra parte, se trata de cifras que reflejan el buen comportamiento de Grupo Agroponiente en una campaña con un comienzo difícil en general para el sector; habida cuenta del comportamiento en precios de algunos de los productos más importantes del campo almeriense y de los problemas de producción en algunos segmentos que llevaron a importantes decrecimientos en el sector en septiembre y octubre. Grupo Agroponiente pudo compensar estos descensos con los buenos resultados obtenidos en noviembre y diciembre.

“Todo ello evidencia que la compañía se ha consolidado como el eje dinamizador y de crecimiento del campo almeriense que se había propuesto ser, aglutinando y ganando peso relativo entre los agricul-

“El grupo está consolidando una excelente dinámica de crecimiento”

tores de la región, que saben que Grupo Agroponiente es un referente a la hora de vehicular sus producciones al mercado de una manera rentable, solvente y eficiente”, señalan desde la firma.

De hecho, en la previsión de la compañía para los próximos meses y esta segunda parte de la campaña hortofrutícola, está la de describir un mayor crecimiento en cifras, una vez superada la parte tradicionalmente más compleja de una campaña, para llegar a alcanzar las cifras de crecimiento del pasado ejercicio, es decir, el ‘doble dígito’.

Para su CEO, Imanol Almudí, “el grupo está consolidando una excelente dinámica de crecimiento que ya comenzó hace dos campañas, en una constante mejora continua, tanto de los procesos internos, como de servicio a clientes y agricultores, que nos está diferenciando cada vez más desde nuestra apuesta por la agricultura consciente y una forma de hacer cercana y profesional que atrae y fideliza a todos los agentes que forman parte de este gran proyecto. Queremos agradecer a todas esas personas que apoyan, viven y comparten el espíritu Agroponiente e invitamos a los que no nos conocen a acercarse a la Compañía para formar parte de ella”.

Los tomates Rebel y Bárbaro, Premio Sabor del Año 2024

CASI ha arrancado la celebración de su 80 aniversario con dos galardones que reconocen su calidad y trabajo

► VF. REDACCIÓN. No es la primera vez que una de las especialidades de CASI es reconocida con el premio Sabor del Año. El tomate Rebel de la cooperativa ya obtuvo el galardón en 2023, y repite nuevamente este año; y por primera vez recibe este reconocimiento otra especialidad como el tomate Bárbaro.

Para su presidente, Antonio Bretones, “es un orgullo contar con este premio en dos de nuestras especialidades, en el caso del tomate Rebel repetimos por segundo año consecutivo, pero nos orgullece seguir sumando premios con otra especialidad del amplio catálogo que producimos en CASI como es el caso de nuestro tomate Bárbaro, ya que ambas son un referente en el sector y cuentan con una calidad y sabor extraordinario como así se ha reconocido con estos premios”.

Sabor del Año premia a aquellos productos que después de un test a ciegas realizado por consumidores, merecen este reconocimiento por sus cualidades

Sabor del Año premia a aquellos productos que después de un test a ciegas realizado por consumidores, merecen este reconocimiento por sus cualidades, consiguiendo que en el lineal se posicionen con respecto a otras variedades. Este premio que gratifica a diferentes alimentos de distintas categorías evalúa diversos aspectos del producto que van desde su dulzor, acidez, consistencia y un largo etcétera que

Rebel y Bárbaro by CASI han superado con creces, consiguiendo ser distinguidos en sus respectivas categorías. La cooperativa CASI comienza así un año lleno de optimismo que se suma a la celebración por su 80 aniversario. Son muy pocas las cooperativas que pueden presumir de una historia tan importante y consolidada como la de CASI, sin duda un referente no solo en España sino también en Europa, ya que a su larga trayectoria hay que sumar un liderazgo que ha traspasado fronteras.

Con varias acciones a lo largo del año para celebrar sus 80 años de historia, recibir el premio “Sabor del Año 2024” en dos de sus especialidades es inaugurar con buen pie este aniversario que reconoce en primer lugar el gran esfuerzo que los socios de la cooperativa hacen diariamente. “Los socios han conseguido que



CASI cuenta con un extenso abanico de especialidades de tomate. / CASI

CASI cumple 80 años siendo líderes, y premiar los tomates de la cooperativa es premiar su gran esfuerzo y gran trabajo”, señala Bretones.

CASI se ha caracterizado en los últimos años por una importante apuesta en ampliar su número de referencias y hoy en día cuenta con un extenso abanico de especialidades de tomate dando respuesta a la cada vez más exigente demanda del mercado y en consecuencia del consumidor, pero “sin olvidar los valores que han hecho grande

la entidad como son la calidad y el sabor” indica el presidente de la firma.

“La investigación es un pilar prioritario y se centra en desarrollar nuevas variedades de tomate con los máximos estándares de calidad para deleitar los gustos de los consumidores y garantizarles una fruta de total confianza, por ello es tan importante este reconocimiento y seguimos apostando por nuevas especialidades que se ajusten a las demandas del mercado”, concluye Bretones.

Nuestra Citrosol SunSeal® se hace VEGANA

En 2017 lanzamos el recubrimiento para cítricos SunSeal®, diseñado para la protección de los cítricos en envíos a larga distancia y en almacenamientos frigoríficos, y en la actualidad muy utilizado por operadores de los cinco continentes.

Ahora hemos desarrollado el recubrimiento SunSeal® Vegan, con certificación V-LABEL, que mejora las prestaciones de SunSeal®, con mayor control de la Pérdida de Peso, de deshidrataciones y envejecimiento, y de los manchados por Daño por Frío. Con SunSeal® Vegan incrementamos la vida comercial de los cítricos, manteniendo el excelente brillo y las bajas temperaturas de secado de la SunSeal®.

Además, ofrecemos SunSeal® Vegan-D, formulada para cítricos desverdizados, permitiendo un mejor desarrollo del color durante el transporte frigorífico. Y para los operadores que requieren un brillo superior hemos desarrollado la SunSeal® Vegan-Extra.



www.citrosol.com



FRUIT
LOGISTICA

7 | 8 | 9
February
2 0 2 4
BERLIN

Hall 18 · Stand A-25



VEGANO



Saint-Charles International Perpignan

valencia fruits
dossier

Información elaborada por Nerea Rodriguez
Imagen de macrovector en Freepik



DENIS GINARD / Presidente del SNIFL (Syndicat National des Importateurs/Exportateurs de Fruits e Légumes de Saint-Charles International)

“En 60 años, Saint-Charles ha crecido y se prepara para entrar en una nueva fase”

A pesar de los efectos climáticos y coyunturales vividos durante la temporada 2022-2023, Saint-Charles International ha mantenido los volúmenes de comercialización, según confirma el presidente del SNIFL, Denis Ginard. En su opinión, este logro evidencia la importancia que tiene esta plataforma para el conjunto del sector hortofrutícola. Una plataforma que además se está preparando para una nueva fase con el proyecto ‘Perpignan 2020-2040’.

Valencia Fruits. Desde el SNIFL, ¿qué balance realizan del ejercicio 2023? ¿Cuáles han sido los ‘hitos’ que han marcado el día a día de los operadores de la plataforma?

Denis Ginard. El balance de la campaña 2022/2023 confirma lo observado en la temporada anterior, manteniéndose estables los volúmenes comercializados desde la plataforma. El 2023 ha sido un año complicado en términos climáticos en muchos países proveedores, con calor y falta de agua en algunas regiones que han penalizado determinados cultivos.

Esta última campaña también ha estado marcada por un clima económico mundial muy inflacionista, que ha repercutido en el consumo.

Frente a todos estos riesgos, climáticos o coyunturales, el hecho de que se hayan mantenido los volúmenes comercializados desde Perpignan demuestra la importancia de un centro como Saint-Charles para el conjunto de nuestro sector, en particular gracias a la experiencia de sus profesionales, que trabajan en el sector desde hace casi 60 años.

VF. ¿Cuáles son las cifras de comercialización con las que ha acabado Saint-Charles International su ejercicio 2023? ¿Son cifras sensiblemente mejores respecto a las del año anterior?

DG. Como se puede observar en las diferentes etapas de la comercialización en Francia, al igual que en nuestros vecinos europeos, los precios de las frutas y hortalizas comercializadas desde la plataforma Saint-Charles International se han caracterizado (durante la última campaña 22/23) por un aumento general de las cotizaciones medias con respecto a la media de las 3 últimas campañas, sin olvidar que las cotizaciones ya fueron boyantes en 2021/2022 tras el final de la crisis sanitaria.

VF. En el comercio hortofrutícola actual, desde la primera plataforma de Europa, ¿cómo afectan realidades como el descenso del consumo, el cambio climático, el aumento de los costes...?

DG. El descenso del consumo de frutas y hortalizas es una de las preocupaciones compartidas por todos los profesionales del sector. Es duro hacer frente a esta realidad sobre todo teniendo en cuenta que las frutas y hortalizas frescas son auténticos e innegables vectores de sa-



El presidente del SNIFL, Denis Ginard, destaca que las nuevas generaciones de directivos empresarios se benefician a diario de todo el saber hacer desarrollado durante casi 60 años en Saint-Charles International. / SCI

lud en términos nutricionales. Sin embargo, lo cierto es que los consumidores están recortando su presupuesto alimentario y toman decisiones que repercuten directamente en los actores del sector.

