

valencia fruits

14 de mayo de 2024 • Número 3.067 • Año LXII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,75 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Bruselas calcula que el impacto económico resultante de la instalación del CBS en las zonas cítricas comunitarias ascendería a 1.182 millones de euros. / ARCHIVO

La Mancha negra se extiende en Túnez

La enfermedad causa pérdidas de casi el 100% en las parcelas de cítricos sin tratar

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La Mancha negra se ha extendido y está causando daños en todas las zonas de producción de cítricos de Túnez. Un artículo científico publicado ahora en Journal of Phytopathology documenta que la enfermedad —que en el año 2020 se delimitó que afectaba a un total de 2.000 hectáreas del noreste del país— se ha propagado a todas sus áreas cítricas con pérdidas del casi el 100% en las parcelas sin tratar.

En el año 2019, tras detectar en puertos europeos en solo dos meses y en hasta siete partidas importadas de cítricos tunecinos la presencia de Mancha negra (*Citrus Black Spot*, CBS o *Phyllosticta citricarpa*), sus autoridades confirmaron por primera vez la presencia de esta enfermedad en el noreste del país, concretamente

te en la gobernación de Nabeul, y se declaró oficialmente un área infectada de 2.000 hectáreas. Esta lamentable noticia abría un nuevo escenario para la sanidad vegetal europea: la plaga provocada por este hongo se encontraba ya en el Mediterráneo. Estaba a las puertas de Europa.

Aquello ya fue un hito mayúsculo pues era la primera vez que este patógeno —considerado el hongo más peligroso de la citricultura y cuyo combate está regulado en la Unión Europea como “prioritario”— se localizaba en un país mediterráneo, la primera vez que se identificaba en una zona productiva tan cálida como la española.

El artículo científico recientemente publicado en la revista Journal of Phytopathology titulado ‘Distribución geográfica,

prevalencia e incidencia de la Mancha negra de los cítricos causada por *Phyllosticta citricarpa* en Túnez” alerta que, menos de un lustro después de aquella detección, la enfermedad se encuentra ya totalmente extendida en las áreas cítricas de este país, no sólo en Nabeul sino también en Sousse.

El artículo publicado en el mes de marzo recoge una investigación promovida desde las propias autoridades de Túnez, absolutamente transparente, con prospecciones y cuantificación de daños. El trabajo pone de manifiesto que no se trata de una detección anecdótica, evalúa la gravedad de la afección y sus consecuencias así como el riesgo fitosanitario y económico que representaría su entrada en territorios cítricos de la Unión Europea.

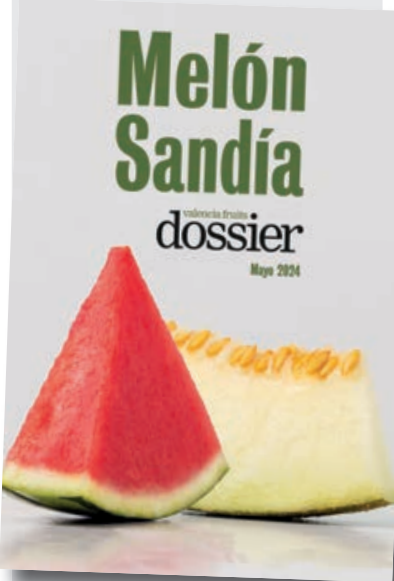
En esta línea, un trabajo reciente del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA) ya acreditó mediante modelos matemáticos de posibles infecciones, la idoneidad climática de la cuenca mediterránea para el desarrollo del CBS. Y en este último estudio, como todos los anteriores realizados desde otras zonas del planeta afectadas, se confirma —además— que no existe ningún caso exitoso de erradicación de la Mancha negra tras su introducción y propagación. En todos los países que sufren los daños provocados por esta enfermedad es necesario realizar entre cuatro y seis tratamientos fungicidas al año para obtener un control aceptable de la misma en las plantaciones cítricas.

Más información en pág. 8



Esta semana

- 3 La importación de cítricos de Egipto por puertos españoles crece un 9.700% en diez años
- 4 Las exportaciones de brócoli incrementan un 23% su valor
- Mejoran las cotizaciones de sandía y descienden levemente las de melón
- 5 Las limitaciones fitosanitarias condicionan la competitividad de las nueces europeas
- 6 Artículo de opinión de Cristóbal Aguado: “Poco se habla de la pinyola”
- Nueve de cada diez españoles dotaría de más recursos a los agricultores para poder producir a un precio asequible
- 7 Medfel, el punto de encuentro del sector hortofrutícola francés, alcanza un nuevo hito
- 9 El uso de brasinoesteroides puede retrasar la progresión del HLB



ÍNDICE	
Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	8
Agrocotizaciones:	10
Empresas:	14



Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

RAFAEL CABO CORTELL

■ preimpresion@valenciafruits.com

Administración
y Suscripciones

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ suscripciones@valenciafruits.com

Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

VICENT ESCRIG ANGLÉS

Valencia Fruits no se hace responsable
de las opiniones emitidas por sus
colaboradores.



SUCRO

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: IMPRICA V

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

Empresa Asociada:



Tribuna Abierta

No es oro todo lo que reluce

Por GONZALO GAYO

La economía mundial sorprende por su resiliencia y capacidad de sobreponerse al impacto de las crisis sufridas, desde la pandemia del COVID y los conflictos bélicos que amenazaban con una recesión. Los últimos informes de los principales observatorios mundiales coinciden en que el crecimiento económico es sólido y sostenible, al menos hasta el horizonte de 2025. Desde la OCDE certifican cierto optimismo sobre el afianzamiento del crecimiento de la economía mundial y un descenso de la inflación pese a los riesgos geopolíticos existentes. Según las previsiones, la economía mundial continuará creciendo a un ritmo del 3,2% en 2024 y 2025.

Desde La Moncloa se suman al juego de las macrocifras que ocultan realidades bien distintas. Señalan que España seguiría liderando el crecimiento económico entre las principales economías europeas hasta 2025. El pasado año nuestro PIB aumentó cinco veces más que la media de la zona euro y continúa en el primer trimestre de 2024. Añaden que el dinamismo del mercado laboral, junto con las previsiones de crecimiento de la remuneración de asalariados, la progresiva desaceleración de la inflación y fortaleza financiera de los hogares, permitirán seguir mejorando el poder adquisitivo de los ciudadanos.

Sin embargo, no es oro todo lo que reluce. Los datos de la economía advierten de un reparto desigual siendo en la España de hoy más ricos los ricos y más pobres los más pobres, disparándose la brecha social. El patrimonio de las grandes fortunas españolas se ha disparado un 37% en 2023, hasta alcanzar el récord de 196.130 millones, según la lista Forbes. Mientras, el resto de la población no logra salir del estancamiento en sus rentas, sin avanzar en la convergencia con Europa en los últimos diez años. Y los que se llevan la peor parte son los agricultores, siendo los que sufren las rentas más bajas.

Mientras crecen los millonarios a un ritmo récord del 37% el pasado año continúa descendiendo el número de agricultores con cifras alarmantes de tierras abandonadas sin que haya una política que ponga freno a la recesión. Entre los años 2014 a 2021 ha descendido el número de declarantes agrarios en un 15% hasta situarse en 950.771 personas. De ellos, sólo el 18,7% viven fundamentalmente del trabajo en su explotación al obtener más del 50% de sus rendimientos. El rendimiento neto medio obtenido por profesionales de la actividad agraria se sitúa en 13.148 euros de media, un 48% menos frente a los 27.650 euros de rendimiento de media del resto de declarantes españoles, señalan desde la Unión de Uniones.



La renta de los agricultores profesionales es la mitad que la del resto de la población. / ARCHIVO

Mientras las macrocifras señalan que somos el país que más crece en el PIB y empleo de Europa, lo cierto es que la población sufre la asfixia del incremento de los tipos de interés, una inflación que empobrece y un precio abusivo y especulativo de la vivienda. En el caso de los agricultores profesionales la situación no puede ser peor. Sus rentas se sitúan en niveles de pobreza, siendo casi la mitad del resto de actividades y sólo un 18,7% viven fundamental o exclusivamente de esta actividad, señala la Unión de Uniones de Agricultores y Ganaderos.

Las verdades a medias suelen ocultar una realidad bien distinta. Es cierto que somos líderes en crear empleo barato pero sufrimos el doble del paro que el resto de Europa. Tampoco estamos para echar cohetes con una tasa de empleo del 65,9% de la población en edad de trabajar, que nos sitúa 4,5 puntos menos que en la eurozona y nos aleja de la convergencia mientras se incrementan la brecha social en España. El Banco de España señala que hemos dejado de converger con Europa de un modo sostenido en los últimos años siendo la brecha actual de 15 puntos porcentuales en la renta per cápita. La productividad por hora trabajada en España se sitúa un 15% por debajo de la de la eurozona.

Otro de los puntos débiles de nuestra economía es el desequilibrio fiscal y una deuda pública que a finales de 2023 era del 108% del PIB, más de 30 puntos por encima del promedio de la eurozona. Los expertos señalan que España tiene que reducir su deuda respecto al PIB medio

punto de media anual entre 2025 y 2031 si no queremos dejar una hipoteca impagable a las futuras generaciones, con el problema añadido de que no tenemos unos Presupuestos Generales del Estado-PGE para 2024 ya que dependen de lo que decida la formación de Carles Puigdemont tras las elecciones celebradas en Cataluña.

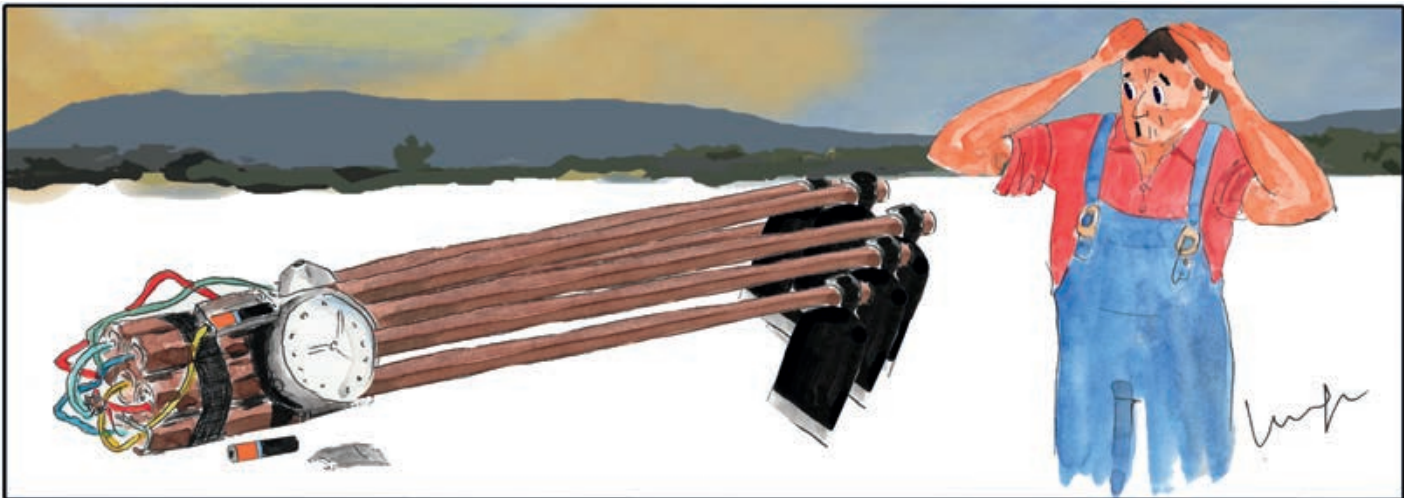
Necesitamos unos PGE desde la eficiencia del gasto público que permita optimizar las inversiones productivas como el Corredor del Mediterráneo y un PHN que dé respuesta a las necesidades de agua en los territorios que sufren el empobrecimiento e hipotecan su futuro por las sequías, entre otras muchas inversiones y actuaciones económicas.

España debe afrontar importantes desafíos en la agricultura, en reducir su endeudamiento, el mejorar el poder adquisitivo de trabajadores y planificar su convergencia con Europa. También urge dar respuestas al cambio climático que amenaza a la agricultura mediterránea. Desde el Banco de España señalan que el cambio climático es uno de los grandes retos “en el que todos debemos contribuir a abordar este desafío”.

Lo cierto es que, pese a las predicciones de mejora de la economía mundial, Europa se está quedando atrás respecto al resto de grandes economías mientras España lleva más de una década estancada, sin converger con una Europa que va a menos. Necesitamos unos PGE para 2024 que permitan abordar los grandes retos y especialmente en una agricultura que se desangra mientras se le sigue dando la espalda.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio



Manifestación en el Puerto de Castellón / LA UNIÓN

La importación de cítricos de Egipto por puertos españoles crece un 9.700% en diez años

La Unió señala que son empresas importadoras españolas quienes traen fruta egipcia en su afán de buscar producto barato

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las importaciones de cítricos procedentes de Egipto a través de los puertos españoles han aumentado un 9.700% en los últimos diez años, un 356% las de Marruecos y un 177% las de Sudáfrica. Estos son los datos que muestra un informe del Gobierno en respuesta a la diputada valenciana del Grupo Sumar Àgueda Micó, y al que ha tenido acceso La Unió.

Mientras el peso del transporte marítimo es reducido en las exportaciones de cítricos españolas (3,7% del total enviado al exterior en 2023), al predominar la carretera, el de la entrada por puertos en las importaciones es notable, un 56% sobre el total.

En los últimos diez años la clasificación la encabeza Argentina con 521.703 toneladas —buena parte de ellas de limones— y un descenso del 33% debido al cierre de sus exportaciones durante varias campañas por problemas fitosanitarios. Le sigue Marruecos con 231.377 toneladas, Egipto con 197.402, Uruguay con 108.271 y Sudáfrica con 103.478 toneladas.

Hay que destacar que Egipto fundamenta su crecimiento en los últimos años, concretamente en 2023 entraron por puertos españoles 102.300 toneladas de cítricos egipcios. Según señala La Unió, “estos datos ponen de manifiesto que son empresas importadoras españolas, la mayoría de ellas valencianas, quienes traen fruta desde Egipto y que en su afán de buscar producto



Durante el pasado año entraron por los puertos españoles un total de 102.300 toneladas de cítricos procedentes de Egipto. / ARCHIVO

barato consolidan un mercado de fruta a bajo precio, sin importarles que los estándares de calidad y producción sean inferiores a los nuestros y que nuestros productores se vean gravemente perjudicados”.

Del global de cítricos importados por puertos españoles, más de 47.000 toneladas de cítricos procedentes de terceros países entraron por instalaciones marítimas de la Comunitat Valenciana (Castellón, Valencia, Sagunto y Alicante) el pasado año y la cifra se eleva a cerca de 174.000 toneladas en el transcurso de los últimos diez años.

Durante 2023 llegaron a España a través de sus puertos más de 199.000 toneladas de cítricos importados, el año

con mayor volumen desde que hay registros, 1,29 millones si se extiende a los últimos diez años. El puerto de Algeciras es por dónde más cítricos de fuera entraron el pasado año, 73.845 toneladas, seguido del de Cartagena con 64.776 toneladas, Castellón con 37.883 y Valencia con 8.221. En los datos de este 2024 se detecta también que buena parte de las importaciones que entraban por puertos valencianos se está desviando sobre todo hacia el puerto de Cartagena, ante el anuncio de las eliminaciones de las bonificaciones portuarias a los cítricos importados desde Castellón y Valencia. En este sentido, La Unió pide a todos los puertos españoles que supriman las

bonificaciones a las importaciones de productos de terceros países que sean sensibles aquí.

Para la organización agraria, este auge evidente de las importaciones es uno de los factores del giro de 360 grados experimentado en la segunda parte de la campaña citrícola con una caída importante de precios para los productores que llega además tras un comienzo bastante razonable.

Carles Peris, secretario general de La Unió, señala que “las importaciones han desestabilizado al final la campaña con precios a la baja tanto en fresco como para industria, hasta el punto de que vayamos a acabar la temporada bastante mal”. El dirigente agrario insiste en reclamar a la Unión Europea “reciprocidad en todos los acuerdos comerciales con terceros países” y una “revisión del impacto de los tratados firmados con algunos países como Egipto, Sudáfrica y Marruecos”.

También defiende La Unió un endurecimiento de los protocolos de sanidad vegetal para evitar la entrada de plagas, la ampliación del tratamiento de frío a mandarinas y pomelos y no solo para Sudáfrica, la desaparición de las bonificaciones en los puertos españoles que facilitan una entrada de cítricos foráneos como es el caso de Algeciras y Cartagena por donde entra una gran parte de estos, así como un aumento del control y vigilancia fitosanitaria de los puestos de inspección fronterizos (PIF).



La fresa española ha registrado importantes subidas de precios en mercados como el de Francia o Alemania. / ARCHIVO

La fresa entra en la recta final de campaña con precios altos

La frambuesa y el arándano atraviesan su época de máxima comercialización

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña fresera española entra en la recta final de campaña con un nivel de precios medios superior a la media obtenida en las temporadas anteriores. Según la información del Observatorio de precios y mercados de la Junta de Andalucía, en la semana 18 (del 29 de abril al 5 de mayo) la fresa alcanzó un valor medio en origen de 1,57 euros/kg, un 13,2% más que en la semana precedente. El año pasado, por estas mismas fechas, estaba cotizando a 1,45 euros/kg, y hace tres ejercicios a 1,13 euros/kg.

En los destinos internacionales de Francia y Alemania la fresa española ha registrado importantes subidas del precio. En los mercados mayoristas germanos alcanzó un valor medio de 4,27 euros/kg, lo que supone un incremento del 10,9% sobre la semana precedente.

Mientras que en Francia, su precio se situó en el mercado de Rungis en 4,90 euros/kg, un 23,7% más que en la semana 17. Por su parte, en el mercado de Saint Charles los valores de venta se incrementaron un 18,6% con 3,25 euros para la barqueta de 500 gramos y 3,95 euros para la bandeja de un kilo.

El informe de la Junta de Andalucía también señala que la frambuesa y el arándano atraviesan su época de máxima comercialización. El arándano lo hace con cotizaciones estables en la semana 18, mientras que la frambuesa sufre importantes bajadas. Aun así, la temporada de este último producto atraviesa el periodo de máxima producción con un nivel de precios medios superior a la media obtenida en las campañas anteriores.

En el periodo analizado por la Junta de Andalucía la frambuesa cotizó a 5,93 euros/kg, con un descenso del 16% respecto a la semana precedente. No obstante, el año pasado por estas mismas fechas este fruto rojo se estaba pagando a 5,82 euros/kg. Por lo tanto, la campaña de frambuesa está atravesando su momento álgido con precios óptimos. Por su parte, el arándano mantiene estable su cotización con 3,49 euros/kg.

La exportación de brócoli incrementa un 23% su valor

En la XV Asamblea de +Brócoli se destacó el incremento del consumo interno y la presencia de esta hortaliza en las grandes superficies españolas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

“El brócoli se ha convertido en los últimos años en una referencia imprescindible en los lineales de las cadenas de distribución y fruterías de España” como afirmaba la asociación +Brócoli en la celebración de su XV asamblea anual celebrada el 10 de mayo.

La presidenta de +Brócoli, Antonia Piernas aprovechó la cita anual para anunciar los próximos retos de la asociación. “Pretendemos involucrar aún más a la distribución y llevaremos a cabo campañas de promoción en países estratégicos para nuestros productores como Alemania y Reino Unido, dando el salto a la internacionalización”, señaló.

En esta cita se pusieron de manifiesto algunos de los hitos alcanzados a lo largo de los últimos quince años en la promoción de la alimentación del consumo de brócoli y la alimentación saludable en las diferentes esferas de la sociedad: “La consecución de nuestros logros durante estos 15 años nos ha llevado a plantearnos nuevos proyectos de promoción más ambiciosos, ligados a los fondos para la promoción de frutas y verduras financiados por la Unión Europea, donde el mercado español seguirá teniendo un foco principal con acciones de promoción con alcance mucho más amplio”, avanzó la presidenta de +Brócoli.

■ LAS CIFRAS DEL BRÓCOLI

Actualmente, la producción anual de brócoli en España es



La Región de Murcia se reafirma como principal productora y exportadora de brócoli de España. / +BRÓCOLI

Actualmente, la producción anual de brócoli en España es de 600.000 toneladas, de las que casi la mitad tienen su origen en la Región de Murcia, principal zona productora del país

de 600.000 toneladas, de las que casi la mitad tienen su origen en la Región de Murcia, principal zona productora del país. El resto de producciones se

concentran en Navarra, Extremadura y la Vega Baja. Según la información facilitada por la consejería de Agricultura murciana, la Región de Murcia

se reafirma como principal productora y exportadora de brócoli de España, con más de 254.000 toneladas en 2023. El valor de las exportaciones de brócoli en 2023 superó los 436 millones de euros, tras un incremento del 23% con respecto al año anterior. Estos datos sitúan a la Región como la principal comunidad exportadora de este producto, superando en cerca de cinco veces a la segunda que es Valencia.

En cuanto a superficie, en España alcanza las 50.000 hectáreas de producción total, de las que 24.000 ha se ubican en la Región de Murcia. Por lo que respecta a exportación, según los datos facilitados por la consejería de Agricultura, durante los meses de enero y febrero de 2024 se han incrementado un 27% las toneladas exportadas comparadas con los mismos meses de 2023.

“Siete de cada diez brócolis que se exportan de España a otros países se han producido en la Región de Murcia. Un dato que evidencia el liderazgo que tenemos en este cultivo en el que somos la primera provincia exportadora, y muy por delante de otras zonas de España donde también se produce”, destacó la consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, en el acto de clausura de la asamblea de la Asociación +Brócoli. La consejera reiteró el apoyo del Gobierno regional con los productores de brócoli, una verdura que “requiere muy poca agua y se adapta perfectamente a la climatología de nuestra tierra”.

■ EL RETO DEL CONSUMO

Uno de los retos importantes, como se recogió en las conclusiones de la asamblea, es que continúe creciendo el consumo interno de este producto. En España se ha incrementado en los últimos años y se superan los dos kilos por persona y año.

“Es una de las verduras que más ha incrementado su consumo en los últimos 10 años. Algo que se ha conseguido gracias a la labor llevada a cabo desde asociaciones como +Brócoli que está trabajando para que siga subiendo”, dijo la consejera.

Reino Unido es el principal consumidor de esta verdura, con hasta 6 kilos por persona al año, y es el principal mercado de las exportaciones de la Región de Murcia con el 28% del total, seguido por Alemania (20%) y Países Bajos (14%).

Mejoran las cotizaciones de sandía y descienden levemente las de melón

El buen clima ha provocado el incremento de la producción de sandía y la estabilidad de los precios en los lineales

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Durante la primera semana del mes de mayo (del 29 de abril al 5 de mayo), las cotizaciones en origen de todas las tipologías de sandía mejoraron, mientras que las de melón descendieron levemente, según expone el informe de seguimiento de la semana 18 del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía.

■ SANDÍA

A diferencia de lo sucedido en las dos campañas anteriores, donde el elevado precio alcanzado por la sandía durante la primera parte de la temporada almeriense afectó notablemente a su consumo; en esta campaña, las adecuadas condiciones me-

teorológicas experimentadas durante gran parte de la primavera han dado lugar a una producción superior a campañas precedentes. Esto ha permitido mantener los precios en los lineales en valores atractivos para el consumidor e incrementar notablemente la demanda en cuanto han subido las temperaturas, según afirma el informe del Observatorio de Precios y Mercados.

Durante la primera semana del mes de mayo los volúmenes comercializados de sandía se han incrementado significativamente, entre un 20-30%, respecto a la pasada semana. No obstante, la subida de las temperaturas, tanto en España como en el resto de Europa, han estimulado la de-

manda de sandía y el precio medio del producto ha aumentado hasta aproximarse a 0,65 €/kg.

■ MELÓN

Los volúmenes comercializados de melón se han incrementado entre un 30-40% respecto a la pasada semana, mientras que las cotizaciones en origen se han reducido ligeramente hasta aproximarse a 1 €/kg, según explica el Observatorio de Precios y Mercados.

El melón amarillo y el Piel de Sapo se mantienen como el salvavidas del cultivo en Almería, mientras el resto de tipologías de melón pierden fuerza. En el caso del melón Piel de Sapo, la reconversión varietal se dirige hacia variedades con resistencia



Durante la primera semana del mes de mayo los volúmenes comercializados de sandía se han incrementado significativamente, entre un 20-30%. / ARCHIVO

a oídio y pulgón, pero con gran peso de la parte organoléptica. El melón amarillo se consolida en el mercado de exportación, donde es considerado un producto básico en la cesta de la compra y se ha convertido en la tipología de referencia en países como Reino

Unido y Alemania durante todo el año.

El melón Galia, hace años el más cultivado en Almería, está siendo sustituido por los dos tipos anteriores, y en menor medida por especialidades como Snow ball, o Dino.

Las limitaciones fitosanitarias condicionan la competitividad de las nueces europeas

El Comité de Nuez y Pecano de Fepex analiza las desventajas por las limitaciones en la UE frente a las importaciones

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las limitaciones fitosanitarias en el cultivo están situando al sector de la nuez y pecano, en una situación de fuerte desventaja competitiva frente a las importaciones procedentes de países terceros, especialmente de Estados Unidos y Chile, que pueden emplear materias activas prohibidas en la UE, como la cianamida, tal y como se expuso en el Comité de Fepex, compuesto por productores nacionales y reunido en Madrid.

En el Comité se constató que, en la producción de nueces en Estados Unidos y Chile, principales proveedores del mercado nacional y comunitario, así como en otros países productores, se pueden emplear materias activas, como la cianamida, cuyo empleo está prohibido en la UE por sus efectos negativos para la salud, según recoge la Decisión de la Comisión de 18 de septiembre de 2008 relativa a la retirada de las autorizaciones de los productos fitosanitarios que contuvieran esta sustancia activa. Se utiliza para estimular y aumentar el porcentaje de brotación y uniformizando el crecimiento de los brotes, permitiendo por tanto mejores productividades.

La cianamida, prohibida en la UE, es empleada en la mayoría de países de los que España importa nueces, entre ellos Estados Unidos y Chile

En consecuencia, en estos países se obtiene un mayor rendimiento por hectárea que no se consigue en la producción comunitaria, más limitada en el uso de determinados fitosanitarios, favoreciendo la importación de la UE que en 2023 ascendió a 186.755 toneladas, de las que 128.343 toneladas fueron sin cáscara y 58.412 toneladas con cáscara. Los principales proveedores fueron Estados Unidos, con 73.115 toneladas, de las que 52.764 toneladas fueron sin cáscara, y Chile, con 33.884 toneladas, de las que 20.049 toneladas fueron sin cáscara. En valor, la importación de la UE ascendió a 725 millones de euros, de los que 600 millones de euros correspondieron a nuez sin cáscara y 125 millones de euros con cáscara, según datos de Eurostat, procesados por Fepex.

En España, la importación de nueces ascendió en 2023 a 28.997 toneladas, de las que 19.482 toneladas fueron sin cáscara y 9.515 toneladas con cáscara.

Para el presidente del Comité de Fepex, Francisco Caballero, las nuevas plantaciones de nuez y pecano que se han incrementado en los últimos años muestran el interés por este cultivo en España, pero este interés puede verse condicionado por una legislación que dificulta su desarrollo, en el ámbito productivo,

especialmente en lo relativo a la política fitosanitaria, y también en el ámbito comercial, al no priorizar las producciones comunitarias frente a las de terceros

países. El sector, además, está trabajando para diferenciarse de las importaciones por la calidad y por ello constituyó la marca "Nueces de España".



En España, la importación de nueces ascendió en 2023 a 28.997 toneladas, de las que 19.482 toneladas fueron sin cáscara y 9.515 toneladas con cáscara. / ARCHIVO



fruit attraction

Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas





Descubre la esencia del Sector.

08-10 Oct 2024

Recinto Ferial
ifema.es



OPINIÓN

Poco se habla de la *pinyolà*



Por CRISTÓBAL AGUADO (*)

Es cierto que, además de la psicosis creada, intencionadamente, con el miedo a las importaciones de Egipto, detrás del desplome de los precios citrícolas ha habido un descenso del consumo y, por tanto, de la demanda. Ya en enero pudimos comprobar que algunas variedades de mandarinas (como lo que quedaba de Clemenules, la Clemenvilla o la Hernandina) tuvieron problemas de comercialización e, incluso, se quedaron campos enteros por recolectar. Entre los factores que influyeron, y no poco, en la crisis citrícola cabe destacar la extraordinaria *pinyolà* de esta campaña.

Sin ninguna duda, la exagerada presencia de semillas o *pinyols* en las clementinas nos ha hecho perder miles y miles de consumidores, sobre todo entre los más jóvenes, que si encuentran un *pinyol* ya no quieren probar más y se pasan a otras frutas que no tienen semillas.

Las perspectivas de crecimiento de las variedades híbridas (las que provocan la polinización cruzada), especialmente de la variedad Nadorcott que en 2029 finaliza su periodo de protección y podrá plantarse sin control, amenazan con recrudecer el problema de la *pinyolà*, hasta tal extremo que podría acabar de hundir la imagen de prestigio de las clementinas valencianas y españolas.

Para cortar de raíz esta pérdida de consumidores y este desastre económico, AVA-Asaja



Las perspectivas de crecimiento de las variedades híbridas amenazan con recrudecer el problema de la *pinyolà*. / AVA

ha puesto encima de la mesa de la interprofesional Intercitrus un acuerdo global que incluye, entre otros asuntos inaplazables como la promoción, la actualización contractual y la gestión coordinada de la campaña, medidas contundentes para acabar con la *pinyolà*. Por el momento, nuestro ofrecimiento ha sido rechazado por el Comité de Gestión de Cítricos.

Paralelamente, AVA-Asaja ha solicitado a la conselleria de Agricultura de la Generalitat Valenciana, en consenso con La Unió y Cooperatives

“Las perspectivas de crecimiento de las variedades híbridas (las que provocan la polinización cruzada), especialmente la Nadorcott que en 2029 finaliza su periodo de protección y podrá plantarse sin control, amenazan con recrudecer el problema de la *pinyolà*, hasta tal extremo que podría acabar de hundir la imagen de prestigio de las clementinas valencianas”

Agro-alimentàries, una serie de propuestas alineadas con la protección de las abejas que, de aplicarse, garantizarían

a los citricultores frutas sin semillas y a los apicultores el asentamiento de colmenas, que ayudarían a la polinización de

otros cultivos que necesitan de esta para conseguir una buena productividad: hortalizas, frutas de hueso, kiwis, aguacates, etc.

Después de dos años del Botànic y casi uno del actual Consell, únicamente hay elaborado un mapa agronómico de riesgo de polinización cruzada que, como se ha podido comprobar, no ha impedido una considerable *pinyolà*. Lo siguiente que pedimos a la Conselleria es la puesta en marcha de líneas de reconversión varietal citrícola para disminuir las variedades que provocan polinización cruzada y, en aquellos casos que los citricultores quieran mantener las plantaciones, un apoyo económico para cubrirlas con mallas. También habrá que reflexionar sobre el potencial polinizador de variedades futuras. En cuanto a los apicultores, proponemos ayudas para el censo obligatorio, la identificación fehaciente y el control vía GPS o chip de todos los asentamientos de colmenas.

Seguir siendo líderes del sector en fresco pasa por garantizar unos cítricos dulces, fáciles de pelar y sin semillas, que es lo que demandan los consumidores del siglo XXI. Si los legisladores no actúan de forma responsable y urgente, nuestro prestigio, que tanto nos ha costado ganar, se perderá rápidamente en favor de otras frutas. Es hora de pasar de las palabras a los hechos.

(*) *Presidente de AVA-Asaja*

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Alianza por una Agricultura Sostenible (ALAS) ha presentado las conclusiones del “Estudio sobre la innovación en la agricultura y el futuro de la alimentación”, que ha contado con la colaboración de Bayer Crop Science. La encuesta se ha realizado a nivel nacional para conocer la opinión que tiene la sociedad española sobre la innovación del sector agrario, así como el impacto del cambio climático en la alimentación, entre otros temas.

Entre las conclusiones destaca que siete de cada diez españoles creen que los agricultores españoles no tienen las suficientes herramientas y recursos para producir de manera eficiente y sostenible, y el 90% está a favor de que estos se incrementen. Entre las soluciones que los encuestados señalan para hacer frente a este reto, un 80% opta por el uso responsable de los productos fitosanitarios para combatir las plagas de los cultivos y por la adopción de herramientas digitales que ayuden a la optimización de insumos.

“Los agricultores ya están experimentando los efectos adversos del cambio climático y, al mismo tiempo, desempeñan un papel clave para hacer frente al desafío de garantizar alimentos suficientes, de calidad y asequibles para una población creciente, respetando el medioambiente.

Nueve de cada diez españoles dotaría de más recursos a los agricultores para producir a un precio asequible

Por eso, como pone de manifiesto esta encuesta, es tan importante poner a su alcance soluciones innovadoras que fomenten modelos de agricultura regenerativa, y nuestra responsabilidad como compañía es hacerlo desde la colaboración con el sector y con las instituciones” ha comentado Protasio Rodríguez, director general de Bayer Crop Science.

Según los últimos datos del INE, la tasa anual del IPC de los alimentos se sitúa en el 7,4%. La misma cesta de la compra que en enero de 2023 (una vez aplicada la rebaja impositiva) costaba 30,11 euros, actualmente alcanza los 36,49 euros, un 21% más cara. Ante la subida del precio de los alimentos, el 85% de los españoles cree que son necesarias políticas que ayuden financieramente al sector agrario y mayor acceso a la innovación para hacer frente a esta inflación. Más de la mitad de los españoles (53%) no consi-

deran al sector agrícola español como innovador, y el 88% creen que se debería dar un mayor impulso desde la administración para potenciar dicha innovación. Ante esta situación, 7 de cada 10 españoles considera que el apoyo económico al emprendimiento rural es lo que más puede facilitar este relevo (69%), además de la divulgación de la agricultura como salida laboral de futuro y sinónimo de empleo y calidad (63,62%).

El cambio climático obliga a invertir más en innovación para asegurar la alimentación. La sociedad española tiene claro que el calentamiento global afectará significativamente al precio de los alimentos, y así lo expresan 3 de cada 4 ciudadanos (77%). Para mitigar su impacto, los encuestados ven necesaria una combinación de prácticas de agricultura regenerativa, junto con el empleo de biotecnología

en semillas, y agricultura digital. Además, para 6 de cada 10 españoles la respuesta para hacer que la agricultura sea más sostenible pasa por adaptar los cultivos a los efectos del cambio climático con plantas que soporten mejor el estrés hídrico o sean resistentes a enfermedades, por ejemplo.

“Las nuevas técnicas de edición genómica (NGT) permiten disponer más rápido de semillas y plantas más resistentes a plagas y enfermedades, y mejorar el rendimiento y la calidad de los cultivos para producir más con menos recursos y alimentar así a un mundo superpoblado”, ha declarado el presidente de ALAS, Juan Ignacio Senovilla.

En cuanto a la seguridad alimentaria, el término hace referencia a que los alimentos que comemos son seguros, pero también a tener la seguridad de que estarán disponibles de forma continuada en el tiempo.

“En este sentido, 1 de cada 3 españoles indican que, de cara a los próximos años, el problema relacionado con la alimentación que más les preocupa es la subida de precios, seleccionándolo en primer lugar el 34%, seguido de la calidad de los alimentos con un 29%. Por el contrario, solo el 10% de la población señala el método de cultivo de los alimentos (agricultura ecológica o convencional) como una de sus preocupaciones”, ha indicado el director general del Foro Interalimentario, Víctor Yuste.

Sobre el Pacto Verde Europeo, 1 de cada 3 personas (33%) piensan que ha supuesto un incremento de los precios de los alimentos y ha generado el descontento del sector por la complejidad y exigencia normativa (31%).

En cuanto a las tendencias que muestra el estudio destaca que la competencia desleal de países de fuera de la UE es identificada por el 65% de los encuestados como el principal problema de la agricultura española, seguido de un exceso de burocracia (59%).

La subida de precio de los alimentos preocupa sobre todo a los entrevistados de mayor edad (35%) y son las personas más jóvenes las que, en mayor medida, se sienten preocupadas por la disponibilidad de alimentos en los puntos de venta y por el método de cultivo.



Un año más, Medfel ha cumplido con sus objetivos en cuanto a participación, con más de 3.700 visitantes. / MEDFEL

Medfel, el punto de encuentro del sector hortofrutícola francés alcanza un nuevo hito

Apoyada por la Región Occitanie-Pyrénées-Méditerranée y organizada por la agencia regional de desarrollo económico AD'OCC y la organización SPAS, la edición 2024 de Medfel ha concluido con una nota muy positiva

► **NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.**
La cita ineludible del sector hortofrutícola ha cumplido sus expectativas, acogiendo a 3.703 profesionales durante 2 días ricos de intercambios, con una energía y un entusiasmo palpables y compartidos por todos. El número de visitantes ha aumentado un 10% con respecto a la edición anterior. Más de 200 expositores han estado presentes, entre ellos un 23% más de productores que el año pasado.

El evento representativo del calendario comercial galo celebró su 14ª edición bajo las premisas de “negocio y cordialidad”. Tal como explica el director de la feria, Vadhana Khath, “en esta nueva edición de Medfel han estado presentes compradores de la Gran Distribución Organizada así como un gran número de mayoristas y minoristas”. Auchan, Carrefour, Intermarché, Leclerc, Migros y el distribuidor especializado Biocoop han estado presentes en los pasillos del Palacio de Congresos de Perpignan para reunirse con los expositores de Medfel.

La edición de 2024 ha acogido a un 12% de visitantes internacionales, entre ellos más de 40 grandes compradores invitados en el marco del Programa VIP, procedentes de Alemania, Austria, Bielorrusia, Brasil, Colombia, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, Eslovaquia, Eslovenia, España, Hungría, Irlanda, Italia, Malasia, Polonia, Portugal, Qatar, Reino Unido, República Checa, Suecia, Tailandia, Túnez y Vietnam.

Este año se han celebrado alrededor de 1.000 reuniones de negocios durante los dos días de feria, lo que ha permitido a compradores y productores conocerse y forjar nuevos vínculos comerciales, tanto a escala nacional como internacional.

Por primera vez, Medfel ha acogido en el pabellón italiano al Mercado mayorista de Turín (Centro Agro Alimentare Tori-

no SCPA); y el pabellón argelino ha renovado su participación y también ha estado presente con sus instituciones. En total, han participado en el certamen más de un 15% de expositores internacionales procedentes de 10 países.

■ HASTA 50 EXPOSITORES BIO

En la edición de 2024, las frutas y hortalizas bio han vuelto a estar presente con más fuerza si cabe al representar el 24% del total de las firmas expositoras.

El ‘Mercado Ecológico’, situado a la entrada de la feria, ha ofrecido a los visitantes la oportunidad de conocer a los expositores ecológicos en la “Ruta Ecológica”, un sendero dedicado a los visitantes que identificaba inmediatamente a los productores de frutas y hortalizas que ofrecían productos ecológicos.

La certificación ecológica ha sido también uno de los temas clave del programa de conferencias y la mesa redonda “Ecológico: ¿cómo reinventarnos? Conquistar sin pervertir” ha brindado a los profesionales la oportunidad de debatir sobre el futuro de un sector que está experimentando cambios radicales.

■ PREVISIONES DE COSECHA, ÉXITO CONFIRMADO

Durante 2 días se han celebrado cerca de 15 conferencias y talleres, entre ellos las tradicionales previsiones de cosecha europeas para la fruta de verano. Las de melón y albaricoque en particular han estado muy concurridas al celebrarse en un momento crucial para la preparación de las campañas, así como las previsiones de cosecha de ciruelas presentadas por primera vez en Medfel.

En esta edición, los visitantes también han tenido la oportunidad de asistir a las interesantes ponencias de Isabelle Autissier y Tomás García Azcárate, que han ofrecido testimonios inspiradores. Y la segunda edición de los

talleres medEMPLOI, sobre otro tema de gran actualidad para todo el sector; fue un éxito rotundo, con una gran participación en torno a los temas de la contratación y la retención del personal.



Las cifras clave de la edición de 2024 de Medfel en Perpignan. / SPAS



Agrocultivos

La Mancha negra se extiende y causa daños en todas las zonas citrícolas de Túnez

La enfermedad se ha propagado por todas sus áreas de cultivo con pérdidas de casi el cien por cien en las parcelas en las que no se ha tratado

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Mancha negra se ha extendido y está causando daños en todas las zonas cítricos de Túnez. Un artículo científico publicado ahora en *Journal of Phytopathology* documenta que la enfermedad —que en 2020 se delimitó que afectaba a 2.000 hectáreas del noreste del país— se ha propagado a todas sus áreas citrícolas con pérdidas del casi el 100% en las parcelas sin tratar.