Las imprevisibles condiciones meteorológicas de los últimos años, con periodos de sequía y calor extremo, también han hecho temer repercusiones importantes en la producción de frutas y hortalizas, al igual que el aumento de los costes de producción observado desde la covid y acelerado por la crisis energética vinculada al conflicto de Ucrania.

VF. Ahora que ha mencionado el conflicto de Ucrania, ¿cómo afecta la actual situación geopolítica y los conflictos bélicos que se están sufriendo?

DG. Es cierto que actualmente estamos viviendo grandes crisis geopolíticas que están teniendo un amplio impacto en muchos sectores.

En lo que respecta a nuestra actividad, dado que la plataforma de Saint-Charles International tiene por misión comercializar los productos del sur de Europa hacia las zonas de consumo del norte, las consecuencias de estos conflictos no son directamente tangibles, aparte de la inflación que han generado, sobre todo en el sector energético. La plataforma de Saint-Charles comercializa el 60% de sus volúmenes en

“Los directivos del SNIFL consideran esencial desarrollar modos de transporte complementarios en nuestro sector de actividad”

“El objetivo de la ‘Démarche Qualité’ es garantizar la calidad, la higiene y la seguridad sanitaria de los productos recibidos, mediante un autocontrol”

“Los consumidores están recortando su presupuesto alimentario y toman decisiones que repercuten directamente en los actores del sector”

Francia y el 40% para la exportación, de la que el 75% se destina a la Unión Europea. La economía de la plataforma está estrechamente vinculada a la de Francia y, más en general, a la del conjunto de la Unión Europea.

VF. Hablando del futuro de la plataforma, ¿preocupa el relevo generacional?

DG. Las empresas de importación y exportación de frutas y hortalizas con sede en Saint-Charles International están dirigidas actualmente por la tercera generación de empresarios.

Algunas estructuras importantes siguen desarrollándose, mientras que otras se reagrupan o fusionan para lograr eco-

nomías de escala y así ampliar su cartera de proveedores o clientes.

El relevo generacional puede ser un problema para algunas empresas. Hay muchas formas diferentes de transmitir el negocio, y los directores de empresa suelen contar con el apoyo de sus asesores jurídicos o financieros en estas cuestiones.

VF. ¿Qué interés despierta en las nuevas generaciones todas las profesiones que existen entorno al comercio de la fruta y en especial entorno al mercado de Saint-Charles?

DG. Las nuevas generaciones de directivos empresarios se benefician a diario de todo el saber hacer desarrollado durante casi 60 años en Saint-Charles

International. En el SNIFL asistimos a la llegada de nuevos miembros de esta generación más joven que se interesa por el comercio de frutas y hortalizas y por las actividades de la plataforma Saint-Charles.

Estos jóvenes empresarios suelen empezar con una estructura “pequeña”, con un contrato de servicios para todo lo relacionado con el “almacenaje”, y luego, año tras año, vemos cómo amplían sus actividades y su plantilla, hasta convertirse en inquilinos o incluso propietarios del edificio que explotan.

Una de las claves para atraer a nuevos operadores es sin duda la fuerte presencia “logística” de Saint-Charles. En efecto, los importadores y exportadores de frutas y hortalizas siempre han trabajado con el sector del transporte y la logística, eslabón esencial del liderazgo de la plataforma en la comercialización de frutas y hortalizas en toda Europa.

Por último, estamos en el corazón de una zona con abundantes oportunidades de formación en comercio, transporte y logística, ya sea en la Universidad de Perpignan, el Lycée Bons Secours, el Lycée Déodat de Séverac o el Campus des Métiers du Transport et de la Logistique, que contribuyen a fomentar las vocaciones y la renovación generacional.

VF. Como primera plataforma multimodal de Europa, ¿cómo se gestiona el servicio de transporte por tierra, mar y aire? Si bien depende de cada empresa, ¿cómo facilita la dirección del mercado su accesibilidad y operatividad?

DG. La utilización de los vectores logísticos a disposición de las empresas depende de la política interna de cada una de ellas. El SNIFL no interviene directamente para incitar a las empresas a utilizar un modo de transporte determinado. No obstante, dispone de un Comité de Transporte, compuesto por directores de empresa, a través del cual se pueden analizar todas las cuestiones relacionadas con este ámbito.

Aunque la mayoría de las entregas y salidas de frutas y hortalizas de Saint-Charles International se realizan por carretera, el SNIFL colabora y trabaja conjuntamente con todos los agentes del sector logístico para implantar alternativas al transporte “todo carretera”. Los directivos del SNIFL consideran esencial desarrollar modos de transporte complementarios en nuestro sector de actividad.

Durante la campaña anterior, se estableció un enlace marítimo entre el puerto de Agadir, en Marruecos, y el puerto de Port-Vendres, en los Pirineos Orientales, de noviembre a marzo.

Un enlace ferroviario sigue conectando el emplazamiento de Saint-Charles con el MIN de Rungis, con una salida diaria 5 veces por semana, de mediados de noviembre a mediados de julio. En el ámbito ferroviario, se trabaja desde hace varios años con diversas instituciones para potenciar los enlaces ferroviarios combinados o la “autopista ferroviaria” con la región parisina y el norte de Francia.

VF. Uno de los retos en 2024 es revalorizar el ‘Démarche Qualité’ Saint-Charles. ¿Cómo ha pensado hacerlo? ¿Qué sim-

boliza? ¿Qué representa? ¿Cuál es su razón de ser?

DG. La Démarche Qualité Saint-Charles se creó para garantizar la calidad y la seguridad de los productos para los consumidores y promover la comercialización de frutas y hortalizas transformadas físicamente en el centro de Saint-Charles International. Identificada por su logotipo, su objetivo es garantizar la calidad, la higiene y la seguridad sanitaria de los productos recibidos, mediante un autocontrol.

Démarche Qualité Saint-Charles tiene ya casi 25 años (desde 2000/2001). Evidentemente, ha evolucionado a lo largo de este cuarto de siglo y, desde 2019, está certificado por el Organismo de Certificación SGS.

Este dispositivo gestionado por el SNIFL, que agrupa a 66 grandes empresas de importación/exportación de frutas y hortalizas en Francia, entra en 2024 con un nuevo plazo: el de renovar por 7ª vez su acuerdo trienal con las autoridades de control. El hito de este año es un poco especial ya que, a partir del 1 de enero de 2024, las competencias de la DGCCRF en materia de gestión de las no conformidades sanitarias han sido transferidas a la Direction Générale de l’Alimentation (Ministerio de Agricultura).

Todos los equipos del SNIFL están trabajando intensamente para ultimar de aquí al verano de 2024 una nueva versión del acuerdo que incorpore los protocolos acordados entre las autoridades y la industria.



Una de las claves para atraer a nuevos operadores, en opinión de Denis Ginard, es sin duda la fuerte presencia ‘logística’ disponible en la zona del ‘Grand Saint-Charles’. / SAINT-CHARLES INTERNATIONAL

VF. ¿Cómo avanza el Proyecto ‘Perpignan 2020-2040’? ¿Cuáles son las acciones previstas para 2024 y seguir avanzando en este plan estratégico?

DG. En casi 60 años, la plataforma ha crecido y se prepara para entrar en una nueva fase, en particular mediante la apertura de nuevos servicios para tener en cuenta la naturaleza cambiante del comercio, las nuevas formas de movilidad y los desafíos de la sostenibilidad. Desde marzo de 2019,

“Las empresas de importación y exportación de frutas y hortalizas con sede en Saint-Charles International están dirigidas actualmente por la 3ª generación de empresarios”

Saint-Charles International trabaja con varios socios, entre ellos el Gobierno francés, la Comunidad Urbana Perpignan Méditerranée Métropole (PM-MCU), la Región Occitanie y el Établissement Public Foncier

d’Occitanie, para elaborar un Plan Director de Desarrollo y Planificación de la plataforma hasta 2040. El objetivo de este proyecto es optimizar el funcionamiento, la accesibilidad y la seguridad del centro logístico.

La Communauté Urbaine de Perpignan está desarrollando y comercializando otras 15 hectáreas de terreno en el sector, dedicadas al 100% al comercio, el transporte y la logística de frutas y hortalizas frescas.

También implica un replanteamiento a largo plazo del desarrollo global de la plataforma, las infraestructuras, las vías de circulación, el plan de tráfico, los servicios a los usuarios, la apertura del recinto, el aparcamiento y la recepción de camiones en el recinto, la señalización, la movilidad blanda y el paisajismo, así como el desarrollo multimodal y el mix energético, para permitir una adaptación constante de esta herramienta a la demanda.

Por último, el proyecto incluye un ambicioso apartado sobre la transición ecológica y la descarbonización de las actividades de la zona. Esta dimensión transversal se basa en el compromiso de todos los agentes implicados en el pool de Saint-Charles, en particular mediante la aplicación de un enfoque de Ecología Industrial Territorial (ETI) centrado en la valorización de los residuos, la energía, los recursos hídricos, los servicios, las instalaciones compartidas y los recursos humanos.