En 2019, tras detectar en puertos europeos en sólo dos meses y en hasta siete partidas importadas de cítricos tunecinos la presencia de Mancha negra (*Citrus Black Spot*, CBS o *Phyllosticta citricarpa*), sus autoridades confirmaron por primera vez la presencia de esta enfermedad en el noreste del país, en la gobernación de Nabeul y se declaró oficialmente un área infectada de 2.000 hectáreas. Aquello ya fue un hito mayúsculo pues era la primera vez que este patógeno —considerado el hongo más peligroso de la citricultura y cuyo combate está regulado en la UE como “prioritario”— se localizaba en un país mediterráneo, la primera vez que se identificaba en una zona productiva tan cálida como la española. Esta ratificación desmentía décadas de trabajos y esfuerzos por parte de Sudáfrica negando que el CBS pudiera adaptarse a unas condiciones de temperatura y régimen de lluvias como las de España. El



Limones tunecinos afectados por la Mancha negra. / COMITÉ DE GESTIÓN DE CÍTRICOS

artículo científico recientemente publicado en la revista *Journal of Phytopathology* titulado ‘Distribución geográfica, prevalencia e incidencia de la Mancha negra de los cítricos causada por *Phyllosticta citricarpa* en Túnez’ alerta que, menos de un lustro después de aquella detección, la enfermedad está ya totalmente extendida en las áreas citrícolas de este país, no sólo en Nabeul sino también en Sousse.

Este nuevo trabajo se conoce en el momento más oportuno, justo después de que el Gobierno de Sudáfrica llamara a consultas en la Organización Mundial del Comercio (OMC) a la Comisión Europea para

cuestionar la normativa comunitaria que pretende evitar que las importaciones de cítricos procedentes de países como Sudáfrica puedan estar contaminadas por este hongo. A juicio de la presidenta del Comité de Gestión de Cítricos (CGC), Inmaculada Sanfeliu, este nuevo estudio “evidencia la necesidad de mantener e incluso reforzar estas medidas de control —basadas en tratamientos fungicidas e inspecciones en origen— así como la falta de credibilidad científica de los exportadores de este país y de sus autoridades”.

El referido artículo publicado en marzo recoge una investigación promovida desde las

propias autoridades de Túnez, absolutamente transparente, con prospecciones y cuantificación de daños. El trabajo pone de manifiesto que no se trata de una detección anecdótica, evalúa la gravedad de la afección y sus consecuencias así como el riesgo fitosanitario y económico que representaría su entrada en territorios citrícolas de la UE. Sus conclusiones ratifican pues los sucesivos dictámenes elaborados por la EFSA (la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria), presentados en 2008, 2014 y revisados en 2018, que son la base científica que la CE utiliza para defender la normativa europea actual —ahora nuevamente cuestionada en la OMC, como ya ocurrió en 2014— y que, no sólo se aplica a Sudáfrica sino también a Argentina, Uruguay, Brasil y Zimbabue, potencias exportadoras de cítricos que sufren esta enfermedad.

Otro trabajo, también reciente, del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA) ya acreditó mediante modelos matemáticos de posibles infecciones, la idoneidad climática de la cuenca mediterránea para el desarrollo del CBS.

En este último artículo, como todos los anteriores realizados desde otras zonas del planeta afectadas, se confirma —además— que no existe ningún caso exitoso de erradicación de la Mancha negra tras su introducción. En todos estos países, son

necesarios entre 4 y 6 tratamientos fungicidas al año para obtener un control aceptable de la enfermedad, algo que en el caso de la UE —con las restricciones fitosanitarias actuales más las derivadas de la ‘Estrategia de la Granja a la Mesa’— sería un objetivo casi imposible. El estudio tunecino pone el acento, de hecho, en que en las parcelas donde no se ha tratado con fungicidas, los daños se elevan casi al 100% de la cosecha.

El récord de interceptaciones en recintos portuarios europeos registrado en los últimos tres años —que la CE ha confirmado que en 2023 se elevaron a 48, a 32 en 2022 y a 43 en 2021— ratificaría, a su vez, que “el problema no es la normativa, es su incumplimiento reiterado, y lo único que pretende Sudáfrica con su acción ante la OMC es evitar que la CE les exija recurrir a los fungicidas eficaces (y más caros) que ya deberían estar usando o que los envíos a la UE se realicen solo desde zonas exentas —como ya les exige EEUU— o incluso retrasar una posible decisión sobre un cierre automático cuando los problemas vuelvan a repetirse esta próxima campaña”, señala a este respecto Sanfeliu.

De la gravedad de la afección del CBS da una idea la carta que, hace tan sólo unas semanas, dirigió la propia CE a las autoridades sudafricanas en su contestación a la llamada a consultas en el citado organismo internacional. Efectivamente, en este escrito el ejecutivo comunitario reseñó que el impacto económico resultante de la hipotética instalación del CBS en las zonas citrícolas comunitarias ascendería —según los estudios de la EFSA— a 1.182 millones de euros.

Sanfeliu se pregunta a este respecto: “¿Se hablará ahora en la Organización Mundial de Cítricos del riesgo para la citricultura mediterránea evidenciado en este estudio? ¿Y para la producción de limón español, única producción española integrada en dicha organización y copromotora de la misma junto a Sudáfrica?”.

Proyecto para impulsar el cultivo de la judía verde en la comarca de las Cinco Villas de Zaragoza

Como segunda cosecha servirá para abastecer a la industria conservera y no tener que importar el producto de Francia

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Con el título “Adaptación del cultivo de judía verde como segunda cosecha en la comarca de las Cinco Villas” se ha celebrado recientemente un encuentro en la localidad zaragozana de Ejea de los Caballeros. El objetivo de la jornada era exponer y analizar el estado en el que se encuentra el proyecto desarrollado por un grupo cooperativo que lidera SAAR Origina Foods, empresa

conservera y de congelación, y en el que participan el CITA, la Cooperativa Virgen de la Oliva, la Agencia de Desarrollo de Ejea Sofejea y la Universidad de Zaragoza.

El proyecto pretende promover la producción de judía verde en las Cinco Villas para que la citada conservera mejore su abastecimiento y no tenga que importar el producto desde Francia, consiguiendo así redu-

cir sobrecostes de importación y logísticos. La producción española de judía verde se ha reducido notablemente en los últimos años y ahora se tiene que importar de otros países.

Además, los ensayos van a permitir mejoras en las variedades comerciales y locales, teniendo en cuenta la nascencia, el desarrollo y el comportamiento durante el cultivo, según las condiciones climatológicas de la zona.



Campo de judías verdes. / J ORTEGA

Preocupa salvar las posibles rozaduras derivadas del viento e así como el calor veraniego.

La comarca de las Cinco Villas es una zona con un alto potencial agronómico, donde después de cosechar el cereal de invierno o el guisante, se efectúa un segundo cultivo, habitualmente maíz.

Existe la posibilidad, poco explorada, de cultivar judía verde, un cultivo que tiene un menor consumo de agua y nitrógeno que otras alternativas como el maíz.

Como solución se plantea incluir el binomio guisante/judía verde en una misma campaña agrícola, a través de los contratos pre siembra de la empresa SAAR con los agricultores, lo que afianzará el trabajo y la renta de los agricultores locales.

Se trata de un cultivo intensivo que no requiere de mano de obra ya que está completamente mecanizado. El riego se realiza por aspersión, se recolecta con máquinas cosechadoras para cargar en los camiones y llevarlo directamente a la fábrica.

Todo ello ha hecho que los agricultores de la comarca estén interesados en su cultivo, augurando buenas expectativas para la judía verde en las Cinco Villas.

El uso de brasinoesteroides puede retrasar la progresión del HLB

El Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA) y la Universidad de Florida colaboran para combatir la enfermedad con tratamientos con HBr

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Un estudio reciente publicado en la revista *Plants* por investigadores del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA) y la Universidad de Florida ha demostrado que el tratamiento con homobrassinolide (HBr) puede retrasar significativamente la progresión de la enfermedad *Huanglongbing* (HLB), también conocida como “enverdecimiento de los cítricos”, en árboles jóvenes de naranja dulce (*Citrus sinensis*).

En Florida, los resultados de esta investigación evidencian que los árboles tratados con HBr mostraron una tasa de infección por HLB del 25% a los seis meses de ser tratados, en comparación con una tasa de infección del 100% en los árboles no tratados. El estudio revela que el tratamiento con HBr induce una respuesta inmune en los árboles y afecta negativamente a la instalación y la supervivencia del psílido asiático de los cítricos, *Diaphorina citri*, vector principal del HLB. El hallazgo es prometedor para la industria cítrica, ofreciendo una nueva herramienta para



Investigadores en plantaciones cítricas de Florida. / IVIA

mejorar la resiliencia de los árboles jóvenes frente al HLB. Los investigadores sugieren que los

tratamientos con HBrs podrían integrarse en estrategias de manejo integrado de plagas y

enfermedades, destacando la necesidad de investigar más sobre sus mecanismos de acción y el papel potencial en estrategias de gestión agronómica más amplias.

Aunque este avance no representa una solución completa al HLB, confirma que es una buena opción para proteger los árboles jóvenes después de eliminar las Cubiertas Protectoras Individuales (IPCs) en Florida, lo cual puede prolongar la vida útil de los árboles infectados por HLB.

Esta colaboración internacional de la Dra. Pérez-Hedo y el Prof. Urbaneja con el Dr. Alférez de la Universidad de Florida se ha extendido a la Comunitat Valenciana, donde el IVIA, dentro de su línea de investigación preventiva frente a la llegada del HLB, ha iniciado ensayos de campo para evaluar el efecto y la integración de los tratamientos con HBrs en los sistemas productivos actuales de cítricos en la región.

■ ESTRATEGIAS ANTE EL HLB

El *huanglongbing* (HLB), o “enverdecimiento de los cítricos”,

es una enfermedad devastadora que afecta a los cítricos de todo el mundo, que ha tenido efectos especialmente graves en Florida, donde la infección por esta enfermedad ha reducido drásticamente la producción de cítricos. Las estrategias actuales para combatir el HLB se centran en la replantación agresiva, a pesar de la alta susceptibilidad de los árboles jóvenes a la infección. En este contexto, es fundamental explorar prácticas agronómicas que puedan mejorar la salud y la resistencia de los cítricos jóvenes al HLB. Con esta investigación se ha demostrado que el tratamiento con homobrassinolide (HBr), un tipo de brasinoesteroide, en árboles de cítricos (*Citrus sinensis*) recién plantados puede retrasar la infección por HLB y mejorar la salud de los árboles en medio de las condiciones de alta presión del psílido endémicas de Florida.

Este retraso en la infección puede atribuirse a que el HBr induce una respuesta inmunitaria y afecta negativamente al rendimiento del psílido, como se demostró posteriormente en un experimento en invernadero. Los resultados obtenidos sugieren que las aplicaciones de HBr podrían servir como una estrategia viable para mejorar la resistencia de la producción de cítricos contra el HLB, lo que subraya la necesidad de una mayor investigación sobre sus mecanismos de acción y su papel potencial en una estrategia integral de gestión de plagas y enfermedades.

El Tomate Rosa de Barbastro espera una cosecha de 2,6 millones de kilos en 2024

La Asociación de Productores estrena web y celebra la Fiesta del Plantero regalando 2.000 plantas de tomate

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN

La campaña del Tomate Rosa de Barbastro se presenta este año buena y se espera una producción de unos 2.600.000 kilos. Estas son las estimaciones de la Asociación de Productores, Comercializadores y Transformadores que cuenta con 15 socios productores que cultivan 20 hectáreas en varias localidades como Barbastro, Castellazuelo y Pozán de Vero.

El primer tomate rosa de Barbastro estará en el mercado a finales de junio y la campaña se prolongará hasta octubre.

Por otra parte, ha estrenado su página web, www.tomaterosabarbastro.es. Ha sido financiada por la Comarca del Somontano mediante un convenio con la Asociación de Productores, Comercializadores y Transformadores.

Ofrece todo tipo de información (el cultivo, características, época de producción o cómo identificarlo) y va a contribuir a la promoción nacional e internacional del tomate rosa de Barbastro.



En la Fiesta del Plantero se repartieron más de 2.000 plantas de tomate. / JAVIER ORTEGA

Igualmente, defenderá su marca, registrada por la asociación hace diez años, como un producto gourmet y exclusivo del Somontano ante posibles imitaciones fraudulentas. En esos diez años se han producido más de 20 millones de kilos de tomate rosa de Barbastro.

Aseguran que estar en Internet era una asignatura pendiente, pues mucha gente llamaba al Ayuntamiento para pedir información sobre dónde comprar tomate. Se trata de un tesoro

genético que ha llegado hasta nuestros días y ha servido como un recurso para muchas familias que han completado su economía familiar con un cultivo que fija población.

Asimismo, la Asociación de Productores, con el apoyo del Ayuntamiento de Barbastro, celebró el pasado domingo la Fiesta del Plantero. Se repartieron gratis unas 2.000 plantas, de cada una de las cuales pueden salir entre 10 y 12 tomates de media.

Participaron nueve expositores relacionados con la huerta, la agroalimentación y la denominación Aceite de Oliva Somontano, que ofreció degustaciones con muestras de las 17 variedades autóctonas y locales.

La fiesta ha coincidido con el inicio de la campaña de plantación y con los diez años desde que el Tomate rosa de Barbastro se designó como marca colectiva por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo que reconoció la propiedad intelectual de la Asociación de Hortelanos del Alto Aragón.

Se presenta Fertizel, un nuevo fertilizante que no contamina el Mar Menor

Las zeolitas naturales y otros biosilices minerales son parte de la base de la solución en la que ha trabajado Asaja Murcia

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Asaja Murcia ha presentado su proyecto demostración para cambiar el panorama del Campo de Cartagena y del Mar Menor, haciendo frente al desafío de la desnitrificación agrícola y las algas en balsas de riego mediante un nuevo aditivo tecnológico ecológico.

Las zeolitas naturales y otros biosilices minerales son parte de la base de la solución para la recuperación del entorno productivo agrícola del Mar Menor; en su proyecto Fertizel financiado por la Fundación Biodiversidad del MITECO durante 2024 y 2025.

Las partículas de estos minerales diluidas en el agua producen un efecto rápido y sorprendente, capaces de eliminar las algas de agua de riego en 28 días, realizar una recuperación de un cultivo en 14 días, y adelantar la cosecha el limón un mes, acelerando el proceso natural y totalmente ecológico.

El preparado proporciona la mejora de los grados Brix (azúcares) de forma natural, y la mayor vida de las frutas y hortalizas (reducción del etileno), de forma que los productos tratados sean de la mejor calidad del mercado (vitamínico y mineral), y mejor postcosecha (duración).

El proyecto Fertizel implicará además un menor coste y una mayor producción, cuantitativa y cualitativamente que se podría resumir en “antes, más y mejor”, que ayudará a

los principales cultivos de la huerta murciana, entre los que se encuentran el limón (15% de la producción mundial), el brócoli (80% de la producción de España), la lechuga (50% de la producción de España), el melón y la patata (más del 15% de la horticultura del Campo de Cartagena).

“El proyecto Fertizel, reduce los costes al agricultor en la producción y es un buen sustituto de los fertilizantes tradicionales, ayudando a la regeneración y la conservación del Mar Menor”, explica Alfonso Gálvez, secretario general de Asaja Murcia, quien añade que es “necesaria la implicación directa de los agricultores y ganaderos en las soluciones para el Mar Menor; puesto que somos los actores principales de mejoras multipropósito como Fertizel y no los únicos culpables de una situación multifactorial; combinando soluciones y la mejora del medio ambiente, y en especial con las aguas de riego, escorrentías, acuíferos y aguas regeneradas”.

El proyecto “Fertilización y mejora de la calidad del agua mediante zeolitas naturales y otros biosilices” cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, a través de la Convocatoria de ayudas para la restauración y mejora ambiental en el ámbito agrícola, para contribuir a la recuperación de la funcionalidad ecológica del Mar Menor.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 29 de abril al 5 de mayo de 2024, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante. Últimos precios recibidos.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	1,84
Albaricoque Galta Roja	2,00
Otras Variedades	3,00
Cerez Burlat	15,18
Otras Variedades	10,02
Chirimoya Fija de Jete	3,30
Ciruela Otras Familia Black	2,89
Dátil Medjoul	9,27
Deglet Nour	4,98
Fresón Ventana	2,99
Kiwi Pulpa Verde	2,95
Kiwigold	5,73
Lima Persian	2,30
Mejicana	4,56
Limón Verna	0,30
Fino o Primafriori	0,45
Mandarina Otras Variedades	1,92
Hernandina	0,44
Manga Kent	2,94
Mango Tommy Atkins	4,50
Manzana Golden	4,45
Fuji	1,84
Royal Gala	1,62
Pink Lady	2,90
Granny Smith	1,57
Melocotón Meryll Franciscano	
o Fresquilla o Pavia	3,28
Royal Glory	6,89
Melón Otras Variedades	1,81
Piel de Sapo	1,94
Naranja Lane Late	0,45
Navel Late	0,50
Navelina	0,57
Valencia Late	0,49
Níspero Algerie o Argelino	1,40
Nuez	5,27
Papaya Grupo Solo o Sunrise	2,17
Paraguay UFO 4	5,82
Pera Conferencia	2,27
Otras Variedades	2,06
Piña Golden Sweet	1,42
Pitahaya Amarilla	4,76
Plátano Americano	1,16
De Canarias 2ª	0,70
Extra	2,15
Pomelo Rojo	0,51
Amarillo	1,40
Resto de Frutas	1,50
Sandía Sin Semilla	1,24
Con Semilla	1,08
Uva Red Globe	3,80
Sin Semilla Blanca	4,41
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas Verde	0,70
Hojas Rizadas Lyon	0,90
Ajo Morado	4,20
Tierno o Ajete	2,81
Alcachofa Blanca de Tudela	1,00
Apio Verde	0,90
Amarillento	1,01
Berenjena Morada	1,15
Boniato o Batata	1,53
Brocoli o Brócoli o Brecol	1,20
Calabacín Verde	0,74
Blanco	1,26
Calabaza De Verano	0,70
De Invierno	0,60
Otras Variedades	0,47
Cardo	1,20
Cebolla Tierna	2,40
Grano de Oro	1,15
Reca o Similares	0,68
Blanca Dulce Fuentes de Ebro	1,50
Morada	1,00
Recas y Similares	0,68
Chirivía	0,90
Col de Hojas Lisas	0,50
Lombarda o Repollo Rojo	0,60
Repollo de Hojas Rizadas	1,00

Otras Variedades	1,44
Coliflor	1,50
Escarola Lisa	0,60
Espárrago Verde o Triguero	3,93
Espinaca	0,80
Guisante	3,14
Haba Verde o Habichuela	1,88
Judía Verde Perona	3,00
Verde Fina	5,19
Lechuga Cogollo	2,40
Hoja de Roble	1,00
Iceberg	1,00
Romana	0,50
Lollo Rosso	1,00
Otras Variedades	0,78
Maíz o Millo	1,30
Nabo	0,80
Similares	0,80
Pepino Corto o tipo Español	0,91
Alpicoz	0,93
Perejil	0,70
Pimiento Rojo Lamuyo	1,61
Otras Variedades	1,00
Verde Italiano	1,60
Rojo California	1,49
Verde Cristal	1,61
Verde Padrón	2,96
Puerro	1,20
Remolacha Común o Roja	1,00
Resto de Hortalizas	0,80
Seta Champiñón	2,60
Tomate Otras Variedades	1,29
Liso Rojo Rama	0,80
Liso Rojo Daniela / Long /	
Life / Royesta	0,75
Liso Rojo Pera	1,19
Cherry	2,00
Liso Verde Mazarrón	1,00
Asurcado Verde Raf.	2,20
Zanahoria Nantesa	0,80
En Rama	1,52
PATATAS	Euros/kg
Blanca Monalisa (Granel)	0,75
Blanca Spunta (Granel)	1,00
Blanca Agria (Granel)	1,00
Blanca Ágata (Confec)	0,75
Blanca Otras Variedades (Granel)	0,86
Roja Otras Variedades (Confec)	1,00

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 9 de mayo de 2024, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna. Últimos precios recibidos.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	2,50
Aguacate	3,50
Almendra	7,00
Pomelo	1,30
Avellana	6,50
Kaki	0,80
Carambolas	4,00
Castañas	2,50
Cerezas	6,00
Cocos	1,10
Membrillo	1,20
Dátiles	3,50
Feijoa	8,00
Higo	9,00
Higos Chumbos	2,00
Frambuesa	1,00
Grosellas	10,00
Blanco	3,00
Kiwis	4,50
Lichis	4,50
Lima	3,00
Limón	1,00
Fresa	3,25
Fresón	3,50
Granada	3,50
Mandarina Clementina	0,90
Satsuma	1,00
Otras	1,00
Mangos	7,00
Maracuyá	6,00
Melón Galia	1,50
Amarillo	0,60
Piel de Sapo	1,70

Otros	1,80
Moras	15,00
Nashi	2,10
Nectarina Blanca	1,50
Amarilla	1,50
Níspero	3,50
Nueces	3,00
Olivas	1,80
Papayas	3,00
Pera Blanquilla	1,20
Verano	3,00
Invierno	1,20
Temprana	1,00
Piña	1,30
Pitahaya	8,00
Plátanos Canario	1,80
Importación	1,10
Manzana Bicolor	1,00
Amarilla	0,90
Verde	1,10
Roja	1,10
Otras	1,35
Melocotón Amarillo	2,50
Rojo Pulpa Blanca	2,50
Rojo Pulpa Amarilla	2,50
Ciruela	2,90
Uva Blanca	3,60
Negra	3,50
Rambután	11,50
Sandía con semilla	0,70
Sin semilla	0,90
Naranja	0,90
Chirimoya	3,00
Otras Frutas	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	1,20
Redonda	1,40
Ajo Seco	4,50
Tierno	0,90
Apio	0,70
Acelgas	0,60
Batata	1,30
Borrajá	1,00
Brócoli	0,70
Brécol	1,80
Calçots	0,08
Calabaza	0,70
Calabacín	1,10
Cardo	1,00
Alcachofa	1,20
Cebolla Seca	0,55
Figuera	1,60
Tierna	0,85
Pepino	0,80
Col Repollo	0,75
Bruselas	1,30
Lombarda	0,65
China	0,70
Coliflor	2,00
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	1,10
Larga	0,70
Otras	0,70
Endivia	1,10
Escarola	0,75
Espárragos Blancos	12,00
Verdes	2,80
Espinaca	0,70
Haba	1,20
Hinojo	1,00
Perejil	0,55
Judía Bobi	6,00
Perona	3,00
Fina	6,00
Otras	3,50
Nabo	0,80
Zanahoria	0,70
Patata Blanca	0,80
Temprana	0,90
Roja	0,70
Pimiento Lamuyo	2,00
Verde	1,10
Rojo	2,00
Guisante	3,00
Puerro	1,15
Rábano	0,35
Remolacha	0,70
Tomate Maduro	0,70

Verde	0,90
Chirivía	1,00
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

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 7 al 10 de mayo de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,20-2,10
Cerezas	6,00-5,25
Fresones	3,25-3,80
Limones	0,90-1,00
Manzana Golden	1,00
Melón Piel de Sapo	1,20-1,25
Naranja Navel	0,90
Nísperos	2,75-3,00
Pera Blanquilla	1,40
Sandías	1,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,90-2,00
Lechuga	0,75-0,71
Cebolla	0,60-0,58
Espárragos	1,40
Judías Verdes Perona	5,00-5,20
Patatas Calidad	0,80-0,79
Primor	0,90-0,94
Tomate Maduro	0,80-0,70
Tomate Verde	1,40-1,50

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 25 de abril al 5 de mayo de 2024. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	4,21
Albaricoque	2,71
Cereza / Picota	6,67
Chirimoya	3,16
Ciruela	2,94
Dátil	4,83
Fresa / Fresón	2,64
Kiwi / Zespri	3,81
Lima	3,00
Limón	0,98
Mandarina Clementina / Fortuna /	
Nadorcott	1,53
Mango	4,16
Manzanas O.V.	2,16
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,45
Royal Gala / Cardinale	1,56
Starking / Red Chief / Gloster /	
Galaxia	2,00
Granny Smith	1,95
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,75
Pink Lady	2,34
Melocotón Baby Gool	4,25
Melón / Galia / Coca	1,62
Naranja Navel	1,03
Salustiana	0,78
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,10
Valencia Late / Miaknight	1,00
Navelina	0,95
Nectarina	2,60
Níspero / Nipola	2,88
Nuez	4,17
Papaya	2,50
Pera Conferencia / Decana	1,62
Blanquilla o Agua	1,90
Ercolini / Etrusca	2,57
Piña	1,57
Plátano	1,93
Banana	1,25
Pomelo Rubi Start	1,28
Sandía	1,00
Uva	3,17

Otros Frutos Secos	12,42
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,85
Ajo Seco	3,70
Alcachofa	1,45
Apio	1,30
Berenjena	1,28
Boniato / Batata	0,98
Brócoli / Brecol	1,55
Calabacín	1,14
Calabaza / Marrueco	0,93
Cebolla / Chalota	0,84
Cebolleta	0,99
Champiñón	2,60
Col Repollo	0,69
China	1,75
Coliflor / Romanescu	1,20
Espárrago Verde	4,06
Espinaca	1,25
Haba Verde	1,61
Judía Fina	4,86
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	3,66
Lechuga O.V.	0,79
Cogollo	2,35
Iceberg	1,19
Pepino	0,96
Perejil	1,63
Pimiento Verde	1,13
Rojo Asar	1,55
Puerro	1,59
Rábano / Rabanilla	2,11
Remolacha	2,02
Seta	4,02
Tomate O.V.	1,15
Cherry	2,35
Daniela	0,87
Zanahoria	0,98
Hierbabuena	1,22
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,87

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 6 al 10 de mayo de 2024, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna	3,95
Aguacate Fuerte	3,97
Hass	4,27
Otras Variedades	5,45
Albaricoque Otras Variedades	2,45
Almendra	1,50
Cacahuete	1,65
Cereza Picota	16,45
Otras Variedades	6,95
Ciruela Otras Familia Black	3,70
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nou	4,45
Fresa	4,70
Fresón Otras Variedades	9,95
Kaki Otras Variedades	4,25
Kiwi Kiwigold	7,46
Pulpa Verde	4,45
Limón Fino o Primafriori	0,95
Otras Variedades	0,95
Verna	0,95
Mandarina Clemenlate	1,47
Clemenvilla o Nova	1,45
Ortanique	1,45
Manzanas Fuji	2,05
Golden	1,75
Royal Gala	1,75
Granny Smith	1,80
Reineta	1,85
Otras Variedades	1,60
Starking o Similares	1,80
Melocotón Baby Gold	4,75
Meryll y Elegant Lady	4,75
Melón Amarillo	2,45
Galia	2,40
Piel de Sapo	1,78
Otras Variedades	1,35
Naranja Valencia Late	1,14
Navel Late	1,08
Lane Late	1,11
Navel	1,13
Otras Variedades	1,05

MERCADOS NACIONALES

Nectarina Carne Blanca	4,06
Níspero Algerie o Argelino.....	3,45
Nuez	3,95
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,51
Papayón (2-3 kg/ud)	1,67
Paraguayo Otras Variedades.....	1,75
Pera Conferencia.....	1,76
Otras Variedades.....	1,60
Ercolini / Morettini.....	3,90
Piña Golden Sweet.....	7,95
Plátanos Canarias Primera.....	1,12
Canarias Segunda.....	0,99
Extra.....	1,55
Pomelo Rojo.....	1,45
Amarillo	1,45
Sandía Sin Semilla.....	1,28
Con Semilla.....	2,45
Uva Red Globe.....	3,97
Blanca Otras Variedades	3,91
Negra Otras Variedades	4,15
Resto de frutas.....	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon.....	2,75
Ajo Blanco.....	3,70
Morado	2,75
Tierno o Ajete	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada	1,30
Berros.....	2,33
Boniato o Batata.....	1,95
Brócoli, Brocol o Brócoli	1,71
Calabacín Blanco	0,76
Verde	0,55
Calabaza De Verano.....	1,15
De Invierno	1,15
Cebolla Grano Oro o Valenciana	1,05
Morada	1,55
Recas o Similares	0,85
Tierna	0,95
Col China o Pekinensis.....	1,75
Lombarda o Repollo Rojo	0,95
Repollo Hojas Rizadas.....	0,52
Coliflor	1,95
Endivia	2,15
Escarola Rizada o Frisée.....	0,81
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Roja	2,50
Haba Verde o Habichuela.....	1,35
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby.....	5,04
Verde Otras Variedades.....	4,95
Verde Elda.....	5,95
Laurel.....	9,50
Lechuga Otras Variedades.....	0,30
Romana	0,55
Maíz o Millo.....	0,78
Nabo.....	0,55
Pepino Largo o Tipo Holandés.....	1,55
Corto o Tipo Español.....	1,45
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	2,35
Rojo Lamuyo.....	1,95
Verde Italiano.....	3,45
Verde Padrón.....	3,45
Otras Variedades.....	2,15
Puerro	1,35
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	1,35
Liso Rojo Canario.....	0,85
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	2,52
Jengibre	2,25
Ñame o Yame	4,55
Yuca o Mandioca o Tapioca	2,20
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel)	Euros/kg
Blanca, Otras Variedades.....	0,95
Otras Variedades.....	1,55
Roja Otras Variedades.....	0,95
Blanca Spunta.....	0,95

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 7 al 10 de abril de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,67
Cerezas	6,20
Fresones.....	2,64
Limones	0,80

Manzana Golden	1,36
Melón Piel de Sapo	2,03
Naranja Navel	1,07
Nísperos.....	3,86
Pera Blanquilla	1,66
Sansías.....	0,70
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,54
Lechuga	0,86
Cebolla.....	0,47
Espárragos	5,16
Judías Verde	3,71
Patatas Calidad	0,65
Primor	0,85
Pimientos Verdes.....	1,88
Tomate Verde	1,20

Mercamurcia

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 6 de mayo de 2024. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte.....	3,90
Hass	3,20
Otras Variedades	2,80
Albaricoque Mauricio.....	1,00
Otras Variedades.....	1,30
Cereza Otras Variedades	4,00
Chirimoya Otras Variedades.....	3,80
Ciruela Golden Japan y Songold	2,80
Angeleno	3,00
Otras Familia Black.....	2,90
Otras Variedades.....	2,65
Coco en Seco	0,85
Dátil Deglet Nour	3,50
Medjooul	8,00
Otras Variedades.....	3,20
Fisalis Golden Berry.....	5,50
Amarillo Enano	5,00
Fresón Otras Variedades.....	2,25
Guayaba Otras Variedades.....	3,50
Higo Chumbo.....	8,00
Seco	3,00
Kiwi Pulpa Verde	3,00
Otras Variedades.....	2,30
Otras Variedades Nacional.....	2,10
Lima Mejicana.....	2,70
Otras Variedades.....	2,60
Limón Verna.....	0,60
Mandarina Hernandina.....	1,00
Ortanique.....	1,00
Otras Variedades.....	1,40
Mango Haden.....	3,00
Tommy Atkins	2,40
Otras Variedades.....	1,80
Manzana Golden	0,85
Starking o Similares.....	1,00
Granny Smith	1,40
Fuji.....	1,40
Roya Gala	1,20
Pink Lady	1,90
Verde Doncella.....	1,80
Maracuyá.....	2,50
Melocotón Baby Gold.....	4,00
Royal Glory.....	1,00
Otras Variedades.....	1,50
Melón Piel de Sapo	1,60
Galia	0,65
Naranja Navel	0,70
Navel Late.....	0,80
Lane Late	0,80
Otras Variedades.....	0,80
Nectarina Otras Variedades.....	1,00
Níspero Otras Variedades.....	1,60
Papaya Solo y Sunrise.....	6,00
Papayón	3,00
Otras Variedades.....	2,00
Paraguayo Ufo 4.....	2,00
Pera Ercolini / Morettini.....	2,50
Agua o Blanquilla	2,00
Conferencia.....	1,50
Piña Africana.....	1,10
Golden Sweet	1,35
Otras Variedades.....	1,20
Pitahaya Roja	8,00
Otras Variedades.....	7,00
Plátano de Canarias Extra.....	2,00
Canarias 1ª	1,80
Canarias 2ª	1,50
Americano o Banana	1,20
Macho	1,70
Pomelo rojo.....	0,90
Otras Variedades.....	0,65
Sandía Sin Semillas	1,10
Uva Red Globe.....	3,80
Sin Semilla Negra.....	3,80
Sin Semilla Blanca.....	4,00
Tamarindo	3,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas, Verde	0,90

Ajo Blanco.....	3,80
Tierno o Ajete.....	4,50
Morado	3,40
Otras Variedades.....	3,00
Alcachofa Blanca de Tudela.....	2,00
Violeta.....	1,80
Otras Variedades.....	1,10
Apio Verde	0,85
Amarillento	0,95
Berenjena Morada	2,00
Otras Variedades.....	1,20
Boniato o Batata	1,10
Brócoli o Brocol	1,25
Calabacín Verde	1,00
Blanco.....	1,20
Calabaza de Verano	0,55
De Invierno	1,20
Otras Variedades.....	0,60
Cebolla Grano de Oro o Valenciana	0,75
Babosa.....	0,65
Morada	0,55
Recas o Similares	1,50
Blanca Dulce de Ebro.....	1,40
Francesa o Echalote	1,40
Cebolleta o Tierna	0,80
Chirivía.....	1,00
Col Repollo Hojas Rizadas.....	0,70
Lombarda o Repollo Rojo	0,55
Coliflor	1,50
Endivia	2,00
Escarola Rizada o Frisée.....	1,10
Lisa	1,10
Espárrago Verde o Triguero.....	2,00
Espinaca.....	0,85
Guindilla Verde.....	1,40
Roja	1,50
Haba Verde o Habichuela.....	0,70
Judía Verde Fina	10,00
Verde Bobby	5,00
Verde Perona	5,00
Laurel.....	0,95
Lechuga Romana	0,65
Iceberg.....	0,50
Cogollo	0,80
Hoja de Roble	1,40
Lollo Rosso.....	1,40
Otras Variedades.....	0,30
Nabo.....	1,00
Pepino Corto o Tipo Español	1,00
Perejil	1,00
Pimiento Verde Italiano	1,70
Rojo Lamuyo	2,00
Amarillo Tipo California.....	1,40
Verde Cristal	1,60
Rojo California	1,80
Verde Padrón	4,50
Puerro	0,95
Rábano y Rabanilla	1,50
Remolacha Común o Roja	0,80
Seta Champiñón	2,40
Gircola o Chopo.....	4,00
Hongo Shii-Take.....	4,00
Tomate Liso Rojo Daniela /	
Long Life / Royesta.....	0,75
Liso Rojo Rama	0,85
Liso Rojo Pera	0,75
Cherry	2,40
Liso Verde Rambo	0,85
Liso Rojo Tipo Canario.....	0,70
Liso Verde Mazarrón	0,85
Asurcado Verde Raff	4,00
Kumato	2,50
Otras Variedades.....	0,95
Zanahoria en Rama.....	1,20
Nantesa	0,75
Jengibre	3,50
Ñame o Yame	1,80
Ocro o Quimbombó	4,00
Tamarillo Otras Variedades.....	4,60
Yuca o Mandioca o Tapioca	2,00
Hortalizas IV Gama	3,50
PATATAS	Euros/kg
Liseta Confeccionada.....	0,75
Nueva	0,90
Blanca Agria.....	0,75
Rojas Otras Variedades (Granel).....	0,75
Granel: <i>Saco industrial Úbeda o malla Rachel (s/cliente) de 15, 20 ó 25 kg. Envase retornable. Confeccionada: Lavada y embolsada en distintos formatos.</i>	

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 7 al 10 de mayo de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	3,25-2,58
Cereza	5,50-6,30
Fresones.....	2,38-2,63

Limones	0,58-0,56
Manzana Golden	1,60-1,39
Melón Piel de Sapo	1,58-1,63
Naranja Navel	0,70
Níspero	2,75-2,22
Pera Blanquilla	1,60
Sandías	0,60-1,09
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,13-1,58
Lechuga	0,60-0,79
Cebolla.....	0,59-0,55
Espárragos	4,75-4,96
Judías Verdes.....	2,60
Patatas Calidad	0,83-0,81
Primor	1,05
Tomate Verde	0,88-1,01
Maduro.....	0,86-0,78

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 7 al 10 de mayo de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	2,25-2,80
Cereza	8,00-2,50
Fresón	3,00-2,50
Limones	0,75-0,80
Manzana Golden	0,80
Melón Piel de Sapo	1,65-1,25
Naranja Navel	0,50-0,60
Nísperos	3,00
Pera Blanquilla	1,75
Sandías	1,10-0,85
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	0,50-0,40
Lechuga	0,55
Cebolla.....	0,80
Espárragos	5,00
Judías Verdes Perona.....	5,00-4,00
Patatas Calidad	0,80
Primor	0,90
Tomate Maduro	0,60
Verde	1,00

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 9 de mayo de 2024. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa	
Rama campo 1ª	150,00
Rama campo 2ª	120,00
AVENA	
Avena	
Blanca.....	257,00
Rubia	267,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso –62 kg/hl.....	190,00
Pienso +62 kg/hl.....	196,00
CENTENO	
Centeno	197,00
GIRASOL	
Pipa	
Alto Oléico	S/C
Pipa de Girasol.....	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre	
Secadero	209,00
PAJA	
Paja Empacada	S/C
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté= 13%.....	270,00
Duro Proté= 12%.....	260,00
Extensible Chamorro.....	S/C
Forrajero.....	208,00
Gran Fuerza w 300	317,00
Media Fuerza w –300.....	297,00
Panificable	232,00
Triticales	202,00
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 7 de mayo 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	205,00
CEBADA	
Importación.....	222,00
Nacional P.E. (62-64).....	220,00
CENTENO	
Centeno	S/C

COLZA	
Importación 34/36%	352,00
GARROFA	
Harina	320,00
Troceada	343,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	202,00
GIRASOL	
Importación 34%.....	294,00
Semillas de Girasol.....	405,00
Importación 28/3	220,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación	S/C
Importación.....	220,00
Importación CE	233,00
MIJO	
Importación.....	480,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%.....	471,00
Harina	
Soja Nacional 47%.....	472,00
Aceite Crudo de Soja	912,00
Salvados de Soja	170,00
SORGO	
Importación.....	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	170,00
Forrajero.....	237,00
Panificable,	
mín. 11	247,00
Triticales	S/C
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
ALMENDRAS	
Común 14 mm.....	6.700,00
Largueta 12/13 mm	6.650,00
Largueta 13/14 mm	7.900,00
Marcona 14/16 mm.....	11.000,00
Marcona 16 mm.	11.900,00
AVELLANA	
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.....	S/C
Crudo	
de Palma	985,00

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cítricos de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 7 de mayo de 2024. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CÍTRICOS	Euros/Tm
Naranja	
Navel Powell,	
Bardfield y Chisslet 1ª	0,22-0,26
Valenciana Delta Calidad 1ª.....	0,24-0,27
Midnight y Barberina 1ª	0,27-0,29
Naranja Industria	
Grupo Navel.....	0,18-0,20
Grupo Blanca.....	0,18-0,20

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

Mercado con pocas operaciones y demanda, tanto en fresco como en zumo debido a la entrada de naranja de fuera de la Unión Europea, fundamentalmente de Egipto. Repetición una semana más de todas las cotizaciones de las variedades de naranja par afresco. La parte superior de las horquillas se corresponden con fruta extra. Repetición también de la cotización de industria del Grupo Navel y Grupo Blanca, de las que la horquilla superior se refiere a operaciones con altos volúmenes.

La próxima sesión el martes 14 de abril de 2024.