Cinco años después de los primeros debates sobre este plan de desarrollo, el proyecto se firmó oficialmente el pasado 9 de enero de 2024, en forma de contrato PPA (Projet Partenaire d’Aménagement), en presencia del Prefecto y de numerosos cargos electos de la región.



MARQUILLANES
 LA COULEUR DU FRUIT

**IMPORTADOR
EXPORTADOR
EUROPEO**

**DE FRUTAS Y VERDURA
EN FRESCO**

CALIDAD

70 AÑOS DE EXPERIENCIA

PROFESIONALIDAD

TRAZABILIDAD



ALMACENES 101-106
 SAINT-CHARLES INTERNATIONAL
 PERPIGNAN - FRANCIA







 amgirault@marquillanes.fr
 jeanphilippe@marquillanes.fr

MARQUILLANES.COM
 +33 (0) 4 68 85 25 15





JULIEN BATLLE / Presidente de Saint Charles Export (SCE)

“El objetivo de SCE en 2024 es seguir aumentando su visibilidad”

A pesar de la incertidumbre económica, marcada por la inflación, de los caprichos ya recurrentes de la meteorología y de la continuación de los conflictos actuales en Europa y en el Mediterráneo, desde Saint-Charles Export, su presidente, Julien Batlle señala que los objetivos de la agrupación son claros, quieren seguir aumentando su visibilidad, para ello apuestas por su presencia en las ferias de referencia del sector hortofrutícola europeo: Fruit Logistica, Medfel y Fruit Attraction.

Valencia Fruits. ¿Cómo se comportaron las exportaciones en 2023, un año marcado por una fuerte caída de las cosechas en los dos principales países proveedores?

Julien Batlle. En efecto, 2023 ha sido un año de climatología imprevisible, que ha repercutido en la producción de España y Marruecos, principales proveedores de los profesionales de la plataforma de Saint-Charles. A pesar de estas dificultades climáticas, los volúmenes comercializados se han mantenido, y con ellos el volumen de exportaciones. La presencia de un gran número de miembros de Saint-Charles Export en ferias internacionales como Fruit Attraction, Medfel y Fruit Logistica ha garantizado la continuidad a lo largo de los años de las sólidas relaciones comerciales ya establecidas con nuestros socios exportadores.

VF. Además de España y Marruecos, ¿de qué otros países importan los miembros de la SCE?

JB. Los profesionales de Saint-Charles Export importan frutas y hortalizas de orígenes muy diversos: España, Marruecos, productos locales, pero también de Italia, Portugal, Israel, etc., y durante los meses de verano de América Latina y Sudáfrica.

VF. Hablando precisamente de productos, ¿cuál es el “rey” de las exportaciones?

JB. En el primer puesto del podio de las frutas y hortalizas más exportadas sigue estando el tomate. En 2022/2023, los profesionales de Saint-Charles Export comercializaron 431.500 toneladas de tomates (de todos los



Julien Batlle confirma que el tomate ocupa el primer puesto entre las frutas y hortalizas más exportadas desde SCI / N RODRIGUEZ

orígenes) y alrededor del 55% de estos tomates se reexportan.

VF. Más allá de Alemania, Italia e Suiza, ¿cómo evolucionan las cifras ‘export’ en otros mercados con los escandinavos o los de países del Este?

JB. Si bien es cierto que Alemania, Italia y Suiza son nuestros principales mercados de exportación, tanto en valor como en volumen, también es importante recordar que los miembros de nuestro grupo tienen una

“La presencia de un gran número de miembros de Saint-Charles Export en ferias internacionales como Fruit Attraction, Medfel y Fruit Logistica ha garantizado la continuidad a lo largo de los años de las sólidas relaciones comerciales”

fuerte presencia en otros mercados cercanos, como los países del Benelux (Bélgica, Luxemburgo y Países Bajos), así como otros

destinos como los países escandinavos del norte de Europa, y Polonia, Austria, la República Checa y Hungría, más al este.

VF. ¿Cuáles son los mercados emergentes para los asociados de SCE?

JB. Los profesionales de Saint-Charles Export están muy atentos a las tendencias de los mercados, especialmente de aquellos en los que aumenta el consumo de frutas y hortalizas. Sin embargo, la caída del consumo se ha producido en el conjunto de la Unión Europea, que también se ha visto afectada por la inflación, por lo que los operadores deben redoblar sus esfuerzos en estos mercados si quieren penetrar en ellos y establecerse.

En el contexto actual, es importante consolidar las relaciones comerciales existentes y, al mismo tiempo, tratar de desarrollar nuevas relaciones comerciales en un clima económico más favorable.

VF. En el Consejo de Administración de la SCE, ¿se han propuesto reanudar las misiones exploratorias o las visitas a compradores?

JB. En la actualidad, los esfuerzos del grupo se concentran en la participación de las empresas asociadas en las principales ferias de nuestro sector —Fruit Attraction, Medfel y Fruit Logistica—.

En función de la evolución del contexto económico y de las oportunidades que puedan surgir, podrían volver a organizarse misiones exploratorias y reuniones con compradores en los próximos meses o años.

VF. Con la apertura del área de influencia, la multimodalidad va ganando peso en Saint-Charles?

JB. La multimodalidad es un factor muy importante en el comercio internacional de frutas y hortalizas. La complementariedad de los modelos logísticos es uno de los *leitmotivs* defendidos y promovidos por los profesionales de Saint-Charles Export, ya sea el transporte marítimo para los suministros procedentes del sur, o el transporte ferroviario para la distribución hacia el Norte.

VF. Después de un 2023 duro, ¿cómo se espera el nuevo ejercicio de 2024?

JB. Como todos los años, en un entorno altamente competitivo y dependiente de una actividad “sensible a las condiciones meteorológicas”, respondemos a esta pregunta con gran humildad, ya que, como acabamos de explicar en nuestras respuestas, la situación económica sigue siendo incierta para 2024, que sin duda estará marcado por la inflación, por los caprichos ya recurrentes de la meteorología y por la continuación de los conflictos actuales en Europa y en el Mediterráneo.

En este contexto, el objetivo del grupo será seguir aumentando su visibilidad, en particular mediante su presencia en las 3 grandes ferias de nuestro sector en 2024, Fruit Logistica en febrero, Medfel en abril y Fruit Attraction en octubre.

PLATAFORMA DE DISTRIBUCION, GRUPAJES, TRANSPORTES Y ADUANAS

Alma transitaires

C.E.E.D. GRAND SAINT-CHARLES • B.P. 75005 • F-66030 PERPIGNAN CEDEX
 Tel.: 33 - 468 68 67 10 • Fax: 33 - 468 68 67 13 • E-mail: alma@alma66.com
 www.alma-transitaires.com

En España: LA JONQUERA/VILAMALLA • DESPACHOS FRUTEROS, S.L.

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Desde hace más de diez años, la comunidad hortofrutícola se reúne en la región francesa de Occitania en medFEL, lugar de intercambios y encuentros entre los profesionales del sector. Este año 2024, al igual que en años anteriores, la cita es los días 24 y 25 de abril en el Parque de Exposiciones de Perpignan.

Dos días de ferias y conferencias que reúnen a cientos de profesionales de los mercados hortofrutícolas nacionales e internacionales para debatir iniciativas ecorresponsables lideradas por actores comprometidos al 100%.

Este año se prevén 250 expositores implicados en enfoques sostenibles y ecorresponsables, divididos en 6 sectores de exposición representados (producción, importación/exportación, transporte y logística, envasado, procesos/equipos e ingeniería). En esta edición, la feria se abre también a la IV y V gama, además de ampliar la oferta y la variedad de productos.

La feria espera recibir a 5.000 visitantes entre supermercados, minoristas, mayoristas, empresas de catering, procesadores, etc., para intercambiar ideas y forjar nuevas alianzas comerciales. Hay programados 1.500 encuentros de negocios; 2 ponentes principales: Isabelle Autissier y Tomás García Azcárate; 15 conferencias y mesas redondas, sin olvidar las previsiones de la cosecha europea de fruta de verano.

Se espera, al igual que en años anteriores, un formato compacto, con gran densidad y un ambiente muy enérgico, ampliamente compartido por todos los actores del sector. Con fructíferos intercambios comerciales y apasionantes debates, animados por expertos y ponentes invitados.

■ MESAS REDONDAS Y DEBATES

El sector hortofrutícola está lleno de retos. Los consumidores exigen cada vez más una alimentación sana y respetuosa con el medio ambiente. Los productores deben diversificarse y adaptarse a la evolución del mercado, la optimización digital de los cultivos y el cambio climático. Todas estas novedades se tratarán en medFEL durante el ciclo de conferencias y mesas redondas.

Estos debates y charlas estarán dirigidos por Florence Rabut, redactora jefe de Végétable, y Olivier Masbou, periodista asociado de Socopag. Se abordarán tres temas apasionantes y de actualidad: “¿Puede la inteligencia artificial revolucionar lo que comemos?”; “Cambio climático: las “nuevas” cadenas de producción”; “Agricultura ecológica: ¿cómo reinventarnos?”.