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 30 de abril de 2024. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	293,00
Grupo 2.....	283,00
Grupo 3.....	273,00
Grupo 4. A	263,00
Grupo 4. B	253,00

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 18, del 29 de abril al 5 de mayo de 2024, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Ganadería y Pesca.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>		
NARANJAS BLANCAS		
Valencia Late	0,24-0,30	Alicante
Valencia Late	0,25-0,31	Castellón
Valencia Late	0,18-0,31	Valencia
Valencia Late	0,20-0,33	L. Valencia
Valencia Midnight	0,35-0,40	Alicante
Valencia Midnight	0,30-0,40	Castellón
Valencia Midnight	0,23-0,36	Valencia
Valencia Midnight	0,25-0,40	L. Valencia
LIMÓN		
Limón Verna	0,18-0,25	Alicante
FRUTAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Níspero Algar	1,46	Alicante
HORTALIZAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,43-0,56	Alicante
Ajo Tierno	0,85-2,50	Alicante
Tierno	1,76-1,98	Valencia
Apio	0,28-0,46	Alicante
Alcachofa		
Consumo Fresco	0,80-1,28	Castellón
Consumo Fresco	0,53-0,88	Valencia
Industria Corazones	0,72-1,18	Alicante
Industria Corazones	0,70-0,90	Castellón

Industria Perolas	0,15-0,21	Alicante
Industria Troceado	0,30	Alicante
Industria Troceado	0,30-0,85	Valencia
Berenjena		
Rayada	0,77-0,99	Alicante
Boniato		
Rojo	0,61-0,86	Alicante
Calabacín	0,50-0,65	Alicante
Blanco	1,49	Castellón
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,22-0,56	Alicante
Cebolla		
Tierna	0,52-0,60	Alicante
Tierna	0,60-0,77	Castellón
Spring	0,60	Castellón
Spring	0,20-0,35	Valencia
Col		
Lombarda	0,35-0,40	Castellón
Brócoli	0,22-0,55	Alicante
Brócoli Industria	0,11-0,15	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,13-0,33	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,24-0,34	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,18-0,55	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,25-0,48	Castellón
Coliflor		
Blanca	0,34-0,80	Alicante
Blanca	0,47-0,75	Castellón

Blanca	0,33-0,54	Valencia
Escarola		
Hoja Ancha Lisa	0,29-0,45	Alicante
Hoja Rizada	0,25-0,45	Alicante
Espinaca	1,10-1,20	Alicante
Haba Muchamiel	1,06-1,49	Castellón
Valenciana	1,00-1,15	Castellón
Judía Boby	4,52	Alicante
Perona	4,68-5,53	Castellón
Blanca	5,53-5,95	Castellón
Lechuga Romana	0,70-0,80	Alicante
Romana	0,29-0,36	Castellón
Romana	0,26-0,31	Valencia
Trocadero	0,30-1,10	Castellón
Maravilla	0,38-0,51	Castellón
Iceberg	0,82-1,00	Alicante
Little Gem	0,36-0,66	Alicante
Patata		
Blanca	0,58-0,86	Alicante
Blanca	0,47-0,75	Castellón
Blanca	0,33-0,54	Alicante
Pepino		
Blanco	0,68-1,01	Alicante
Blanco	0,69-1,06	Castellón
Pimiento		
California Amarillo	0,80-1,38	Alicante
California Rojo	1,30-1,39	Alicante

California Verde	1,11-1,20	Alicante
Lamuyo Verde	0,80-1,35	Alicante
Lamuyo Rojo	0,85-1,56	Alicante
Dulce Italiano	1,08-1,14	Alicante
Tomate Acostillado	0,60-1,46	Alicante
Raff	1,06	Castellón
Daniela	0,56-0,65	Castellón
Redondo Liso	1,28	Castellón
Redondo Liso	1,00-1,76	Valencia
Valenciano	2,13-2,34	Castellón
FRUTOS SECOS		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	2,85-3,20	Alicante
Comuna	2,70-3,10	Castellón
Largueta	3,45	Alicante
Marcona	4,86-5,40	Alicante
Marcona	4,80-5,05	Castellón
Plantea	2,91-3,20	Alicante
INDUSTRIALES		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	5,60-6,50	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	7,30-7,40	Castellón
Oliva Virgen Extra	7,80-8,00	Castellón
Garrofa		
Entera	0,36-0,59	Castellón

Grupo 4. C	243,00
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	225,00
Grupo 4	205,00
Grupo 5	205,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale	S/O
Cebada	208,00
Avena	S/C
Maíz	S/C
Sorgo	S/C
Habas	S/C
Guisantes	410,00
Girasol Alto Oleico	400,00
Girasol	S/C
Colza	S/C
<i>Nota: Las calidades que no se ajusten a los tipos cotizados tendrán depreciación según mercado. Próxima sesión 14 de mayo de 2024.</i>	
Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 30 de abril de 2024. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.	
ALMENDRAS	
Euros/Tm	
Floración Tardía	
Monovarietal	3,20
Soleta	3,20
Belona	3,20
Guara	3,20
Antoñeta	3,20
Constantí	3,20
Comuna Tradicional	3,20
Ecológica	5,20
<i>Nota: Escasas operaciones. Próxima sesión 14 de mayo de 2024.</i>	

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 8 de mayo de 2024, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	212,00
Cebada	201,00
Triticale	202,00
Centeno	180,00
Avena	270,00
Maíz	209,00
A la sequía en Rusia, principal exportador mundial de trigo, se han unido las heladas de los últimos días, al contrario que en Europa donde la lluvia sigue siendo un problema en muchas regiones; en el caso de Brasil sufre inundaciones en la Región de Rio Grande, (incluso están afectadas las infraestructuras básicas) y sequía en el centro del país y en EE. UU hay un importante retraso en las siembras de maíz. También las razones geopolíticas respecto a que Israel rechace un alto el fuego en Gaza, y el incremento de la escalada verbal de Rusia y varios países de occidente, aumenta las tensiones y pone nerviosos a los mercados. Habrá que estar, muy atentos al informe USDA del viernes, sobre todo en el caso del maíz, puesto que las estimaciones de producción de los analistas privados están muy por debajo de las estimaciones del último informe y	

por tanto si el viernes hubiese un ajuste importante, la tendencia podría ser claramente positiva. Así pues, en la sesión de la lonja de León celebrada hoy en Santa María del Páramo, importante aumento del precio de los cereales a excepción de la avena que repite. Se pueden consultar información más detallada a través de la página web www.lonjadeleon.es.

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 6 de mayo de 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALMENDRA	
Guara	3,00
Comuna Ecológica	4,90
Pelona	1,85
Belona	3,05
Constantí	3,05
Vairo	3,05
Lauranne	2,95
Común	2,80
Largueta	3,90
Marcona	4,85
PIÑÓN	
Alameda	44,00
Castilla	44,00
AVELLANA	
Euros/Libra	
San	
Giovanni	1,94
Tonda	1,96
Negreta D.O.P.	2,15
Corriente	1,94
Negreta	2,12

Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 6 de mayo de 2024. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Blando	217,00
Cebada	
P. E. (+64)	208,00
Avena	231,00
Centeno	198,00
Tricale	204,00
Maíz, (14º)	221,00
LEGUMINOSAS	
Euros/Tm	
Guisantes	
S/C	
Garbanzo	
Pedrosillano	
S/C	
Lenteja	
Armuña	920,00
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	S/C

Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados en la Lonja de Segovia del día 9 de mayo de 2024. Información facilitada por EFEA-GRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALFAFA	
Alfafa	
Empacada	155,00
AVENA	
Avena	265,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	201,00
CENTENO	
Centeno	194,00
COLZA	
Colza	S/C
GIRASOL	
Girasol	370,00
PAJA	
Paja	
Empacada	90,00
TRIGO	
Trigo Nacional	212,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 7 de mayo de 2024. 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	S/O
Grupo 4	S/O
Grupo 5	220,00
Pienso Importación	220,00
TRIGO DURO	
Grupo 1	296,00
Grupo 2	288,00
Grupo 3	ANEXO
Grupo 4	ANEXO
Triticale	
Nacional	214,00
Importación	214,00
Avena	
Importación	276,00
Nacional	S/O
Cebada,	
Igual y más de 64	S/O
Menos de 64	S/O
Importación Origen Puerto	220,00
Maíz	
Importación origen Puerto	214,00
Nacional	S/O
Habas	
Nacional	S/O
Importación	350,00
Guisantes	
Nacional	S/O
Importación	S/O
Girasol	
Alto oleico +80%	410,00
Convencional	400,00

Colza	S/O
NOTA: Toda lai nformación de precios de esta Lonja es propiedad de la misma.	
<i>Próxima sesión el 21 de mayo de 2024.</i>	

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 2 de mayo de 2024. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2022-2023).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz	
Secadero	229,00
CEBADA	
Pienso	
+62 kg/Hl	206,00
Pienso –62 kg/Hl	200,00
AVENA	
Rubia	S/C
Pienso	289,00
TRIGO	
Duro Pr>12	
S/C	
Pienso	
+72 Kg/Hl	226,00
Fuerza	
+300w +14 pr	S/C
Fuerza	
-300 +12,5 pr	S/C
Panificable	
Pr>11, W<200	245,00
Chamorro	
S/C	
Triticale	
217,00	
Centeno	
S/C	
Guisante	
287,00	
Yeros	
S/C	
Garbanzo	
sin limpiar	S/C
Veza	
S/C	
Alfafa 1ª	
220,00	
Paja 1º + p grande	
155,00	
Nota: Tendencia alcista en cereales, excepto avena. Forrajes a la baja, con reajuste en la campaña de alfafa.	
Próxima cotización el 16 de mayo de 2024.	

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 29 de abril al 5 de mayo de 2024, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	
Trigo	
Media Fuerza	21,90
Trigo	
Pienso	20,85
Cebada	
Malta	20,70
Cebada Pienso	18,70
Maíz	S/C
Tricale	19,80
El déficit de precipitaciones acumulado desde el comienzo de la campaña de siembras de los cereales de invierno y otros cultivos extensivos es el 19% en Rioja Media, el 16% en Rioja Alta, y el 5 % en Rioja Baja. Desde entonces, sólo febrero ha registrado unas lluvias superiores a la media, pero también, por desgra-	

cia, unas temperaturas extremadamente elevadas. En conjunto, las precipitaciones y el calor de ese mes aceleraron la evolución de los cultivos y recortaron la fase de ahijamiento, lo que significa una menor capacidad para captar agua y, por tanto, una mayor exposición a la sequía y a los efectos de las altas temperaturas.

OLEAGINOSAS	Euros/Kg
Colza.....	39,50
Girasol.....	39,50
Girasol	
Alto oleico.....	40,50
Finalizadas las entregas y las liquidaciones de la cosecha de oleaginosas de 2023, se advierte, tal y como se esperaba, un descenso respecto a los precios de 2022 en torno al 40% para el girasol y la colza.	
PATATAS	Euros/Kg
Industria Frito Con Conservación	27,00
Con las existencias de patata de consumo para fresco finalizadas, y a falta de concluir con los últimos kilos de patata para transformación, los agricultores se centran ya en la preparación de las fincas para la próxima siembra, procediendo a la aplicación de los abonados de fondo.	
CHAMPIÑÓN Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón	
Granel pie cortado	2,30
Bandeja pie cortado.....	2,60
Industria 1 Raíz.....	1,05
Industria 2 Pie cortado.....	1,05
Seta Ostra Granel.....	3,20
Ostra Bandeja.....	3,65
Shii-Take granel.....	5,00

MERCADOS NACIONALES

nando en dureza. Se da por finalizada la temporada de guisante verde para fresco, mientras que, en el caso de las habas, ya sólo quedan las habas en grano. Son las coliflores y las lechugas las que marcan una subida importante en su cotización, ante un contexto de falta de producto proveniente de otras comunidades.

FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO PERA	
Industria.....	0,09
Limonera 60+.....	0,65
Ercolini 50+	0,80
Blanquilla	
DOP	0,60
Conferencia	
DOP 75+	0,90
DOP 70-75.....	0,80
DOP 65-70.....	0,70
75+.....	0,80
70-75.....	0,75
65-70.....	0,65
65-60.....	0,60
GRUPO MANZANA	
Royal Gala 60+.....	S/C
Industria.....	0,12
Golden 70+	0,65
Fuji 70+	0,80

En la segunda semana de mayo, algunos almacenistas dan por finalizadas sus existencias de fruta de pepita, por lo que durante los siguientes días toca preparar sus instalaciones para dar paso a la temporada de fruta de hueso, que en nuestra comunidad comienza con las variedades tempranas de cereza. Respecto a la campaña de fruta de verano, las heladas y las tormentas con piedra sufridas en la última semana han afectado a zonas productoras de la valle del Ebro y del sudeste peningular, disminuyendo las previsiones nacionales de la cosecha.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRA	
Común.....	0,52
Largueta.....	0,90
Marcona	1,06
Floración	
Tardía.....	0,92
Ecológica.....	1,12
Siguen estables los precios de las almendras en todas sus variedades, mientras el cultivo evoluciona favorecido por las últimas lluvias. Estas precipitaciones, aunque son insuficientes para compensar el déficit acumulado desde la campaña anterior en los secanos, sirven momentáneamente para aliviar la situación en un periodo de máximas exigencias del cultivo.	

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 6 de mayo de 2024

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	Sin existencias
Navel.....	Sin existencias
Navel Lane Late	0,20-0,30
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett.....	0,25-0,42
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	Sin existencias
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	Sin existencias
Barberina	
y Mid-night	0,25-0,40
Valencia Late.....	0,20-0,33
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
GRUPO SATSUMAS	
Okitsu	Sin existencias
Owari	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós	
y Basol	Sin existencias
Orunules	Sin existencias
Marisol	Sin existencias
Arrufatina.....	Sin existencias
Clemenules y	
Orogrande.....	Sin existencias
Hernandina	Sin existencias
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	Sin existencias
Tango	Sin existencias
Nardocott.....	Sin existencias
Ortanique.....	0,15-0,25
Orrí.....	0,60-1,05
Nota: Se mantiene la misma tónica que la semana anterior. El próximo boletín de cotizaciones se publicará el lunes, 13 de mayo de 2024.	

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 29 de abril al 5 de mayo de 2024.

CEREALES

■ **De invierno:** **Cádiz:** El estado fenológico oscila entre el BBCH 61-69 (Floración) y BBCH 83-87 (Grano pastoso-Recolección). Los **trigos** se encuentran en fase de grano pastoso, madurando los más adelantados y en fase de grano lechoso la mayoría de parcelas. Los más tardíos se encuentran finalizando el espigado y comenzando la floración. Se esperan buenos rendimientos en los trigos duros y aún mejores para los blandos. Las **cebadas** también se espera que den buenos rendimientos. **Córdoba:** La mayoría de las parcelas de **cereales de invierno** se encuentran entre los estados de grano lechoso y grano pastoso, incluso cambiando de color en las zonas más adelantadas. La primavera lluviosa ha favorecido el desarrollo de enfermedades fúngicas y de malas hierbas. **Granada:** El estado fenológico oscila entre BBCH 39-41 (Encañado-Hoja bandera) y BBCH 71-77 (Grano lechoso). En las comarcas de **La Vega** y **Montefrío**, se observan **cereales** más adelantados en la fase de llenado de granos. En muchas zonas de la provincia se encuentran en fase de espigado. En zonas de **Valle de Lecrín** y **Alpujarras** siguen en fase de espigado y floración. **Huelva:** Los **cereales** se encuentran en fase de grano lechoso-pastoso como estados predominantes. **Jaén:** El estado fenológico oscila entre BBCH 59-65 (Fin de Espigado-Plena floración) y BBCH 83-87 (Grano pastoso). En la comarca **Campaña Norte** y **zona sur de Sierra Morena**, se observan **trigos** muy adelantados, cambiando de color, amarilleando y entrando en maduración. Predominan los **trigos** en fase de grano pastoso, llenándose los granos. **Sevilla:** La mayoría de las parcelas de **cereales** pueden verse en estado de grano pastoso y cambiando de color aunque también se van viendo parcelas más adelantadas amarilleando y con el grano ya maduro. Las parcelas de los **cereales de invierno** destinados a forrajes pueden verse en fase de siega, oreo y empacado. En las parcelas de **quinoa** puede verse el desarrollo del tallo y llenado de la espiga.

LEGUMINOSAS

En las parcelas de **habas** y **guisantes**, cada vez se observan más parcelas en maduración de los granos, secándose la mata en muchos casos. En zonas más adelantadas se recogen algunas parcelas. Se están hilerando y empacando las parcelas de forrajes. Los **garbanzos** se encuentran en desarrollo de tallos e iniciando la floración e incluso en floración los más tempranos. Los altramuces de la **comarca Condado Campiña** se encuentran en fase de maduración.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

Cádiz: Ha finalizado la campaña de **patata extratemprana** con rendimientos altos y buenas cotizaciones. El estado fenológico predominante de la **patata temprana** es el BBCH 41-49 (Desarrollo de las partes vegetales cosechables). La campaña de **patata temprana** ha comenzado en zonas de la **comarca Costa Noroeste**. Las parcelas de **patata Arizona**, de piel amarilla, han eliminado el follaje, ya que se recoge dos semanas después para evitar mancha negra y daños por recolección. Se sigue recolectando **patata Spunta**. Es una variedad a la que le afectan también los daños por recolección por lo que se espera 3 semanas para recolectar. **Málaga:** El estado fenológico predominante del cultivo de la **patata extratemprana-temprana** es BBCH 41-49 (Desarrollo de las partes vegetales cosechables). Las **patatas de media estación** en la **comarca de Antequera** siguen su crecimiento vegetativo. **Sevilla:** Se produce la tuberización, es decir, el desbroce de la mata y cosecha de la **patata temprana**.

CULTIVOS INDUSTRIALES

El cultivo del **algodón** puede verse en germinación y primeros estadios en muchos casos y desplegando las primeras hojas verdaderas y crecimiento de entrenudos en las parcelas más adelantadas. La bajada de temperaturas de estas semanas no favorece al cultivo. La fenología de la **remolacha azucarera** se encuentra en la provincia de **Sevilla** con entre el 60-90% del tamaño final estimado de la raíz y raíz tamaño cosecha, con buen desarrollo en general. En **Cádiz**, se muestra algo más retrasado, presenta como estado fenológico dominante el BBCH 43-46 (30-60 % tamaño raíz estimado), estando las más tempranas en el estado BBCH 46-49 (60-90 % tamaño raíz estimado). El **girasol** presenta buen aspecto, evoluciona con rapidez y puede verse desde en desarrollo del tallo hasta la inflorescencia abriéndose. El estado fenológico del cultivo del **anís** se encuentra en **Málaga** con una fenología de desarrollo de las primeras hojas, como en la comarca de **Ronda**, y las más tempranas en la **comarca Norte**, que se encuentran con 10 cm y con los brotes auxiliares desarrollándose. El cultivo de la **colza** se encuentra en **Sevilla** en maduración del grano y cosecha con buenas producciones. Se está rematando la plantación escalonada del **tomate de industria**, en las plantaciones más tempranas ya pueden verse flores y frutos.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** Las plantaciones de **almendros**, se encuentran por lo general entre los estados fenológicos I (Fruto joven) y J (Fruto desarrollado). Las cuatro principales provincias productoras de **almendra** en 2023 han sido, por este orden, **Granada, Sevilla, Córdoba** y **Almería**. En **Granada**, en la **comarca de Guadix** y **La Vega** la floración de esta campaña de los **almendros** ha sido buena, observándose parcelas con mejores rendimientos que otras campañas; gracias a las lluvias caídas el calibre será bueno. En **Sevilla** se observa un buen cuaje en general. En **Córdoba**, la fenología dominante de los **almendros** es J (Fruto desarrollado) con un tamaño medio de 25-35mm. El estado fitosanitario es bueno y los árboles presentan un buen desarrollo vegetativo. En **Almería**, se observa gran parte de las plantaciones de **almendro** de regadío con un buen desarrollo vegetativo y frutos de tamaño definitivo, las de secano están algo más retrasadas. En algunas zonas se ha observado caída de frutos causada por fuertes vientos.. ■ **Frutales de hueso y pepita:** **Granada:** En las plantaciones de **cerezos** aparecen las primeras flores en caída de pétalos y cuajadas. Se puede observar el fruto de forma clara en algunas parcelas. Variedades como **Silvia** y **Jumbo** se encuentran con marcos de 5x5m. La primera es una variedad auto estéril, tardías, unas tres semanas después que **Burlat**, que es de las más precoces. En las **comarcas de Huéscar, Baza** y **Guadix**, los **manzanos** se encuentran finalizando floración y comenzando la fase de caída de pétalos y cuaje. Los **perales** se encuentran en la misma situación. **Huelva:** Se están recogiendo en invernadero **nectarinas** y **melocotón extratemperanos** en la provincia, comarcas de **La Costa** y **Andévalo Occidental**. Variedades de **melocotones** como **Prime Gold 2**, de carne amarilla y calibres predominantes B y C; **nectarinas** como **Primaprima**, de carne amarilla, con calibres que están oscilando entre A y C. Los rendimientos están oscilando entre 24-28 t/ha de media. **Sevilla:** Maduración pausada por el tiempo fresco y recolección de las variedades precoces de **melocotón** y **nectarina** en **Vega** y **Marisma**. En las plantaciones de **caquis** se observa el estado fenológico de Fruto joven. ■ **Frutos subtropicales:** **Málaga:** en la provincia malagueña, los **aguacates** se encuentran en fase de engorde con parcelas más tardías comenzando con el cuaje. Gracias a las lluvias de las últimas semanas, se han podido recuperar fincas que presentaban mucho estrés hídrico. Se observan **mangos** en algunas parcelas en crecimiento. Otros se encuentran en la fase de floración cuaje. Se recogen **nisperos** en la comarca de **Vélez-Málaga, zona de Sayalonga**, con rendimientos medios y campaña muy avanzada.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** En la comarca del **Bajo Andarax-Campo de Níjar** están en plena recolección de la **sandía** y en la **comarca del Poniente** se están recolectando las variedades más tempranas. Los frutos recolectados son de excelente calidad. La demanda está creciendo y los precios se mantienen. Se observa un buen desarrollo vegetativo y presencia, con escasa incidencia de araña roja y pulgón. Se están recolectando frutos de **melón**, principalmente los tipo piel de sapo, **Galia** y **Amarillo**. Se observa buen desarrollo vegetativo y escasa incidencia de plagas. En las plantaciones con ciclo de cultivo único de **pimiento** se realizan los últimos cortes. En algunos de los invernaderos en los

que se ha retirado el cultivo se están plantando los últimos cultivos tardíos de **melón** y en otros se prepara el suelo para la próxima campaña y se aprovecha para realizar mejoras en la estructura del invernadero. Se está en plena recolección de **tomate de ciclo corto**, tanto en el **Levante** como en el **Poniente**. Se observa buen desarrollo del cultivo y escasa incidencia de plagas y enfermedades. Una gran parte de los invernaderos con cultivo de **berenjena, pepino** y **calabacín** están en plena recolección. Los precios se mantienen en rangos de cotización aceptables y se están obteniendo frutos de buena calidad. **Cádiz:** Se recoge **tomate de pera**, todavía con producciones bajas y mucho fruto en fase de engorde. Los **pimientos Italianos** se recogen en la **comarca Costa Noroeste**. Los **melones Galia** se encuentran en fase de maduración, con fruto en fase de engorde y las plantas más retrasadas en floración-cuaje. Buenos rendimientos y precios. **Granada:** En la **comarca de la Costa** se observan invernaderos de **calabacín** en plena producción. Los rendimientos van a oscilar entre las 75-80 t/ha. Se observan invernaderos de **judías verdes** en recolección y otros en estado fenológico de crecimiento de vainas. Las lluvias caídas y el aumento de temperaturas de estos días pueden perjudicar el desarrollo de enfermedades y los consecuentes tratamientos fungicidas. Se siguen sacando **pimientos Italianos** y **Lamuyos**. No es un año de plagas y los frutos están siendo de 1º en muchos casos. Los invernaderos se están blanqueando de nuevo tras las lluvias. **Málaga:** Salen **calabacines negros** de los invernaderos de la provincia. Se están produciendo **berenjenas** de la variedad **Cristal**, sin plagas aparentes y rendimientos bajos en estos momentos, con mucho fruto en fase de engorde. Sale **pepino Francés** con rendimientos medios. Los **tomates Daniela** están al 80% de campaña con mucho **tomate** de destrío. ■ **Ai aire libre:** **Almería:** En las plantaciones tempranas de **melón**, fundamentalmente de tipo **Cantaloup**, situadas en zonas cálidas ya se ha procedido a la retirada de los tunelillos de protección, encontrándose el cultivo en fase de cuajado de los frutos y las más adelantadas están iniciando el engorde. Las plantaciones tardías siguen protegidas con tunelillos de plástico o manta térmica. Las parcelas con cultivo de **sandía** se encuentran en diferentes fases de desarrollo, dependiendo de la fecha de plantación y localización, así por ejemplo en las zonas más cálidas ya se ha procedido a la retirada de los tunelillos de plástico, mientras que en las plantaciones tardías continúan con la protección térmica. En la **comarca del Bajo Almanzora** son pocas las parcelas con cultivo de **lechuga** que quedan por recolectar, las cuales están situadas principalmente en zonas del interior. En los cultivos de **brócoli** y de **coliflor** la situación es similar. En las parcelas sin cultivo se han comenzado las labores preparatorias del terreno y en algunas de ellas ya se realizan aportes de estiércol. En las plantaciones de **espárrago verde** que ha sido forzado bajo macro-túnel se ha retirado la cubierta de plástico y se ha iniciado el desarrollo vegetativo del cultivo al aire libre, observándose ya plantaciones con un gran crecimiento. Está finalizando la recolección de **haba verde** y también en las plantaciones más tardías de **alcahofa**, obteniéndose ya frutos de inferior calidad. **Cádiz:** Está finalizando la campaña de los **puerros** con buenos rendimientos. Los **rábanos** se encuentran finalizados. Las **zanahorias** se están recolectando, tanto en manajo como granel, con buenos rendimientos y precios bajos. Está comenzando la campaña de la **cebolla temprana** en la provincia. **Granada:** En las comarcas de **Huéscar, Guadix** y **Baza**, las plantaciones de **lechugas** se encuentran en crecimiento vegetativo. En la **zona de Zafarraya** se recogen **lechugas Romanas** e **Iceberg** y hay parcelas en fase de desarrollo vegetativo. Se observan parcelas de **espárragos** en recolección en la zona de **Huétor-Tajar**. Los **ajos Spring** y **cebollas tempranas** se encuentran en fase de desarrollo del bulbo, aproximándose las fechas de recolección. **Málaga:** El estado predominante de las **cebollas tardías** es el BBCH 10-19 (Desarrollo de las primeras hojas). Las tempranas se encuentra en fase BBCH 40-49 (Desarrollo de las partes vegetales cosechables). Con el bulbo alcanzando el tamaño final de cosecha y sobresaliendo del terreno, los calibres son medios. Las **cebollas grano** y medio grano se encuentran con las primeras hojas fuera y una altura de 5-10 cm. **Sevilla:** Desarrollo de las rastras, floración y primeros frutos en las plantas de las **sandías tempranas**. Recolección de las **zanahorias**. Engorde y recolección de la **cebolla temprana** y de los **puerros**.

CÍTRICOS

Almería: Continúa como en semanas anteriores la recolección a un ritmo lento, bajos precios y, en consecuencia, con dificultades en la comercialización, principalmente en las plantaciones de **limón**, en cuyo caso pueden verse incluso parcelas sin recolectar. **Cádiz:** El estado fenológico de la nueva campaña oscila entre G2 (Fruto cuajado) y G1 (Caída de pétalos). Se siguen sacando **naranjas Valencia** de las fincas tanto tipo **Late** como **Midknight** con rendimientos de 40 t/ha. Se están regando desde mediados de abril. La **variedad Powell** está dando rendimientos de 25 t/ha. La fenología se encuentra en G2 fruto cuajado. **Sevilla:** El estado fenológico dominante en los **cítricos** sevillanos es el de caída de pétalos y fruto cuajado. Prosigue la recolección a ritmo lento con las variedades tardías.

OLIVAR

Almería: Su desarrollo varía considerablemente de las zonas cálidas a las más frías. De esta forma podemos observar zonas en las que el estado predominante es el F (Floración) y otras más adelantadas en las que es G (Fruto cuajado). En las plantaciones de secano las precipitaciones, aunque escasas, han sido muy beneficiosas para el cultivo. En algunas parcelas se han comenzado a realizar tratamientos fitosanitarios. **Cádiz:** El estado fenológico dominante de este cultivo en la provincia es F (Floración). El porcentaje medio provincial de floración es superior al 60 %. En las **zonas biológicas de Jerez** y **Villamartín** domina ya el estado G1 (Caída de pétalos), habiendo algunas parcelas en el estado dominante G2 (Fruto cuajado). El número medio provincial de inflorescencias por brote es de 12,8. **Córdoba:** El estado fenológico predominante se encuentra entre el D2 (Despliegue de la corola) y G2 (Fruto cuajado). Las temperaturas suaves y las precipitaciones favorecen el desarrollo vegetativo y el cuajado de la trama . **Huelva:** El estado fenológico oscila entre D3 (Corola cambio de color) y G2 (Fruto cuajado). Se observan las primeras **aceitunas** cuajadas aunque el estado que predomina es el de floración. El cuaje está siendo bueno y va a permitir una campaña con buenos rendimientos. De momento no se está viendo mosca del **olivo** pero en las próximas semanas puede aparecer, ya que las temperaturas van a permitir el desarrollo de esta plaga. **Jaén:** El estado fenológico oscila entre D1 (Corola empezando) y G1 (Caída de pétalos). En las **comarcas de Sierra Morena** y **El Condado**, se observan los árboles olivares de 25-30 años y otros con 3 pies entre 40-60 años, con la trama saliendo y la corola visible. Los **olivos** se encuentran algo parados en la zona. Se les ha dado pase de cultivador para eliminar la hierba. En la **comarca de Campiña Norte, La Loma** y **Campiña Sur**, los **olivos** se encuentran en fase de floración, con parcelas en caída de pétalos. **Sevilla:** Floración y caída de pétalos en el **olivar**, con más del 80% de flor abierta en las zonas más tardías de las sierras sevillanas. Pueden verse una gran mayoría de parcelas en las zonas más precoces con frutos cuajados.

VIÑEDO

Almería: El estado predominante en la **comarca Río Andarax-Río Nacimiento** es el F (Racimos visibles) y en la de los **Vélez** es el de E (Hojas extendidas). En algunas parcelas se han comenzado a realizar tratamientos fitosanitarios para controlar ataques de hongos. **Cádiz:** La fenología dominante actualmente en la variedad predominante en la provincia, **Palomino**, es I (Floración). El estado fenológico más atrasado es el H (Botones florales separados; mientras que el más adelantado es J (Cuajado). En las variedades tempranas (**Chardonay, Moscatel**, etc) domina el estado fenológico J (Cuajado), observándose algunos racimos en el estado fenológico K (Grano tamaño guisante), como más adelantado. El desarrollo vegetativo del cultivo es muy bueno. En general, la fenología está adelantada con respecto al año pasado, cuando, por estas fechas, en la **Palomino**, apenas había racimos en floración.

Ailimpo se implica en una nueva campaña europea de promoción

‘Good Move From Europe’ está orientada a Millennials y Generación Z, y busca promover un estilo de vida más activo y saludable

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

En un nuevo esfuerzo para que más consumidores conozcan los muchos beneficios del consumo de limón y pomelo dentro de una alimentación equilibrada, la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (Ailimpo) vuelve a implicarse durante otros tres años en una campaña europea de promoción. En esta ocasión, suma fuerzas con Aprifel, agencia francesa dedicada a la investigación e información sobre las frutas y hortalizas, y Fruit Union, asociación de distribuidores hortofrutícolas de Polonia, para concienciar a los españoles de la importancia de comer sano y practicar deporte regularmente.

La iniciativa denominada ‘Good Move From Europe’, que cuenta con la colaboración de la Unión Europea, está orientada tanto a los Millennials como a la Generación Z, es decir, a los jóvenes de entre 18 y 34 años. Un extracto de la población propenso a pasar la gran parte de su tiempo libre frente a las pantallas, como se refleja en el deterioro de los indicadores de actividad física desde 2006. No obstante, también está dirigida a los *followers* de entrenadores deportivos en las redes sociales que quieran ampliar conocimientos para mejorar su nutrición.

El programa de la campaña está repleto de actividades diseñadas para educar, inspirar y motivar a adoptar un estilo de vida saludable a lo largo del próximo trienio 2024-2026, que irán desde tips para lograr el bienestar personal a través de la alimentación y el ejercicio físico, patrocinar retransmisiones de grandes eventos deportivos como los JJ.OO. de París 2024, hasta la participación de



Adrián Ben y Águeda Marqués, embajadores de esta campaña de promoción. / AILIMPO

deportistas de élite como embajadores en carreras populares de España.

Todo ello, acompañado por un plan de comunicación y relaciones públicas, inserciones de publicidad en las principales plataformas sociales que utilizan los jóvenes españoles (Tik Tok, YouTube, Twitch, Facebook, Instagram y Spotify), un site web con información específica sobre los beneficios para

el deporte del consumo habitual de limón y pomelo, y perfiles always-on en Facebook e Instagram con diversos contenidos enfocados a que incentiven la interacción.

“Tras el éxito de ‘Welcome to the Lemon Age’, estamos encantados de volver a realizar otra campaña de promoción. El deporte y la alimentación saludable van de la mano y ‘Good Move From Europe’ bus-

Ailimpo lidera el desarrollo de la campaña europea en España, mientras que Aprifel y Fruit Union harán lo propio en Francia y Polonia, respectivamente

ca inspirar a las personas a ser más activas y a alimentarse de manera consciente. De hecho, el limón y el pomelo son verdaderos tesoros naturales que no solo añaden un toque de sabor a nuestras vidas, sino que además están repletos de nutrientes esenciales que benefician la salud de múltiples maneras”, declara José Antonio García, director de Ailimpo.

‘Good Move From Europe’ emplea algunos de los materiales de comunicación, como videorecetas o creatividades, que tan buenos resultados obtuvieron durante ‘Welcome to the Lemon Age’, por lo que también destaca la calidad y sostenibilidad de los limones y pomelos europeos producidos en España con respecto a los limones y pomelos que proceden del exterior.

■ EMBAJADORES

Adrián Ben y Águeda Marqués, atletas especializados en carreras de medio fondo y con opciones de representar a España en los Juegos Olímpicos de París 2024, serán los embajadores de ‘Good Move From Europe’. Adrián Ben es campeón europeo de 800 metros en pista cubierta en Estambul 2023 y cuarto clasificado en la final del Campeona-

to del Mundo de la misma modalidad en Budapest, mientras que Águeda logró la tercera plaza en 5.000 metros formando parte de la selección española en los Juegos Europeos celebrados en Chorzów (Polonia) el año pasado. Ellos serán los encargados de convencer a los jóvenes de adoptar estilo de vida activo y saludable.

Y es que, según el último Eurobarómetro elaborado por la Comisión Europea, 4 de cada 5 jóvenes dicen estar motivados para hacer deporte, pero afirman tener dificultades para pasar a la acción. Además, el 34,4% de la población europea no consume frutas ni verduras a diario.

“Si queremos ayudar a los jóvenes a que tengan un estilo de vida más saludable y activo, necesitamos informarles y hacerles conscientes de los beneficios de hacer deporte y consumir frutas y verduras. Pero también darles consejos y trucos para reducir las barreras al consumo y aumentar su propia confianza en la capacidad para cambiar por sí mismos”, subraya García.

La iniciativa ‘Good Move From Europe’ se basa en la teoría de los pequeños pasos: cada avance es importante y debe ser valorado, ya que unas altas expectativas ponen en riesgo el objetivo final. Por lo tanto, todas las acciones del programa están basadas en la teoría de Prochaska y Di Clemente (1982), la cual se utiliza para comprender y facilitar el cambio en comportamientos no beneficiosos al reconocer la importancia del estado psicológico individual y los obstáculos encontrados en diferentes etapas de motivación. Un método muy eficaz que igualmente reconoce que las recaídas son una fase normal y necesaria del proceso de cambio.

‘Good Move From Europe’ no es una obligación, sino que trata de contribuir a que los jóvenes tomen sus propias decisiones. El punto de partida es la superación personal, no la perfección. Es una invitación a seguir un camino mejor, no el perfecto, porque cada paso es importante. No pasa nada por caer o relajarse, siempre que se tomen algunos buenos hábitos.

“Los Ecoauténticos”, nueva campaña de promoción ecológica del CAECV

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana (CAECV), la entidad pública encargada del control, la certificación, representación y defensa de los productos ecológicos, además de la investigación y la promoción de estos, presenta su nueva campaña de promoción ecológica. Se trata de “Los Ecoauténticos”, una nueva iniciativa que, en esta ocasión, ha querido poner el foco en la Eurohoja, el único sello que identifica a los productos ecológicos.

“En los últimos años, el crecimiento de la superficie, el número de personas operadoras y el consumo de productos ecológicos se ha convertido en una realidad, a la vez que han ido proliferando muchos fraudes, engaños y bulos dentro del sector. Todos estos factores han provocado que se trate de confundir a los consumido-

res”, señalan desde el CAECV. Por ello, la campaña quiere poner en valor la certificación ecológica a través de la Eurohoja, ya que no todo lo que se dice que es ecológico, es auténtico y está certificado.

Para el presidente del CAECV, Vicente Faro, “la única forma que tienen los consumidores de identificar un producto ecológico certificado es a través de la Eurohoja y, por ello, hemos decidido que la campaña de este año pueda ayudarles a reconocer y distinguir cualquier alimento ecológico auténtico de aquel que no lo es. Finalizamos con un mensaje claro: que no te engañen, sólo la Eurohoja es ecológica”.

■ OBJETIVOS

Como ya ha hecho el CAECV en otras campañas de promoción a través del lenguaje publicitario,

el juego y la creatividad, esta iniciativa también tiene otras capas de lectura con otros mensajes que no pretenden otra cosa que no sea poner en valor al sector ecológico y todo lo que los rodea.

“Los Ecoauténticos” no son sólo los productos ecológicos, sino también las personas que están impulsando al sector ecológico de la Comunitat Valenciana, que cuenta con un sector formado por 4.500 personas certificadas, de las que casi un millar son empresas, el principal músculo del sector, con un volumen de facturación cercano a los 750 millones de euros.

La campaña es una colección de 10 imágenes que irá publicitándose a lo largo de 2024, recordando a los consumidores quiénes son de verdad “Los Ecoauténticos”.

El mensaje no lo dirá el CAECV, lo hará la propia industria



Imagen de la nueva campaña de promoción. / CAECV

ecológica de la Comunitat Valenciana a través de sus protagonistas, personas operadoras certificadas por el comité, demostrando la fortaleza y los principales logros conseguidos dentro del sector en los últimos 30 años.

“Desde el CAECV esperamos que “Los Ecoauténticos” sea una campaña que conecte con los consumidores y les empuje a buscar la Eurohoja en el momento de compra”, asegura Vicente Faro.

ORRi se mantiene como la mandarina más cotizada del mercado

La variedad cotiza a precios un 30% más altos que la siguiente mandarina más valorada

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La variedad ORRi de nacionalidad española mantiene su posición como la mandarina más cotizada en el mercado, en un año marcado por el exceso de oferta derivada de las importaciones de países terceros, un factor que está provocando un descenso generalizado en las cotizaciones de mandarinas de la segunda parte de la campaña. A pesar del exceso de oferta de otras variedades procedentes de países terceros de la cuenca mediterránea, incluso de variedades con royalties, ORRi continúa destacando y manteniendo un precio un 30% más alto que el de la siguiente mandarina más valorada en las últimas tres campañas, y más del doble en comparación con otras mandarinas, según la Lonja de Cítricos.

Como explica Guillermo Soler, gerente de ORC, “esta diferencia es más clara cuando hablamos de un producto de calidad acorde a un concepto premium. No hay que olvidar que ORRi es una fruta de máxima calidad, con unas características organolépticas excepcionales y únicas, que además dispone de una de las campañas comerciales más largas del mercado debido a sus excelentes condiciones de conservación postcosecha”.

Los productores valoran la mandarina ORRi por encima de otras variedades. Como destaca Remigio Richart, uno de los productores en la provincia de Valencia, “ORRi destaca por su buen calibre, la resistencia de su piel, su textura y su espectacular sabor, por lo que está siendo muy demandada en el mercado. Además, su precio en el campo es muy superior al de otras variedades”.

Por su parte, Alejandro Meliá, director técnico de la empresa Servicios Agrícolas Meliá, firma dedicada al asesoramiento técnico del cultivo de los cítricos y productor de ORRi, subraya que “es una variedad que se destaca del grueso por ser muy productiva y que los mercados aceptan con mucho ímpetu. Lo que diferencia a ORRi del resto de variedades es su facilidad de pelado, su gran calidad organoléptica, con muy buen equilibrio entre dulzura y acidez y su baja presencia de semillas”.