■ PONENTES PRINCIPALES

Los dos ponentes de este año transmitirán el compromiso de medFEL y ofrecerán su punto de vista sobre los principales retos a los que se enfrenta la profesión. En la feria, la ingeniera agrónoma y navegante, Isabelle Autissier; y el doctor ingeniero agrónomo y economista agrario, Tomás García Azcárate se unirán para ofrecer contenidos de máxima calidad.

Aunque tenía formación académica en ingeniería agro-nómica, Isabelle Autissier se convirtió en 1991 en la primera mujer en dar la vuelta al



La feria medFEL tendrá lugar los días 24 y 25 de abril en el Parque de Exposiciones de Perpignan. / NEREA RODRIGUEZ

medFEL 2024, la cita hortofrutícola francesa por excelencia

Desarrollo de negocios, intercambios comerciales, previsiones europeas de cosechas de melocotón, nectarina, albaricoque, melón y mucho más en medFEL 2024

mundo a vela en solitario. Tras una sucesión de aventuras oceánicas, se convirtió en presidenta de WWF Francia en 2009. Desde

2021 es presidenta del Consejo de los Territorios Australes y Antárticos Franceses. Isabelle Autissier será oradora invitada

especial en medFEL 2024 y pronunciará una conferencia excepcional en el Ágora de la exposición el 24 de abril, presentada por

Florence Rabut, redactora jefe de la revista Végétable.

Por otro lado, el doctor ingeniero agrónomo y economista agrario, Tomás García Azcárate fue jefe de la Oficina de Frutas y Hortalizas de la Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea. Impulsor de la creación de las Organizaciones de Productores, hoy es miembro de la Sociedad Francesa de Agricultura y redactor de la revista Végétable.

García Azcárate responderá a las preguntas de Olivier Masbou, periodista asociado de Socopag, en una charla sobre el tema “¿Qué política agrícola europea para las frutas y hortalizas frescas?” el 25 de abril en el Ágora de medFEL.

■ VENTAJAS DE ASISTIR

Desde medFEL aseguran que las ventajas de asistir a esta cita francesa son muchas. Entre ellas destaca el poder conocer a compradores, comercializadores y minoristas, fomentar el comercio entre los profesionales del sector, desarrollar y asegurar el negocio a través de reuniones, así como poder anticiparse a la evolución del mercado, satisfacer las expectativas de la sociedad, y encontrar soluciones para optimizar el modelo de negocio de las empresas.

agrumes

fruits

légumes

agrispa

fruits

La Primeur des Saveurs

agrumes

fruits

légumes

www.agrispa.fr

AGRISPA SAS - Import Export agrumes, fruits et légumes en provenance d'Espagne et du Maroc

Saint Charles International, magasins 96 à 99 - BP 95150, 66031 PERPIGNAN Cedex - France

Tél.: +33 (0) 468 553 940 - Fax: +33 (0) 468 852 646 - E-mail: agrispa@agrispa.fr

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

ÁNGEL VERDÚ / Director comercial del Grupo Cañamás

“Apostamos por la calidad para mantener el posicionamiento de la marca Le Gamin en Francia”

Para Cañamás Hermanos, Francia siempre ha sido y sigue siendo su principal mercado. Conoce bien las exigencias de sus consumidores en cuanto a la calidad del producto, y es algo que, pese a la situación actual, se mantiene. Es por eso que Ángel Verdú destaca que el objetivo de la empresa es mantener el aprovisionamiento a sus consumidores del mercado francés en los niveles de siempre, es decir, “con una alta calidad gustativa y con toda la seguridad alimentaria”.

Valencia Fruits. ¿Cómo se está desarrollando la campaña citrícola a nivel comercial en el mercado francés?

Ángel Verdú. La primera parte de la campaña citrícola en Francia está siguiendo la misma evolución que en el resto de los mercados, con una tendencia de consumo más prudente. Las ventas están siendo más moderadas que otros años debido a diversos factores como las altas temperaturas que tuvimos en Europa en los primeros meses de campaña, lo cual no favorece la venta de cítricos, así como la situación económica general, que tiene un efecto directo en el consumo. Otro factor por destacar en el análisis de las ventas es el precio, que este año es más elevado, lo que, por otra parte, también modera el consumo.

VF. ¿Cuáles son las premisas en la presente temporada, marcada por tantos factores negativos de cara al cliente francés?

AV. El cliente francés siempre se ha caracterizado por ser muy exigente en cuanto a la calidad del producto, y eso es algo que, pese a la situación actual, se mantiene. Lo que sí se ha reducido es su renta disponible, por lo que lo importante es mantener nuestros cítricos en el nivel de alta calidad gustativa y seguridad alimentaria, señas de identidad de la marca Le Gamin en Francia, ajustando los márgenes para ofrecer la mejor calidad a los precios más competitivos y justos para toda la cadena.

VF. Hablando del país vecino, ¿con qué tipo de clientes trabaja Cañamás? ¿qué porcentaje repre-



Ángel Verdú afirma que Saint-Charles tiene potencial tanto a nivel logístico como de expertise profesional. / CAÑAMÁS

sentan las cadenas y el mundo mayorista?

AV. Nuestro principal mercado siempre ha sido, y sigue siendo, el francés. Dentro de este, las cadenas de supermercados representan el 70% de las ventas, mientras que los mayoristas suponen el otro 30%.

VF. ¿Cómo afecta a la relación comercial los movimientos de compra y concentración de enseñas que se están dando en Francia? (La última noticia es la compra de todos los supermercados Casino por parte de Groupement Les Mousquetaires y Auchan)

AV. Con independencia de la situación actual, en la que el nuevo panorama sigue siendo bastante difuso, nosotros centramos nuestros objetivos en mantener

“Para intentar reactivar el consumo de cítricos apostamos por la novedad, ofreciendo variedades nuevas y atractivas como la Cara-Cara, la Navel Chocolate o la Leanri, cuyas características físicas y gustativas hacen que destaquen sobre otras variedades”

el aprovisionamiento a nuestros consumidores del mercado francés en los niveles de siempre, es decir, con una alta calidad gustativa y con toda la seguridad alimentaria a través de una de las grandes enseñas de la compañía: la marca Le Gamin, sinónimo de producción sostenible y cítricos de alta calidad.

VF. El descenso de consumo de frutas y hortalizas es una

realidad en Francia, al igual que en el resto de Europa. Con una marca tan reconocida y su posicionamiento en el mercado francés, ¿cómo ayuda Cañamás a reactivar el consumo en el país vecino?

AV. Para intentar reactivar el consumo de cítricos apostamos, por una parte, por la novedad, ofreciendo al consumidor variedades nuevas que les resul-

“El precio este año es más elevado y está haciendo que el consumo sea más moderado”

ten más atractivas tales como la Cara-Cara, la Navel Chocolate o la Leanri, cuyas características tanto físicas como gustativas hacen que destaquen sobre otras variedades. Por otra parte, también renovamos los envasados, apostando por formatos más pequeños que se adapten mejor a las necesidades del consumidor y que faciliten la rotación del producto en los lineales.

VF. ¿Cómo se consigue mantener ese posicionamiento de marca líder en un mercado tan especial y particular como el francés?

AV. Uno de nuestros principales objetivos para mantener el posicionamiento de la marca Le Gamin en el mercado francés es la calidad del producto. Trabajamos desde las primeras etapas de crecimiento del fruto en obtener cítricos de la más alta calidad, cultivados de manera sostenible en nuestras fincas propias ubicadas en las mejores zonas del arco mediterráneo, mimando y cuidando el producto de manera que cumpla las altas exigencias del mercado europeo en general, y especialmente del mercado francés, en cuanto a calidad visual y gustativa y a seguridad alimentaria.

Además, adaptamos las variedades de producto a las demandas de los consumidores, manteniendo la calidad en el centro. Así podemos ofrecer nuevos formatos más sostenibles (productos compostables) y nuevas variedades de cítricos.

VF. ¿Qué podemos decir del día a día de Saint-Charles Internacional?

AV. El mercado de Saint-Charles Internacional es una de las plataformas logísticas más importantes de Europa, ya que no sólo abastece al mercado francés, sino que es el punto de conexión entre España y el resto de los mercados europeos y, cada vez más, del resto del mundo. Creo que es un mercado logístico con unas posibilidades crecientes en cuanto a distribución de producto en Europa, y que está preparado para coordinar también la distribución de productos de otros países.

VF. ¿Se han planteado en un futuro instalarse fuera del mercado en la zona del Grand Saint-Charles para disponer de más espacio?

AV. La verdad es que un cambio de ubicación no entra en nuestros planes por ahora ya que nuestras oficinas de Del Sol dentro del mercado nos sirven como puesto logístico y de distribución, nos facilitan las operaciones comerciales y nos permiten dar una respuesta rápida a los clientes ante cualquier inconveniente, tanto en la venta como a nivel logístico.

VF. ¿Cómo vislumbra el futuro de esta plataforma?

AV. El mercado de Saint-Charles todavía tiene margen de crecimiento y creo que se está convirtiendo en una plataforma con mucho potencial tanto a nivel logístico como de expertise profesional, por su cultura de trabajo y empleo alrededor de todas las actividades que se desarrollan en dicho mercado.

Haz del Transporte un disfrute

Grupaje diario internacional

ITALIA
BÉLGICA
FRANCIA
HOLANDA

www.molbo.es
+34 961643140

MOVIMIENTO RESPONSABLE DE MERCANCÍAS

Barómetro de las empresas del comercio hortofrutícola francés

Las condiciones económicas del sector de las frutas y hortalizas frescas son extremadamente volátiles. La crisis de la Covid-19 lo demostró claramente y puso de manifiesto la falta de datos económicos disponibles para controlar la situación económica de los operadores del sector BtoB1. Estos eslabones, situados en la interfaz entre la producción y la venta especializada, desempeñan un papel esencial en el funcionamiento del sector.

Este barómetro realizado por FranceAgrimer —organismo público-administrativo perteneciente al Ministerio de Agricultura— pretende analizar la diversidad de empresas especializadas en el comercio hortofrutícola en Francia y su situación en el periodo de julio de 2022 a junio de 2023.

■ COMERCIO MAYORISTA

Durante los cuatro trimestres analizados, las ventas aumentaron 11 meses de 12 y sólo descendieron en abril de 2023. El tonelaje creció ligeramente a lo largo del año. Tras acelerarse en el primer trimestre de 2023, retrocedió en el segundo, debido sobre todo a las malas condiciones meteorológicas de abril y junio de 2023, pero también debido a una aceleración de la caída de las compras alimentarias de los hogares como consecuencia de la subida general de los precios por la inflación.

Por su parte, el canal Horeca vivió desde finales de 2022 a principios de 2023 la definitiva “vuelta a la normalidad”, es decir, la apertura sin restricciones de todos los establecimientos de restauración, beneficiando las ventas del comercio mayorista. Sin embargo, a partir del segundo trimestre de 2023, este fenómeno se paralizó con sus consecuentes efectos económicos.

■ COMERCIALIZADORES

Este grupo presentó una evolución desigual de las ventas pese a la subida de precios. Las ventas aumentaron en tres de los cuatro trimestres. En el cuarto trimestre de 2022 se produjo un descenso debido sobre todo a las dificultades del sector de las hortalizas, especialmente acusadas en diciembre (reducción de la oferta por las condiciones climáticas, inflación, etc.).

Sin embargo, la tendencia mensual no fue lineal, ya que 4 de los 12 meses registraron un descenso. Abril de 2023 fue un mes especialmente difícil. En cambio, la evolución de los volúmenes fue negativa en tres de cada cuatro trimestres, sobre todo en el último trimestre de 2022 y el primero de 2023, debido a las dificultades de algunos sectores hortícolas (zanahorias y puerros, en particular).

El periodo fue mucho menos difícil para los operadores del sector frutícola que para los del sector hortícola. En efecto, los resultados de los cargadores dependen especialmente de las condiciones técnicas y climáti-



La inflación afecta a todos los actores de la cadena agroalimentaria. / AGRIMER

cas de la cuenca de producción desde la que operan.

Resultados anuales: crecimiento de las ventas y mejora de la rentabilidad.

■ MINORISTA ESPECIALIZADO

El periodo analizado se puede resumir en: un descenso persistente de la actividad.

Las ventas disminuyeron en 3 de cada 4 trimestres. El único aumento se produjo en el primer trimestre (sobre todo en marzo), antes de que las circunstancias socioeconómicas obligaran a los consumidores a reducir el volumen de sus compras alimentarias y a favorecer a las cadenas que ofrecían los precios más bajos.

La evolución de la frecuentación, medida por el número de entradas vendidas, está relacionada con la de las ventas, salvo que en los dos últimos trimestres de 2022 las ventas disminuyen más deprisa que la frecuentación, y a partir de 2023 el fenómeno se invierte,

lo que refleja la influencia del aumento de los precios.

Con un descenso de las ventas superior al 10%, una reducción de los márgenes y un ligero aumento de los costes, el valor añadido disminuye un 8%, el beneficio económico medio y el resultado bruto de explotación (EBITDA) se reducen un 20% y el flujo de caja disminuye un 33%.

La coyuntura posterior a la crisis del coronavirus ha favorecido el crecimiento de las ventas de los mayoristas, gracias a la recuperación del sector de la restauración, pero ha penalizado gravemente a los minoristas especializados. Los comercializadores, cuyos resultados han variado, han podido beneficiarse o resentirse dependiendo de las condiciones específicas de cada cuenca de producción. Y como consecuencia del clima económico inflacionista, el número de tickets emitidos por las fruterías ha descendido junto con las ventas.



El acuerdo de venta se cerró el pasado mes de diciembre. / ARCHIVO

Casino vende sus tiendas a Intermarché y Auchan

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El grupo de distribución francés, Casino, cerró el pasado mes de diciembre un acuerdo para la venta de “casi la totalidad” de sus hipermercados y supermercados en Francia a Auchan e Intermarché. La operación implica 313 establecimientos que generaron ingresos por 3.600 millones de euros en 2022 (sin incluir carburantes) en una transacción por valor de 1.350 mil millones de euros.

En los términos del acuerdo, Auchan tomará control de los hipermercados, mientras que Intermarché adquirirá los supermercados y algunos formatos de proximidad, garantizando la continuidad laboral de todos los empleados de estos establecimientos. Adicionalmente, se ha contemplado también la posible inclusión de ciertos activos inmobiliarios no considerados inicialmente en las negociaciones.

Este movimiento estratégico marca una victoria para Groupement Les Mousquetaires (Intermarché) y Auchan Retail sobre la alianza rival de

Carrefour y Lidl. Fue el diario francés Les Échos quien informó que la oferta de Carrefour comprendía varios hipermercados y supermercados, así como 7.000 establecimientos de proximidad (Vival, Spar y Sherpa) mientras que Lidl mostró interés en las tiendas que quedaron fuera de los planes de compra de Carrefour. No obstante, la oferta conjunta Intermarché-Auchan era más atractiva y presentaba dos ventajas claras para Casino: comprendía todos sus hipermercados y supermercados, y dejaba fuera los puntos de venta de proximidad que la compañía, dirigida por Jean-Charles Naouri, considera intransferibles.

La suma obtenida, que asciende a 1.350 mil millones de euros, se destinará a liquidar parte de la deuda total del grupo, que actualmente asciende a siete mil millones de euros. Ante el deterioro de sus previsiones financieras, Casino ya anunció el pasado 27 de noviembre que tomaría las medidas necesarias para garantizar el rescate.



EMPRESA IMPORTACIÓN - EXPORTACIÓN DE FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS

+ 33 (0)4 68 55 32 33



contact@buonanno.fr

Buonanno



@buonannoficiel

Saber hacer - Selección - Calidad



JEAN-PATRICK RODRIGUEZ / Director general de GR Logistique

“Seguimos implantándonos en los puntos estratégicos de entrada de mercancía”

Una de las máximas de GR Logistique es ofrecer a sus clientes una mayor número de soluciones logísticas apoyándose en la multimodalidad del transporte y en implementación de oficinas aduaneras propias es zonas estratégicas para el comercio hortofrutícola. Con España y Marruecos como países ‘clásicos’ en el esquema logístico del grupo, el director general de GR Logistique afirma que “estamos muy atentos al impacto que el cambio climático está teniendo en el abastecimiento y en las nuevas oportunidades que puedan ir surgiendo de ello”.

Valencia Fruits. ¿Cuáles han sido los hitos que han marcado el ejercicio 2023 de GR Logistic?

Jean-Patrick Rodríguez. Del año que acabamos de cerrar, los problemas de abastecimiento que ha habido con España y Marruecos, los principales proveedores de Saint-Charles, debido a problemas climatológicos y los efectos de la falta de agua y la sequía, sería uno de los hitos que han marcado el ejercicio de 2023.

Otro punto a destacar es el peso que están adquiriendo los nuevos países como proveedores de frutas y hortalizas, y que completan la oferta de los ‘suministradores tradicionales’.

Ante esta nueva realidad, en GR Logistique hemos desarrollado nuevos servicios para ayudar a las empresas presentes en Saint-Charles buscar mercancía más allá de los proveedores tradicionales y completar la falta de oferta. Evidentemente, seguimos siendo ‘partnes’ de los países clásicos, pero el mercado está en constate movimiento y nosotros tenemos que seguir avanzando desarrollando nuevas prestaciones logísticas y aduaneras con países como Senegal, Mauritania o Egipto, que se están posicionando como importantes proveedores hortofrutícolas, sobre todo a raíz de los problemas meteorológicos de los países clásicos y su consecuente reducción de oferta.

VF. ¿Qué nuevos servicios han puesto en marcha en 2023?

JPR. GR Logistique ya disponía de un esquema logístico con estos países, pero viendo su evolución, hemos querido dar un paso más instalando una oficina propia en Guerguerat —el principal puesto fronterizo que conecta Marruecos con África—, para gestionar directamente los trámites aduaneros de los camiones que suben desde Senegal y Mauritania.

Desde el pasado año también estamos presentes en Fos-sur-Mer, uno de los principales puertos de carga de Francia, donde hemos instalado un servicio de contenedores para la mercancía que viene de Egipto, sobre todo naranjas.