Además, ORRi es una variedad protegida, lo que permite a los licenciarios disfrutar de una autorización de explotación exclusiva durante varias décadas, pero sin suponer ninguna limitación a la plena libertad de comercialización de la fruta. Tanto los productores como los operadores de ORRi tienen plena libertad para vender, adquirir y comercializar la fruta licenciada de la forma que libremente decidan, a través del



ORRi mantiene, una temporada más, unos elevados niveles de rentabilidad. / ORC

ORRi cuenta con una de las campañas comerciales más largas del mercado debido a sus excelentes condiciones de conservación postcosecha

Su resistencia a enfermedades como Alternaria la convierten en una opción atractiva para los agricultores que buscan minimizar riesgos y maximizar la calidad de sus cultivos

canal de comercialización que prefieran y con el precio y resto de condiciones que libremente pacten en cada caso.

■ PRODUCTO DE PROXIMIDAD Y RESISTENCIA A ALTERNARIA

Desde ORC señalan que es importante resaltar que ORRi es una mandarina de producción española, lo que no solo contribuye a la economía local, sino que también promueve la sostenibilidad y la trazabilidad en la cadena de suministro. Además, su resistencia a enfermedades como Alternaria la convierte en una opción aún más atractiva para los agricultores que buscan minimizar riesgos y maximizar la calidad de sus cultivos.

La variedad es un ejemplo de innovación y apuesta por la sostenibilidad. Asimismo, ORRi es pionera en innovación desde sus comienzos, con el desarrollo de la primera aplicación móvil para identificación de parcelas en campo, hasta la actualidad, con las nuevas aplicaciones tecnológicas implementadas para el control de la variedad mediante imágenes

satélites. Con ella, se pueden llevar a cabo auditorías en tiempo real con visión satelital, reduciendo la huella de carbono, al evitar los desplazamientos del personal auditor.

El cambio climático y la restricción de fitosanitarios está produciendo un incremento de la incidencia de ciertos patógenos como el hongo de la Alternaria, que está ocasionando grandes pérdidas a la citricultura española como consecuencia del cultivo de variedades sensibles.

La resistencia que ORRi a esta enfermedad supone un ejemplo más de sostenibilidad, puesto que permite obtener un producto de calidad sin necesidad de tratamientos específicos.

Por último, se presenta como una variedad muy interesante para los consumidores preocupados por la protección del medioambiente, ya que esta mandarina española presenta la ventaja de ser un producto producido en la Unión Europea, con transportes mucho más cortos y con menor huella de carbono.



Su periodo de cosecha en la zona austral va de febrero y abril. / KISSABEL

Manzanas Kissabel se expande en el hemisferio sur

Australia, Chile y Sudáfrica facilitan el crecimiento comercial de esta manzana de pulpa coloreada

► **VF. REDACCIÓN.** Australia, Chile y Sudáfrica son los países que están allanando el camino para el crecimiento de las manzanas Kissabel® procedentes del hemisferio sur. La campaña en Australia se prolongará hasta junio para dar a conocer la marca, Chile trabaja en la ampliación de su ventana de comercialización, y Sudáfrica prepara sus primeras pruebas para 2025. La cosecha de la manzana de pulpa coloreada, que va del rosa al rojo intenso, empezó a cosecharse en la zona austral entre febrero y abril, marcando un importante avance en la investigación varietal y la comercialización. Entre los socios del programa Ifored, dedicado al desarrollo de las manzanas Kissabel®, en el hemisferio sur figuran Montague (Australia), Unifrutti (Chile), Moño Azul (Argentina), Dutoit (Sudáfrica) y Yummy Fruit (Nueva Zelanda).

“Kissabel® es un programa mundial, y estamos encantados de poder contar con la experiencia de socios de altísimo nivel en el hemisferio sur”, ha comentado Emmanuel de Lapparent, director del programa Ifored. “Nuestra gama de pulpa roja es una novedad apasionante para el sector de la manzana, y con cada cosecha progresamos hacia una disponibilidad cada vez mayor de frutos de calidad excepcional, de aspecto sorprendente y sabor delicioso”, ha señalado el directivo.

Australia es el primer país de la zona en poner en marcha una campaña de comercialización, que este año comenzó en marzo y se prolongará hasta

principios de junio. Con el objetivo de dar a conocer la marca y generar una fuerte demanda, el socio Montague ha iniciado un plan de marketing multicanal, que incluye relaciones públicas, muestras en los comercios, colaboraciones con influencers, y con restaurantes y pastelerías, así como degustaciones en The Orchard at Montague, el punto de venta de la empresa.

Kissabel® también ha participado en el International Flower and Garden Show de Melbourne, donde ha recibido una entusiasta acogida por parte de los miles de asistentes que han probado la manzana. Todas estas iniciativas sientan las bases para el aumento previsto de los volúmenes en los próximos años.

Unifrutti, en Chile, también registra una expansión para Kissabel®. Este año los huertos piloto han proporcionado cantidades suficientes para realizar envíos de prueba a Centroamérica y Sudamérica, entre mediados de marzo y abril. El objetivo es ampliar la ventana comercial, evaluando también distintas variedades de pulpa roja adecuadas a las particularidades específicas de las zonas de cultivo.

En Sudáfrica, por otra parte, prosigue la evaluación de las variedades por parte del Grupo DuToit, que está probando en sus manzanares diversas variedades ya comercializadas en otros países. El objetivo esperado es disponer en 2025 de las primeras cantidades para una campaña semicomercial. La fase de pruebas también está activa actualmente en Argentina y Nueva Zelanda.



La gama de pulpa roja es una novedad apasionante para el sector de la manzana.

Greenfog-AS tecnología verde contra las reclamaciones

GREENFOG-AS, tratamiento fumígeno “cero residuos” de amplio espectro fungicida y desinfectante para FyH.

GREENFOG-AS es un fumígeno altamente eficaz contra varios tipos de hongos que causan pudrición y moho peduncular en frutas y hortalizas, incluyendo *Penicillium*, *Geotrichum candidum*, *Cladosporium* sp., *Fusarium* sp., *Rhizopus stolonifer*, *Aspergillus* sp., entre otros. GREENFOG-AS es una solución dual, con gran eficacia desinfectante y que se puede utilizar para el tratamiento de frutos en cámaras y contenedores. Su principio activo es un compuesto de química verde (aprobado para el tratamiento postcosecha de cítricos) y sustancia GRAS para la FDA americana, y fungicida de “riesgo mínimo” para la EPA de dicho país. Tal vez, la única herramienta “chem-free” que permite realizar una desinfección de ambientes y tratamiento de frutas en una misma aplicación. Su uso es muy recomendable para las líneas comerciales de cítricos “cero residuos” o “chem-free”, e incluso cuando se requiere una reducción de los residuos de fungicidas convencionales.



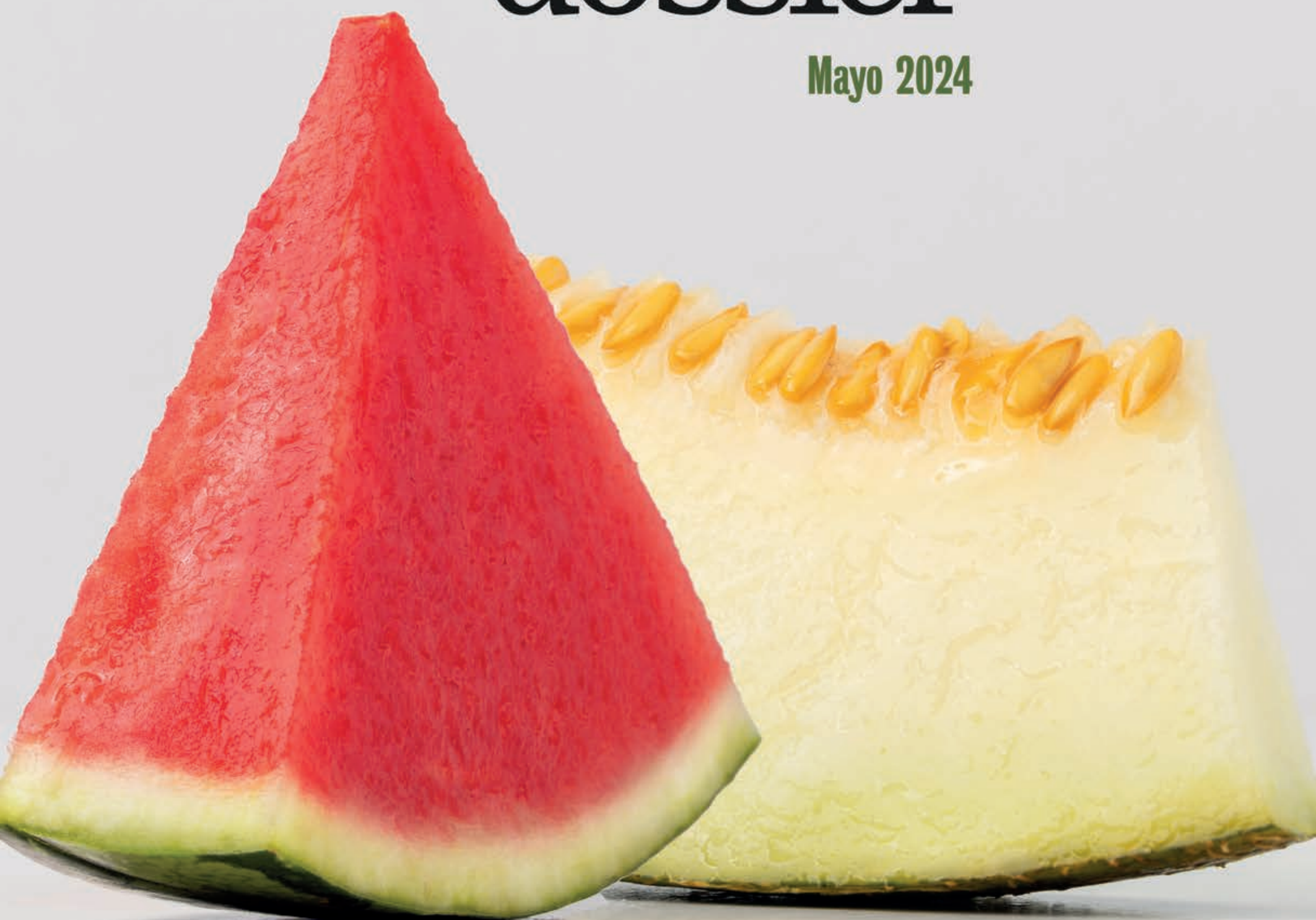
www.citrosol.com



Melón Sandía

valencia fruits
dossier

Mayo 2024



Un arranque de campaña complicado en Almería

Las altas temperaturas han adelantado el inicio de la recolección, haciendo que coincida con las producciones de países competidores y hundiendo los precios

► GIA. ALMERÍA.

La organización agraria COAG en Almería ha pedido a la Delegación Provincial de Agricultura en la provincia andaluza que potencie los controles a las sandías y melones procedentes de terceros países, en el marco de su campaña "No Cortes en Verde". Ante el complicado arranque de campaña han solicitado que se les aplique el mismo rigor y las normas a los que están sometidas las frutas españolas.

El inicio de temporada de estas frutas en la provincia andaluza se ha visto complicado al adelantarse el inicio de la recolección por la climatología, con un invierno suave y un mes de abril en el que el mercurio de los termómetros no ha dejado de subir, haciendo que las fechas coincidan con las de sus principales competidores, Senegal y Mauritania, con este último país convirtiéndose en una potencia a tener en cuenta para este cultivo.

La precocidad productiva también provocó un aumento repentino de la producción, que acabó afectando a los precios, dejándolos por los suelos. "La última semana ha sido desastrosa", señala a **Valencia Fruits**, el secretario almeriense de la organización agraria COAG, Andrés Góngora, quien apunta que "el mercado no ha demandado tanto, sobre todo por la exportación".

Por este motivo, el melón ha llegado a caer durante este mes de abril hasta valores de 50 céntimos por kilo en momentos puntuales, pero la sandía ni siquiera



Las altas temperaturas también han traído plagas, como el pulgón y la araña, que vuelven a generar problemas. / ARCHIVO

El inicio de campaña en la provincia andaluza se ha complicado al adelantarse por la climatología y coincidir con sus principales competidores, Senegal y Mauritania

El melón ha llegado a caer en abril hasta los 50 céntimos por kilo en momentos puntuales, y la sandía ni siquiera ha alcanzado el euro

El avance de la virosis, que se conoce entre los agricultores como 'virus del amarilleado', es una misteriosa enfermedad que azota los cultivos de sandía almerienses desde hace dos años

ha alcanzado el euro, llegando en algunos casos a quedarse en apenas 30 céntimos por kilo. "Estamos mal, ha sido un desastre", sentencia Andrés Góngora.

■ NUEVAS PLAGAS

Junto a estos impedimentos, las altas temperaturas también han traído las plagas, como el pulgón y la araña, "que vuelven a dar tormento". Pero la que de verdad preocupa al delegado de COAG es el avance de una virosis que de momento se conoce entre los agricultores como 'virus del amarilleado', una misteriosa enfermedad que azota los cultivos de sandía almerienses desde hace dos años.

Se le llama virus, aunque realmente no ha sido identificada oficialmente y se desconoce su proveniencia y las causas que lo provocan. Según explica Góngora, su síntoma principal es el amarilleado de la sandía, que hace que pierda calibre y, conforme avanza, puede llegar a secar la planta. El secretario provincial de COAG lo compara con el mildiu, o la roya, otra enfermedad fúngica que ya apenas se dejaba ver en el campo almeriense.

■ NO CORTES EN VERDE

Con el comienzo de las recolecciones de sandía también ha llegado la campaña No Cortes en Verde, desarrollada por la Delegación Provincial de Agricultura de la Junta de Andalucía, con el fin de asegurar la calidad de las frutas que llegan al mercado.

Desde COAG trasladan su apoyo a esta iniciativa, pero piden el mismo rigor y severidad ante la entrada masiva de producto de terceros países que está llegando a los almacenes de Almería durante las últimas semanas. "Da la impresión de que para los técnicos de la Junta esto no entra dentro de sus competencias", asevera Góngora, "y se deben tener en cuenta más criterios que la maduración, como los golpes que haya podido sufrir la sandía o si ha madurado por el camino".

STAY COOL AND RELAX



msc.com/fruit

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

MOVING THE WORLD, TOGETHER.



100%

Made of family



22% dedicación
18% sacrificio
26% compromiso
15% arraigo
19% orgullo

Amador[®]

PREMIUM QUALITY FRUIT

JOSÉ CÁNOVAS / Presidente de la sectorial de melón y sandía de Proexport

“Las sensaciones para esta campaña de melón son buenas”

La campaña de melón está siguiendo su curso según lo previsto, así lo expone el presidente de la sectorial de melón y sandía de Proexport, José Cánovas. A pesar de que el melón es un producto muy sensible a las variaciones climáticas y puede haber imprevistos, Cánovas afirma que las primeras recolecciones ya están aquí y que, “aunque debemos ser cautos, podemos transmitir un sentimiento de satisfacción con los resultados obtenidos hasta el día de hoy”.

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Hay optimismo para esta campaña de melón en la Región de Murcia?

José Cánovas. En este momento, tanto la evolución de los programas de plantación, como la calidad en los cuajes, están siguiendo lo previsto, por lo que las sensaciones para esta campaña son buenas.

Las primeras recolecciones ya están aquí y, por el momento, podemos transmitir un sentimiento de satisfacción con los resultados obtenidos hasta el día de hoy.

En cualquier caso, debemos ser cautos. El melón es un producto muy sensible a las variaciones climáticas y no sabemos cómo puede evolucionar a lo largo de las siguientes semanas.

VF. ¿Cuáles son las previsiones en cuanto a toneladas?

JC. La estimación para esta campaña está en torno a las 160.000 toneladas de melón.

VF. ¿Cuál es la superficie destinada a melón en la comunidad autónoma?

JC. La superficie de melón cultivada en la Región asciende a aproximadamente unas 4.500 hectáreas.

VF. ¿Cuáles son las variedades de sandía más demandadas por los productores murcianos? ¿Coinciden con las más demandadas por los consumidores?

JC. La tipología de sandía más demandada por los agricultores de la Región es la blanca sin semilla. Dentro de esta tipología, se buscan variedades que aporten una mayor productividad, que se adapten



José Cánovas explica que, hasta el momento, los cultivos de melón y sandía de la Región de Murcia se están desarrollando con normalidad. / PROEXPORT

“El clima, nuestra tierra y el saber hacer de nuestros agricultores son determinantes para conseguir un producto de la mayor calidad”

a las zonas y fechas de cultivo indicadas, y, sobre todo, que produzcan los calibres más demandados por el cliente final. La demanda de los consumi-

dores, es considerablemente variable dependiendo del país de destino y de la finalidad del producto (venta por piezas, uso para cuarta gama...), por lo que

nuestros agricultores tratan de cultivar productos que cubran todo el abanico de tipologías demandado.

VF. La Región de Murcia es líder en exportación, ¿cuáles son los principales mercados a los que se destina el melón murciano?

JC. Alemania, Reino Unido y Francia son los tres destinos que, por volumen, destacan en las exportaciones de melón procedente de la Región de Murcia.

Pero no debemos dejar de lado el consumo procedente de otros lugares como Países Bajos, Polonia o el mercado escandinavo, los cuales pueden llegar a mover grandes cantidades de producto y que, de hecho, en los últimos años, están aumentando el volumen de importación de melones cultivados en la Región de Murcia.

VF. ¿Cómo está sorteando el sector melonero en Murcia la desfavorable situación económica actual?

JC. La subida del precio de los insumos está siendo un duro varapalo para los agricultores, que tienen que luchar para reducir sus gastos en este apartado, a la par que tienen que hacer frente a las subidas del salario mínimo, lo cual no permite hacer efectiva esta reducción de costes.

La reducción de dichos costes mediante la mecanización y la especialización de la mano de obra, junto con la optimización en el manejo de las producciones, son las únicas herramientas con las que cuentan los productores para afrontar esta complicada situación.

“La estimación para esta campaña está en torno a las 160.000 toneladas de melón”

Hasta el momento los agricultores se sienten esperanzados en recuperar a lo largo de la próxima campaña las pérdidas de años anteriores, pero los márgenes cada vez son más ajustados y dificultan mucho la obtención de beneficios.

VF. Y, respecto al clima, ¿cómo está afectando a la producción?

JC. En las últimas campañas las condiciones climáticas han sido catastróficas para las producciones. Desde las fuertes y continuadas lluvias en primavera, que han imposibilitado la correcta plantación y cuaje de los cultivos, hasta las granizadas a mediados de la campaña han afectado enormemente el correcto desarrollo de los cultivos.

Este ejercicio, por el momento, todo está evolucionando correctamente, y las lluvias que hemos tenido hasta el momento no han afectado al desarrollo del principio de temporada.

Tendremos que esperar hasta ver la evolución de los fenómenos atmosféricos durante las próximas semanas.

VF. ¿Se prevén solapamientos con las cosechas de otras zonas productoras del país?

JC. Por el momento todo apunta a que, tanto las producciones de Murcia, como las de otras zonas, van según lo previsto, por lo que no se esperan huecos de producción entre unas zonas y otras, pero tampoco un excesivo solape que provoque una sobreproducción.

VF. ¿Por qué diría que la Región de Murcia es un buen enclave para la producción de melón?

JC. El clima, nuestra tierra y el saber hacer de nuestros agricultores son determinantes para conseguir un producto de la mayor calidad.

Es por ello que en la Región de Murcia se cultiva más del 30% del melón producido en toda España.

“El tiempo será quien decida el porvenir de la temporada de sandía”

El coordinador adjunto de la sectorial de melón y sandía de Proexport, Juan López, analiza las previsiones de campaña

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

En la Región de Murcia los productores de sandía miran al cielo con incertidumbre. Esta campaña, como ocurre en general en el sector agrario, depende en gran medida de la climatología y, desde Proexport, el coordinador adjunto de la sectorial de melón y sandía, Juan López, afirma que las perspectivas son “como siempre, muy buenas”, y añade que mantienen la superficie de cultivo, “pero la cantidad de

producción será el tiempo quien finalmente la decida”.

Esta temporada, al igual que las anteriores, viene marcada por la sequía, las altas temperaturas y los costes de producción disparados, por ello, para conseguir sortear esta desfavorable situación, desde Proexport, según afirma Juan López, “hemos adquirido un mayor compromiso con el productor para tener la mejor calidad a su justo precio”, aunque añade que “todavía te-

nemos algunas circunstancias a resolver”. El coordinador adjunto de la sectorial afirma que, aunque en Murcia se trabajan diversas variedades de sandía, “los agricultores murcianos nos decantamos mayoritariamente por variedades sin pepita”, y los consumidores valoran “las variedades que tienen mejor sabor”.