En definitiva, seguimos implantándonos estratégicamente en los puntos de entrada de mercancía a Europa para proponer a nuestros clientes, con un solo interlocutor, un servicio integral, sea cual sea el punto de entrada y su destino.

VF. ¿Cuál es el valor de la logística en el negocio hortofrutícola cada vez más global?



En la imagen, Jean Patrick Rodríguez, director general de GR Logistique junto a Eric Hoerner, director de Transporte del Grupo. / GR LOGISTIQUE

“Hemos desarrollado nuevos servicios para ayudar a las empresas de Saint-Charles a buscar mercancía más allá de los proveedores tradicionales”

JPR. Disponer de un buen plan logístico es crucial, pero también es importante sentirte ‘acompañado y asesorado’ en estos nuevos puntos de aprovisionamiento. Cada país tiene sus particularidades con procedimientos fitosanitarios específicos. Tener a un grupo como GR Logistique a tu lado, que conoce estos trámites y los gestiona, proporciona mucha tranquilidad, y esta tranquilidad tiene gran valor en el mundo del comercio.

VF. Y ¿cuál es el precio de esta ‘tranquilidad’?

JPR. Cuando el trabajo es fácil de realizar, su coste es menor que cuando hay complicaciones. En este caso, el cliente es consciente de las dificultades técnicas y acepta el coste que implica esta parte de la venta.

VF. ¿Qué es una buena logística para GR Logistique?

JPR. Saber de donde viene y a donde llega la mercancía y construir un esquema logístico optimizado para que la mercancía se recepcione en el punto más cercano o económico; disponer de una buena estructura de descarga, recarga, preparación de grupaje; y contar con una red administrativa encargada de los trámites aduaneros, inspecciones, fiscales para que la mercancía, principalmente frutas y hortalizas, no pierdan tiempo en su viaje a destino y mantengan intactos su calidad y frescura, son los tres puntos en los que se sustenta la buena logística para GR Logistique.

VF. ¿Y un “esquema logístico optimizado”?

JPR. Cuando el cliente contacta con GR Logistic, lo primero de todo es saber el tipo de mercancía, su origen y el destino. Con esta información, nuestra labor consiste en elaborar un plan uniendo la parte logística con la parte aduanera. En la primera, estudiamos el mejor modo de hacer llegar la mercancía, estableciendo el puerto de salida, las modalidades de transporte, y el punto de destino. Una vez cons-

“Cuando el cliente contacta con GR Logistique, lo primero de todo es saber el tipo de mercancía, su origen y el destino. Con esta información, nuestra labor consiste en elaborar un plan uniendo la parte logística con la parte aduanera”

“Perpignan y la zona de Saint-Charles han sido pioneras en Europa en el desarrollo del transporte multimodal. Las frutas y hortalizas que pasan por aquí viajan por tierra, mar y aire, gracias puntos estratégicos como Port Vendres, Le Boulou, Rivesaltes y el propio Saint-Charles”

truido este esquema añadimos la parte aduanera, las inspecciones fitosanitarias, temas fiscales... para que la mercancía viaje con todos los trámites validados en el menor tiempo posible, y que su calidad y frescura no se vean perjudicadas.

VF. Hemos hablado de nuevos países proveedores, pero ¿qué hay de los posibles nuevos destinos de exportación?

JPR. Estamos en disposición de llevar la mercancía a cualquier parte. Formamos parte de una red logística mundial que nos permite llegar a cualquier punto del mundo mediante cualquier medio de transporte disponible.

Antes, el transporte terrestre era la modalidad imperante en GR Logistique, pero con el paso de los años, también nos hemos especializado en transporte marítimo y aéreo. Es decir que hemos desarrollado el transporte multimodal aportando a nuestros clientes más soluciones.

VF. ¿Cómo definiría la apuesta de Perpignan por ser una plataforma que apuesta por el transporte multimodal?

JPR. Perpignan y especialmente la zona de Saint-Charles han sido pioneras a nivel de Eu-

ropa en el desarrollo del transporte multimodal. Las frutas y hortalizas que pasan por aquí viajan por tierra, mar y aire, gracias puntos estratégicos como Port Vendres (marítimo), Le Boulou (ferroviario), Rivesaltes (aéreo) y el propio Saint-Charles (terrestre).

Es una estructura logística que funciona. Cada modalidad tiene sus características, es por eso que desde GR Logistique tratamos de estar al día en cada una ellas y conocer todas las posibilidades disponibles para ofrecer el mejor esquema a los clientes.

VF. ¿Por qué se ha reducido el espacio de almacenamiento disponible en las instalaciones que GR Logistique tiene en Saint-Charles?

JPR. Se debe a un cambio de estrategia. Queremos centrarnos más en la calidad y no tanto en el volumen. Actualmente disponemos de una estructura de almacenaje de 2.500 metros cuadrados, y el resto está alquilado.

Mediante la obtención de certificaciones como IFS; el Sistema QS —un estándar de origen alemán que aspira a garantizar un aseguramiento de la calidad a lo largo de toda la cadena de producción y comercialización en frutas, verduras y patatas—; o certificado ‘Ecocert’ para alimentos bio, queremos concentrarnos en aumentar la calidad de nuestro trabajo y los servicios que ofrecemos a nuestros clientes.

VF. Estamos en un periodo en el que la geopolítica está siendo la protagonista de muchos conflictos. ¿Cómo está afectando esto a la actividad logística?

JPR. Son problemas diplomáticos y políticos que tienen un impacto directo en los esquemas logísticos, sea cual sea el tipo de mercancía. La única salida es adaptarse a la situación y buscar la mejor solución. En este punto, nuestra labor consiste en aconsejar al cliente sobre la mejor opción logística. Digamos que somos como un GPS para la mercancía que indica cuál es la mejor ruta a seguir.

Tal como explicaba anteriormente, la logística que desarrollamos en GR Logistique se fundamenta en tres líneas clave: transporte, aduana y almacenaje. Trabajamos estas tres partes para ofrecer a nuestros clientes el mejor esquema logístico optimizado de acuerdo a sus necesidades al precio más competitivo posible. Nuestra fuerza reside en que el cliente con nosotros tiene un único interlocutor, que a su vez tiene una extensa red de intermediarios encargada de llevar a cabo el plan de trabajo establecido para que el cliente no tenga que preocuparse de esta parte de la transacción comercial.

VF. ¿Cómo se presenta el nuevo año?

JPR. Nuestro plan de trabajo para 2024 es continuar desarrollando nuevos puntos aduaneros y logísticos, ampliando los servicios ofrecidos al cliente, tanto en puntos de aprovisionamiento como en modalidades de transporte. Nuestro propósito para el nuevo año es disponer de más soluciones de transporte para poder exportar a cualquier país; y en el caso de las frutas y hortalizas, no perder de vista el impacto que el cambio climático está teniendo en el abastecimiento y en las nuevas oportunidades que puedan ir surgiendo de ello.

GIR

LOGISTIQUE

NUESTROS SERVICIOS UNA SOLUCIÓN COMPLETA • PARA SUS MERCANCÍAS

Aduanas

Soluciones para todos
sus proyectos de
importación/exportación
sea cual sea el tipo
de mercancía

Transporte

Soluciones
multimodales para
todos sus flujos

Almacenamiento

Una zona refrigerada de
2.000 metros cuadrados
y un equipo dedicado
a sus mercancías



NUESTRA RED LE ACOMPAÑA EN TODOS SUS EXPEDIENTES A TODAS PARTES

NUESTRAS CERTIFICACIONES: PARA GARANTIZARLE LOS MEJORES SERVICIOS.



QS Logistique :
Fruits, Légumes et
Produits de Terre



Síguenos y póngase en contacto con nosotros

www.grlogistique.com

Centre européen d'entrepôt et de
distribution (C.E.E.D.)
Zone du Grand St Charles
Perpignan (66) France



+33 (0)4 68 85 61 00
+33 (0)4 68 85 61 01
contact@grlogistique.com

Grupo GUANTER RODRIGUEZ



JEAN-LUC ANGLES / Director general de Anecoop France

“La falta de producto español ha abierto una brecha en el mercado francés a otros orígenes”

Anecoop France comienza el año con buen pie, pero ajustando sus estrategias ante la tendencia cada vez más consolidada de cosechas más cortas en España. Para hacer frente a la incertidumbre de la falta de producto, la distribución francesa diversifica sus proveedores, incorporando suministros de frutas y hortalizas de Marruecos, Túnez y Egipto. Jean-Luc Angles, director de la filial francesa, reconoce la necesidad de adaptarse y fortalecer las líneas estratégicas para mantener su posición como proveedor líder del mercado, destacando sus valores, historia y fiabilidad.

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué balance realiza Anecoop France del ejercicio 22-23? ¿Cómo ha arrancado el 2024?

Jean-Luc Angles. Después de un ejercicio tan complicado como fue el 21/22, el 2023 nos ha dado un cierto respiro en algunos productos. Destaca sobre todo el caso del kaki, que tras un año con muy poca producción y sin margen para la rentabilidad, durante esta campaña la cosecha ha sido más estable y los precios razonables. Los cítricos también han mantenido unos niveles de precios relativamente altos y la campaña de hortalizas se ha desarrollado con cierta normalidad. Como contrapunto negativo tenemos el sector ecológico, que está atravesando una situación complicada y sin mucha demanda. Atendiendo a todos estos factores, entendemos que este 2024 va a ser muy similar al 2023, con los productos de segmentación con cuotas bajas y una masificación del trabajo en las gamas más económicas.

Una tendencia general que se está perfilando es que cada vez tendremos cosechas más cortas, y esta falta de producción española a nivel general ha abierto

una brecha en el mercado francés a otros orígenes.

VF. ¿Está cambiando la estrategia de la distribución agroalimentaria francesa?

JLA. La distribución francesa ha mantenido históricamente un fuerte enfoque en el origen español, valorando su calidad y capacidad de servicio. Sin embargo, debido a varios años de cosechas cortas y escasez de productos, se está observando una apertura en la distribución y en el mercado hacia la importación de otros países. Y no es una importación puntual: como la disminución en las producciones se está consolidando como una tendencia en España, desde Francia están intentando estructurar un suministro de frutas y hortalizas complementario con otras procedencias, como Marruecos, Túnez o Egipto. Aunque los productos españoles son reconocidos por su calidad y seguridad alimentaria, la prioridad del distribuidor francés es garantizar la disponibilidad de producción, por lo que ha diversificado sus orígenes importadores.

VF. ¿Cuál ha sido el impacto de esta apertura en Anecoop France?

JLA. Este año ya hemos visto como algunos distribuidores han



El director general de Anecoop France relata cómo la situación del campo español se traslada a la distribución y a los mercados franceses. / NR

“Aunque los productos españoles son reconocidos por su calidad y seguridad alimentaria, la prioridad del distribuidor francés es garantizar la disponibilidad de producción, por lo que ha diversificado sus orígenes importadores.”

hecho promociones de cítricos procedentes de África del Norte o Egipto, cosas totalmente nuevas y que nunca se habían hecho. Sabemos que una vez abierta esa brecha, va a ser muy difícil cerrarla. Por ello, nos corresponde defender con firmeza nuestros valores, como nuestra historia, presencia en los mercados y fiabilidad.

En un contexto donde la calidad de los productos está altamente disputada, elementos como la capacidad de servicio, trazabilidad y seguridad alimentaria se convierten en factores clave para superar a nuestros competidores, ámbitos en los cuales no tenemos rival.

VF. Hablando del consumo de frutas y hortalizas, ¿cómo ha sido su evolución en Francia?

JLA. Se ha observado un retroceso general en el consumo de frutas y verduras en Francia. Sin embargo, lo más notable es que los consumidores que anteriormente optaban por segmentos de valor añadido como productos orgánicos, no tratados, tamaños más grandes o frutas exóticas, han regresado al producto convencional. Actualmente, los consumidores están repensando sus elecciones de compra, y son los segmentos de mayor valor los que están experimentando mayores dificultades, mientras que los productos de precios más asequibles son los que mejor se están comportando.

VF. ¿Cómo se posiciona la demanda por la producción local?

JLA. En la actualidad persiste un sector de la población que no solo considera el precio, sino que también presta atención al origen. Hace algunos años, este grupo solía centrarse principalmente en productos ecológicos, con menos énfasis en el origen, pero ahora, una parte de esta población interesada en productos diferenciados ha dirigido su atención hacia la producción local y la idea de kilómetro cero.

VF. Continuando con otros temas de actualidad, las limitaciones en el uso del plástico para el embalaje de frutas y verduras han generado preocupaciones en el sector agroalimentario de la mayoría de los países europeos. ¿Cuál es la situación actual en Francia?

JLA. La situación es bastante ambigua respecto a las limitaciones del uso del plástico. Fue en 2020 cuando se pusieron en práctica estas restricciones dentro de la Ley AGECE (Loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire), pero se suspendieron en 2023 y ahora se ha vuelto a activar, de modo que desde el 1 de enero de 2024 no podemos utilizar plástico para envases de fruta o verdura por debajo de 1,5 kilogramos. No obstante, creemos que será a partir del verano de 2025 cuando estas restricciones serán más claras y precisas con la legislación común europea.

VF. Ante un contexto tan complejo, ¿cuál es la hoja de ruta a seguir para Anecoop France?

JLA. Seguimos con nuestro plan estratégico: diversificar actividades. Según nuestro punto de vista, esta es la única manera de seguir creciendo y crear valor. Hace más de 10 años ya diversificamos con nuestra línea ecológica y recientemente lo hemos hecho con una nueva línea de flor cortada, siempre con el objetivo de dar soluciones a nuestros socios productores y de mantener las líneas comerciales que sean más oportunas.

JIC FRANCE
PRODUCTEUR DE SAVEURS
IMPORT - EXPORT

255 Avenue Georges Caustier, 66000 Perpignan
tel: +33 468 95 86 32 - móvil: +33 (0) 612 91 84 27
email: jicfrance@hotmail.fr - web: www.jicfrance.fr
FR93492312178

DANIEL SOARES / Director internacional de Interfel

“Uno de los retos de Interfel es reactivar el consumo de frutas y hortalizas frescas”

Interfel es la interprofesional de frutas y hortalizas frescas de Francia. Creada en 1976, en estos 48 años se ha convertido en un auténtico foro de diálogo interprofesional con el objetivo de promover el sector hortofrutícola galo y fomentar el consumo interno de frutas y hortalizas frescas. Su director, Daniel Soares, analiza, para Valencia Fruits, la situación actual del sector, el estado de su balanza comercial, y confirma que uno de los grandes retos en este 2024 será reactivar el consumo de frutas y hortalizas y avanza algunas de las acciones que se pondrán en marcha para tal fin.

Valencia Fruits. ¿Qué primer análisis realiza Interfel de la producción hortofrutícola de Francia en 2023?

Daniel Soares. La producción en 2023 ha estado marcada por las inclemencias meteorológicas con afectación desigual dependiendo de la zona y de la producción. Por ejemplo, la manzana, un cultivo importante para Francia, el año pasado obtuvo una mayor cosecha en comparación a la campaña anterior gracias a las buenas condiciones meteorológicas durante buena parte de su fase de producción; por el contrario, la temporada de zanahoria ha sido complicada debido a las fuertes lluvias registradas en las zonas de cultivo del suroeste del país.

VF. ¿Cómo se está comportando la exportación de frutas y hortalizas francesa en un año marcado por una falta de producto generalizado?

DS. Desde el inicio de la temporada 'export' en agosto de 2023, podemos confirmar una mejora de las ventas en el exterior respecto al año anterior, principalmente, gracias al aumento de oferta de la manzana francesa. El hecho de que seamos de los pocos países con cifras positivas en producción está favoreciendo la exportación de manzanas con una demanda bastante activa desde el inicio de la temporada. No obstante, para este 2024 que acabamos de estrenar, se espera una bajada en las cifras de exportación ya que muchas de las producciones francesas están afectadas por el mal tiempo y no presentan su potencial productivo tradicional. Es posible que haya incluso escasez en ciertas categorías.

VF. Bélgica, Alemania, Suiza, Italia, Reino Unido y España son los principales destinos de exportación para las frutas y hortalizas francesas, pero ¿qué otros mercados están en el 'punto de mira' del sector?

DS. Los mercados de la UE son, evidentemente, el principal destino de las exportaciones francesas de frutas y hortalizas. Somos el cuarto país productor de la Unión Europea, por detrás de España, Italia y Polonia, con una cifra export en 2022 de más de 2.128.000 toneladas. En cifras porcentuales, en hortalizas, Francia exporta el 23% de su producción, mientras que en Frutas

esta cifra llega hasta el 30%, con la manzana como nuestro producto estrella. Es el producto con el cual nuestro país está abriendo nuevos mercados. Además de la UE, la manzana francesa también se envía a Oriente Medio, Asia y América del Sur.

Alrededor del 23% de la producción francesa de hortalizas y hasta el 30% de la producción de frutas se dedica a la exportación. Las manzanas francesas también se envían a los países de Oriente Medio, Asia y América del Sur. Hablando del continente americano, uno de los objetivos es, precisamente, abrir el mercado mejicano. Otro de los retos será la apertura del mercado asiático para la pera, otra fruta muy valorada fuera de nuestras fronteras.

VF. Francia presenta un importante descenso de consumo de frutas y hortalizas. Desde Interfel, ¿qué medidas se están adoptando para revertir esta tendencia?

DS. Efectivamente las cifras de consumo no dejan de caer; especialmente en estos dos últimos años, debido principalmente por una situación económica inflacionista. En 2023, el volumen de consumo ha bajado entre un 3 y 5% respecto a 2022, no así su valor, que mantiene su tendencia alcista por la fuerte subida del precio de los alimentos.

Como interprofesional de frutas y hortalizas, uno de los objetivos de Interfel es precisamente reactivar su consumo. Nuestra propuesta es promover los productos frescos en los hábitos alimentarios a través de acciones regionales, nacionales e internacionales. Ejemplo de ello son las campañas 'Jamais Trop de fruits et légumes frais'; o 'The Good move', un nuevo programa de ámbito europeo que llevamos a cabo en colaboración con la interprofesional española de limón y pomelo, Ailimpo; y la



Daniel Soares en la pasada edición de Fruit Attraction en Madrid. / N RODRIGUEZ

asociación de distribuidores de frutas y hortalizas frescas polaca, Fruit Union. Se trata de un programa europeo de promoción para el periodo 2024-2025 que pusimos en marcha este 1 de enero. El plan de acción propuesto se basa en principios clave como las políticas de salud pública que promueven la actividad física y la alimentación saludable; los jóvenes de 18 a 34 años, sus retos, experiencias y sentimiento de comunidad; el calendario deportivo de 2024-2026 en los países afectados es propicio para una campaña específica (Juegos Olímpicos, etc.); acciones diseñadas a escala nacional o de la Unión Europea. El objetivo principal es aumentar el consumo de frutas y hortalizas frescas en Europa informando a los consumidores sobre prácticas alimentarias equilibradas y adecuadas. El impacto previsto es mejorar la competitividad y el consumo de frutas y hortalizas, aumentar su visibilidad e incrementar su cuota de mercado.

VF. ¿Cuál es la 'hoja de ruta' de Interfel para 2024?

DS. Además de reactivación del consumo, con acciones

mencionadas anteriormente, Interfel seguirá actuando como interlocutor ante los poderes públicos para plantear las cuestiones del sector hortofrutícola, nos ocuparemos del análisis y elaboración de la información económica del sector para comprender la oferta y las expectativas de los consumidores, y continuará fomentando acuerdos interprofesionales para que la calidad de las frutas y hortalizas se mantenga en un nivel que garantice la satisfacción de los consumidores y mejore la competitividad del sector, también mantendrá la financiación y dirección en la investigación y la experimentación del sector para fomentar la innovación y los programas de accesibilidad de las frutas y hortalizas.

En el plano internacional, Interfel volverá a representar al sector hortofrutícola francés en todo el mundo en pro del desarrollo comercial fuera de nuestras fronteras y, promoviendo las exportaciones de frutas y hortalizas francesas y abriendo nuevos mercados en terceros países.

Import / Export

Pavifruits

Saint Charles International • Rue du Languedoc B.P. 35322 • 66033 PERPIGNAN Cedex France
Tél. +33 (0)4 68 56 97 41 • Fax. +33 (0)4 68 85 08 14 • Email: pavifruits@orange.fr

Cae el consumo de frutas y hortalizas en Francia

En cuanto a la balanza comercial, en exportación, el país vecino reduce su déficit en fruta fresca durante 2023 y aumenta sus ventas hortícolas en el exterior

Con el aumento de los precios y una situación económica marcada por la inflación, el poder adquisitivo de los consumidores se ha visto mermado y una de las primeras consecuencias ha sido el control del gasto en la compra de frutas y hortalizas.

Se trata de una tendencia que viene de años atrás, pero que se ha hecho más patente en estos dos últimos años, debido precisamente al empeoramiento de la economía. Así lo demuestra el informe de consumo de 2022-2023 elaborado por la interprofesional hortofrutícola francesa, Interfel. Dicho informe revela que la cantidad gastada por los hogares en frutas y hortalizas sigue disminuyendo: 469 millones de euros en 2021 y 451 millones de euros en 2022, y las cifras de los 9 primeros meses de 2023, reflejan la misma tendencia, debido a la inflación.

En el grupo "frutas", el último estudio de Interfel revela que la compra de estos productos por parte de los hogares franceses disminuyó ampliamente en el primer semestre de 2023. Sin embargo, en el tercer trimestre, con 22 kg por hogar, las compras repuntaron y se acercaron a la media de los últimos 3 años. No obstante, siguen siendo inferiores a las de 2022 (-1%). En el conjunto de los 9 primeros meses de 2023, con un total de 58 kg por hogar, las compras de fruta fresca siguen siendo un 4% inferiores a las de 2022 y un 6% inferiores a la media de 3 años.

En el primer semestre de 2023, las frutas con mayor número de compras fueron, por orden: melocotones y nectarinas, plátanos, manzanas, albaricoques y naranjas, aunque todas ellas experimentaron tendencias extremas y muy contrastadas. Los albaricoques, por ejemplo, registraron un crecimiento muy fuerte (+27%), mientras que las naranjas sufrieron una importante caída (-20%).

■ HORTALIZAS

En el tercer trimestre de 2023, las compras de hortalizas por parte de los hogares galos registraron una ligera disminución con respecto a 2022 (-1%) y a la media



La inflación y el menor poder adquisitivo han moderado la compra de frutas y hortalizas de las familias francesas. / ARCHIVO

trienal (-2%). Estas cifras tienen su razón de ser; en particular, por los malos resultados del mes de julio.

Zanahorias, tomates, endibias, cebollas, lechugas y calabacines fueron las hortalizas más compradas durante el primer trimestre de 2023, y aunque el total mostró un ligero descenso, las tendencias han sido distintas de una hortaliza a otra. Bajaron las zanahorias (-17%), mientras que crecieron las compras de pepinos y calabacines (+13% y +10%).

■ PATATA

Durante los dos primeros meses de la campaña 2023/24, las compras de patatas frescas siguieron siendo inferiores a las del año anterior, pero, aunque la tendencia subyacente es a la baja, fueron superiores a la media de 3 años. En este periodo de inflación, la patata parece haber sido un producto refugio, con precios al alza pero que siguen siendo asequibles.

■ TRANSFORMADOS

Las compras de compotas para el consumo doméstico en el tercer trimestre de 2023 fueron de 0,41 kg por hogar, lo que supone un aumento muy ligero con respecto a 2022. Tras un aumento en 2020

En el conjunto de los 9 primeros meses de 2023, con un total de 58 kg por hogar, las compras de fruta fresca siguen siendo un 4% inferiores a las de 2022 y un 6% inferiores a la media de 3 años

La compra de hortalizas por parte de los hogares galos registró una ligera disminución el año pasado con respecto a 2022 (-1%) y a la media trienal (-2%).

En patata, en el acumulado de los tres meses del inicio de la campaña (2023/24), los volúmenes de exportación se han situado por encima de la media de los cinco últimos años

y 2021, vinculado al confinamiento, las compras de compotas han vuelto por tanto a volúmenes ligeramente inferiores pero cercanos al periodo anterior a la covid.

Con 0,51 kg comprados por hogar en el 3er trimestre de 2023, el volumen ventas de mermeladas es inferior al de 2022.

■ COMERCIO EXTERIOR

En cuanto a las frutas, en el pe-

riodo acumulado de enero a octubre de 2023, el déficit comercial de Francia en volumen de frutas frescas se ha reducido (-3% frente a 2022). Sin embargo, el déficit de la balanza comercial ha aumentado (+7% frente a 2022). En el periodo acumulado de enero a octubre de 2023, las importaciones de frutas frescas se situaron ligeramente por debajo de la media quinquenal en volumen (-1%

En el primer semestre de 2023, las frutas con mayor número de compras fueron, por orden: melocotones y nectarinas, plátanos, manzanas, albaricoques y naranjas

frente a la media quinquenal). Este descenso se debió principalmente a las menores importaciones de cítricos procedentes de España, en un contexto de caída de la oferta.

Las exportaciones, por su parte, se situaron por encima de la media quinquenal (+4% frente a la media quinquenal). Esto se debió principalmente al aumento de las exportaciones de frutas de hueso (excluidas las cerezas) a Italia, en un contexto de buena oferta.

■ EXPORTACIÓN HORTÍCOLA

Durante los 10 primeros meses del año, el déficit comercial de hortalizas frescas de Francia aumentó ligeramente con respecto a 2022 en volumen (+1% frente a 2022) y también mejoró en valor (+5% frente a 2022). En el periodo acumulado enero-octubre de 2023, las importaciones de hortalizas frescas disminuyeron ligeramente en volumen con respecto a la media quinquenal. En particular, descendieron las importaciones de hortalizas procedentes de España y Bélgica, mientras que aumentaron las importaciones procedentes de Marruecos y los Países Bajos.

Las exportaciones de hortalizas frescas subieron con respecto a la media quinquenal (+9% frente a la media quinquenal). Este aumento de las exportaciones se debió en parte al incremento de las exportaciones al Reino Unido. También fueron significativos los flujos de tomates a Alemania y de coles a Bélgica.

En el caso de las patatas frescas, en el acumulado de los 3 meses del inicio de la campaña (2023/24), los volúmenes de exportación se situaron por encima de la media de los 5 últimos años (+18% frente a la media de los 5 últimos años) y a un nivel equivalente al de la campaña anterior, que había alcanzado un nivel récord. Destacan las exportaciones a Italia y los Países Bajos.

Las importaciones también aumentaron considerablemente (+24% frente a la media quinquenal), sobre todo las procedentes de los dos principales países proveedores, Bélgica y Alemania, y muy notablemente las de España.

LULU
clementines - oranges

info@antoniocardo.es - www.antoniocardo.es
ANTONIO CARDÓ, S.L.- C/. Honorio Maura, 10 - Tel. 962660765 - Sagunto (España)
EURL. BERNARD DÉJEAN - St. Charles International Mag. 24 - 66031 Perpignan Cedex - Tel. 468547480