■ MURCIA

El cultivo de sandía en la Región de Murcia “evoluciona ordena-



Juan López explica que la producción de sandía depende del clima. / PROEXPORT

damente con las buenas prácticas agrícolas, garantizando unas sandías excelentes”, según explica Juan López. Es una comunidad autónoma que presenta un enclave ideal para este tipo

de cultivo y sus puntos fuertes, según López, pasan por “la profesionalización de las empresas productoras a nivel de garantía de calidad, seguridad alimentaria y cultivos sostenibles”.



DECCO Screen

Near Harvest

Reduce el estrés solar y potencia la calidad.

- Mayor calibre y homogeneidad de la producción gracias al incremento de la efectividad de la fotosíntesis.
- Protege de la radiación solar excesiva difundiendo la luz.
- Certificado ecológico.



Villa de Madrid 54, P.I. Fuente del Jarro
46988, Paterna - Valencia, España

T: +34 961 344 011
E: info@deccoiberica.es

deccoiberica.es

JOSÉ ÁNGEL SERRANO / Presidente de la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha

“La superficie de melón seguirá siendo mayoritaria en La Mancha, pero la sandía gana volumen”

La Mancha continúa siendo melonera aunque la progresión de la sandía se mantiene y aún no ha tocado techo. Así lo confirma el presidente de la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha, José Ángel Serrano, que analiza para **Valencia Fruits** el inicio de la campaña manchega marcada por un aumento del 10% en la superficie de sandía y también un ligero incremento final en melón.

■ NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. Antes de analizar las previsiones para 2024, ¿qué resumen hace el presidente de la interprofesional de la campaña de 2023?

José Ángel Serrano. La pasada campaña de melón y sandía en Castilla-La Mancha fue una decepción porque se marcaron unos objetivos muy ambiciosos, en principio alcanzables, pero que al final resultaron ser irrealizables por diferentes circunstancias.

El año pasado, la temporada manchega comenzó con un mercado libre de producto, sin presencia de Murcia, Valencia ni Sevilla. A pesar de empezar la campaña desde cero, debido a factores como la climatología y el mercado, no llegamos a obtener los beneficios que se hubieran podido alcanzar, simplemente fueron rentas suficientes sin grandes ganancias.

VF. ¿Cuáles son las primeras informaciones que puede avanzar de la campaña 2024?

JAS. Las previsiones apuntan a un incremento de un 10% de hectáreas de sandías en La Mancha con respecto al año pasado. De las 3.200 hectáreas de sandía en 2023, este año rondamos las 3.600 hectáreas. En



José Ángel Serrano junto a los miembros del comité ejecutivo de la interprofesional de melón y sandía. / ASAJA CIUDAD REAL

cuanto al melón, seguiremos en torno a las 5.600 hectáreas, incluso se confirma un leve aumento de las estimaciones realizadas a principios de abril en las que se informaba de un ligero descenso.

Así pues, la superficie de melón seguirá siendo mayoritaria en La Mancha, aunque en kilos se espera un incremento del volumen de sandía y podría igualar al melón este año.

VF. ¿Continúa la progresión de la sandía en tierras manchegas? ¿No ha tocado techo?

JAS. La sandía todavía no ha tocado techo en su progresión en La Mancha. Es un producto que en veranos calurosos tiene muy buena salida al ser muy refrescante. Esto ha animado a los productores manchegos a incrementar sus plantaciones de sandía. Pero hay que ser precavidos y ser conscientes de que a la mínima bajada de temperaturas la demanda se para en seco, y recolocar semejante volumen de sandía en mercados alternativos no es tan sencillo.

Por lo tanto, desde la Interprofesional siempre se ha aconsejado prudencia en las plantaciones, insistiendo en la importancia de ajustar la oferta a la demanda, escalonando las siembras para tener las producciones del 15 de julio al 30 de septiembre.

VF. ¿Cómo se han desarrollado las primeras plantaciones de la campaña 2024?

JAS. El mes de abril ha sido muy desigual en cuanto a temperaturas. En la primera semana se alcanzaron temperaturas

por encima de la media y luego tuvimos casi dos semanas con temperaturas por debajo de la media. Estos cambios han afectado negativamente a las producciones más tempranas, no se han llegado a helar gracias a la manta térmica, pero el frío ha paralizado la planta, por lo que ya podemos avanzar que el adelanto que se esperaba en los primeros cortes, fijados para primeros de julio, se han retrasado hasta el 15-20 de julio. Es decir que La Mancha iniciará su campaña en sus fechas habituales.

VF. Este año en La Mancha hay más hectáreas plantadas con manta térmica, ¿esto significa que La Mancha está apostando por las variedades tempranas? ¿No preocupa el solapamiento con Murcia o Valencia?

JAS. Efectivamente, se confirma un aumento de las producciones más tempranas este año. La previsión en estos momentos es que haya un pequeño aumento de este tipo de producciones. Este incremento viene propiciado por el fallo que hubo el año pasado en Murcia y Valencia, que ha derivado en la petición expresa de los clientes de tener más oferta en estas fechas por lo que pudiera pasar. El problema es que, si todas las zonas llegan al mercado sin problemas, habrá un solapamiento en julio que ya veremos cómo se gestiona.

Ciertamente solapar campañas es muy arriesgado, de hecho, es algo que desde la Interprofesional siempre se ha pedido evitar, abogando por escalar la siembra.

Si este año se ha apostado más por producciones tempranas es precisamente en respuesta a las peticiones de los distribuidores.

VF. ¿Cómo se ha planteado el resto de la temporada?

JAS. A rasgos generales, por las siembras realizadas y las que aún faltan por realizar, que se extenderán hasta el 15-20 de junio, para mitad campaña hay menos plantas plantadas y se está apostando por la parte final para alargar más la temporada y llegar hasta octubre con producto.

El objetivo es pasar de dos meses de campaña comercial a tres meses y medio, incluso cuatro.

VF. ¿Cómo evolucionan en La Mancha las producciones de melón para exportación?

JAS. Galia, amarillo o Cantaloup son producciones pequeñas que se realizan bajo contratos cerrados con clientes principalmente franceses y alemanes. Al contrario de lo que está ocurriendo en el resto de zonas productoras nacionales, en La Mancha la superficie de estos melones “de exportación” se mantiene, incluso hay casos este año en los que se espera un incremento de volumen.

VF. ¿Cuál es el mensaje del presidente de la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha?

JAS. La campaña de La Mancha ya está en marcha, es por eso que me gustaría hacer un llamamiento a la tranquilidad del sector, para que evite nerviosismos. Y a la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, por su parte, le pediría más apoyo para poner en marcha una campaña potente de promoción de las sandías y melones de La Mancha, activa en los meses de verano, y reactivar así su consumo después de la caída de los últimos años.

FRUTINTER

PRODUCTO NACIONAL

TRADICIÓN | SABOR | CALIDAD

Este verano refréscate con nuestros melones y sandías

proexport

Hortalizas y Frutas de Murcia, España

¡Ya está aquí la fruta con sabor a verano!

Confía en los productores de melón y sandía
de PROEXPORT. Garantía de servicio y calidad



AGRUPA PULPI

Almerca

FRUVEG

sacaje

Deilor
¡Calidad Natural!

di
fr
sa

Florette

NATURALLY
G's
FRESH

Procomel s.l.
el Abuelo
de los melones

FRUCA marketing, s.l.

HORTIBERIA
Grupo hortofrutícola

KERNEL

kpē
kettle produce españa

Peregrin
Sunny Think (us)

PozoSur
Como a ti te gusta

verdimed
natural evolution

cota
120

ADESUR

surinver
El Grupo

SUBASUR

Primaflor

WWW.PROEXPORT.ES/EMPRESAS



Proexport España



@Proexport_Spain



proexport



PROEXPORT

CARLOS NEMESIO / Responsable comercial del programa de sandía y melón del Grupo Anecoop

“Nuestra estrategia sigue apuntando a la diversificación y extensión del calendario”

Las previsiones de Anecoop para 2024, tal como lo confirma Carlos Nemesio, apuntan a una comercialización de 145.000 toneladas de sandía de producción nacional. Tras dos años de volúmenes bajos de cosecha debido a condiciones meteorológicas adversas, la climatología favorable de esta primavera respalda una producción de gran calidad y con suficiente volumen para afrontar la temporada, siempre y cuando siga acompañando el tiempo. En el apartado “ventas”, Anecoop ha diseñado un buen programa, aunque su responsable comercial de sandía y melón alerta de la presencia de Turquía como nuevo proveedor en el mercado europeo.

■ **NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.**
Valencia Fruits. Con una previsión de comercialización de 145.000 toneladas, ¿cómo se ha organizado la estrategia productiva de la sandía en Anecoop?

Carlos Nemesio. Nuestra estrategia sigue apuntando a la diversificación y extensión del calendario según zonas de cultivo. A partir de aquí, las previsiones que manejamos para esta campaña son, en Almería, alcanzar un volumen de entre 50 y 60 millones de kilos. En Sevilla, de la mano de una de nuestras cooperativas socias, también tendremos producción propia de alrededor de 3-4 millones de kilos. En Murcia, después del desastre del año pasado, la superficie de cultivo se mantiene en cifras similares a 2023, por lo que, si todo sigue como hasta ahora meteorológicamente hablando, la previsión es superar los 60 millones de kilos. En la Comunitat Valenciana, tras impulsar el año pasado la producción de sandía en Castellón y Valencia, esta temporada repetimos y aumentamos superficie. La previsión es obtener 30 millones de kilos de volumen de cosecha. Por último, cerraremos campaña con las producciones de Castilla-La Mancha, donde tenemos una previsión de cosecha de 5-6 millones de kilos.

En total, la cosecha nacional de sandía del Grupo Anecoop rondará los 165 millones de kilos con una previsión de comercialización de 145 millones de kilos.

VF. ¿Cómo ha sido el inicio de la campaña nacional 2024?

CN. El inicio de la campaña nacional ha sido un tanto extraño. En Almería, hay una importante incidencia de virus en las plantaciones de sandías, y hoy en día no existen variedades triploides, ni pies, ni portainjertos resistentes a los virus de las cucurbitáceas. A pesar de ello, la provincia andaluza presenta este año prácticamente la misma superficie de sandía de una campaña normal, sólo que ha habido una relocalización de las plantaciones. Se confirma, por lo tanto, una importante caída de superficie en la zona de Roquetas, Aguadulce o El Ejido (más afectadas por virus), mientras que aumenta en zonas más tempranas como Berja o Níjar. Esta relocalización ha modificado el desarrollo tradicional de la campaña



El programa de Anecoop tiene el objetivo de mantener el liderazgo como primer operador español de sandías en Europa. / ANECOOP

con más oferta en abril de la que esperamos para mayo.

Por otro lado, hemos tenido un invierno muy suave y el cuaje de los primeros cortes ha sido bueno, con rendimientos altos. En cuanto a la presencia de oferta de países terceros, Sudamérica y Centroamérica han alargado su campaña y ha habido entradas de producto hasta la semana 19. Es decir, ha habido mucha oferta para una demanda bastante “calmada” durante el mes de abril.

Ante este escenario, éramos conscientes de que las primeras semanas de la campaña de Almería iban a ser duras en cuanto a precio, pero no tanto. Del precio de referencia en el que se mueve la sandía en abril (90 céntimos-1€/ kilo), este año la cifra ha caído a los 50-70 céntimos/kilo.

VF. ¿Cómo se están comportando las ventas en estos primeros días de mayo?

CN. Con la entrada en el quinto mes del año, se reactivan todas las líneas de exportación al igual que la demanda. Las temperaturas actuales en Europa (más suaves de lo normal para este periodo) también están ayudando a activar el consumo de sandía. Por lo que, poco a poco, la temporada se va recolocando y volviendo a precios tradicionales para la campaña de Almería, con precios de entre 60-80 céntimos/kilo pagados en el campo.

“En total, la cosecha nacional de sandía del Grupo Anecoop rondará los 165 millones de kilos con una previsión de comercialización de 145 millones de kilos”

“En Anecoop se están buscando variedades que demanden menos cantidad de agua y puedan aguantar más y mejor las condiciones climáticas adversas”

VF. Después de este “extraño” inicio de campaña, ¿cómo se presenta el verano?

CN. El mes de junio está por ver. En la zona de Sevilla, las lluvias de Semana Santa han afectado a las plantaciones de sandía al condicionar el calendario establecido para los trabajos de preparación y de siembra. Esto significa que los primeros cortes, previstos para principios de junio, se atrasarán a la segunda quincena, y habrá claramente un solapamiento con Murcia, que por lo que se está viendo en el campo, llega con una semana de adelanto respecto a sus fechas tradicionales. No obstante, habrá que esperar porque aún falta un mes y una mínima inclemencia meteorológica puede hacer saltar por los aires las previsiones actuales. Y en Valencia y Castellón, la entrada en producción está prevista entre finales de junio y principios de julio. Pero hablar



Carlos Nemesio analiza las perspectivas de Anecoop para la presente campaña. / NR

ducción y comercialización para Anecoop. Hay que recordar que la sandía Bouquet fue, en 1992, la primera sandía sin pepitas que llegó al mercado europeo. Desde entonces, nuestro objetivo es mantener el liderazgo como el primer operador español de sandías en Europa. Para ello, contamos con una potente campaña de comunicación, que este año bajo el mensaje “Cada cosa a su tiempo”, busca dar visibilidad al producto y poner en valor que se trata de un cultivo 100% nacional que llega al consumidor en su temporada óptima.

Con un programa bien establecido como el de las sandías Bouquet, nuestra única preocupación es el efecto que puedan tener los problemas productivos de las últimas dos campañas y la entrada en juego de países como Turquía a partir de junio.

VF. ¿Turquía representa un peligro para la sandía española?

CN. Hoy por hoy no, pero hay datos que nos obligan a estar atentos a su evolución. Turquía es el mayor productor de sandía del continente europeo. Su producción en 2022 fue de 3.400.000 toneladas, frente a las 1.175.000 t de España o las 660.000 t de Italia. Entonces, Turquía no tenía cifras de exportación según datos de Faostat, mientras que España cerró el ejercicio con 700.000 toneladas de sandía. Sin embargo, el año pasado, a raíz del fallo productivo nacional, aparecieron las primeras exportaciones de sandía turca. Es decir, que en Europa se han buscado alternativas a España como proveedor. Ahora, tendremos que ver qué desarrollo tiene.

VF. ¿Qué podemos avanzar de la campaña de melón de Anecoop?

CN. Después del mal sabor de boca que dejó la campaña de 2023 a raíz de la histórica granizada del 13 de junio, que condicionó todo el programa de melón, este año hemos establecido un plan productivo para obtener una cosecha de 25 millones de kilos.

No hay grandes novedades en melón respecto a los últimos años. Contamos con producciones en Almería, Murcia y Castilla-La Mancha. Seguimos fuertes en Piel de Sapo para el mercado nacional e intentando desarrollar aún más las líneas de Galla, amarillo y Cantaloup para exportación.

No es

magia

Es

naturaleza



el Abuelo

DE LOS MELONES

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

“Nos adaptamos a cualquier situación para servir al cliente y al consumidor final”

Trabajo constante, apuesta por la calidad, confianza en lo que hacen y servicio al cliente son las claves del éxito profesional de la SAT Hnos. Agudo Contreras. Bajo la marca “El Melonero” esta empresa familiar se mantiene como una de las firmas de referencia en la producción y comercialización de melón y desde hace unos años también de sandía. Su jefe de ventas, Antonio Agudo, habla de cómo afrontan la campaña nacional: “con mucho optimismo”.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Cuáles son las primeras impresiones de los responsables de El Melonero ante la campaña 2024 a tenor de la situación de las plantaciones en Almería, Murcia, Sevilla y Castilla-La Mancha?

Antonio Agudo. El equipo de El Melonero siempre afronta la campaña de melón nacional con mucho optimismo. Además, este año, la climatología ha sido favorable, aliciente positivo que nos da pie a confiar en un óptimo cultivo de melón y sandía. Por lo tanto, si las condiciones climatológicas son estables y no tenemos cambios bruscos de temperaturas, auguramos un inicio de campaña nacional fructífero.

VF. ¿Cuáles serán los aspectos a tener en cuenta en la presente campaña? ¿Cuál es la hoja de ruta que se ha marcado la empresa tanto en la parte de producción como en parte de comercialización?

AA. El servicio al cliente y la calidad son las máximas de nuestra empresa. Llevamos mucho tiempo marcándonos esta línea estratégica para estar a la altura del mercado. De hecho, cada año tenemos que estar preparados



Richard y Antonio auguran un inicio de campaña nacional fructífero. / Ó. ORZANCO

para afrontar cualquier situación, por adversa que sea, pero siempre defendiendo uno de los principios básicos de nuestro sa-

ber hacer empresarial: mantener el equilibrio entre la calidad de la materia prima y la satisfacción de la demanda de nuestra carte-

ra de clientes. Ante panoramas complicados, sin ir más lejos, en los inestables comicios de campaña nacional del ejercicio anterior, nuestra experiencia en el sector fue un factor fundamental para responder a las necesidades de nuestros clientes.

Al final, la confianza entre productor, comercializador y cliente es un elemento clave para crecer y posicionar la marca en el mercado.

VF. ¿Cómo se está comportando la climatología? ¿Qué efectos está teniendo en campo y el consumo?

AA. Abríamos esta entrevista con nuestro optimismo a la hora de afrontar la campaña. Y si hay algo esencial para que esta se desarrolle con normalidad, no es otro factor que el tiempo. Hasta el momento, la climatología está siendo favorable. Si en los siguientes meses el tiempo sigue su curso y se mantiene estable, respondiendo a las temperaturas que se esperan de la época del año en la que nos adelantamos, las expectativas de producción son optimistas. Las consecuencias de una producción fructífera en los terrenos

“La confianza entre productor, comercializador y cliente es un elemento clave para crecer y posicionar la marca en el mercado”

de cultivo se traducen en una exitosa comercialización y una venta óptima para satisfacer la demanda del consumidor final, que podrá disfrutar de melón y sandía de calidad.

VF. ¿Qué podemos decir de la temporada de la campaña de contraestación en El Melonero?

AA. Aunque los volúmenes de negocio no se pueden comparar con el peso de la campaña nacional, no podemos negar que, cada año, la temporada internacional cobra más peso en El Melonero. Pasito a paso, cada año vamos creciendo de forma favorable, alcanzando metas y recolectando éxitos profesionales. Desde mi punto de vista, este éxito es la buena calidad que hemos conseguido en el melón y la sandía de contraestación. La materia prima procedente de Brasil y Senegal, países más importantes para nosotros en cuanto a importación respecta, ya no es sólo aceptable, sino que presenta una calidad extraordinaria.

VF. Y ¿la sandía, es una línea con tendencia ascendente en la empresa?

AA. Sí, totalmente. Es cierto que nuestra apuesta por comercializar sandía emergió con el fin de dar servicio a algunos clientes puntuales, que querían disponer en sus fruterías de una sandía con la misma marca que sus melones de confianza: El Melonero. Y así, cada año vamos creciendo a nivel de kilos de sandía comercializada. Un resultado que nos empuja a trabajar con más ilusión, si cabe, para seguir avanzando y ganando terreno durante otro año consecutivo.

VF. ¿Esperamos novedades para este 2024?

AA. En el ámbito de producción siempre apostamos por la innovación para hacer pruebas con nuevas variedades. El objetivo final es satisfacer la demanda del cliente, a quien nos tenemos que adaptar. Para estar a la altura de las necesidades de cada cliente es importante esta búsqueda de materias primas de calidad a la altura de la demanda. En El Melonero nos adaptamos a cualquier situación para servir al cliente y, en consecuencia, al consumidor final.

VF. Después de tantos años entre las firmas de referencia en el mundo del melón, ¿cómo consigue El Melonero esa diferenciación y mantenimiento en lo alto?

AA. Al final, este trabajo tiene una parte vocacional y, en nuestro caso, nos ha sido inculcado de generaciones anteriores que no sólo se han dedicado al campo, sino que se han entregado a la producción sin límites, a golpe trabajo, esfuerzo y sacrificio.

Trabajo constante, apuesta por la calidad, confianza en lo que hacemos y servicio al cliente son las claves de nuestro éxito profesional. Creemos mucho en lo que hacemos porque lo hacemos de y con el corazón, aliciente clave para posicionarlos en un mercado en constante cambio y afianzar nuestra marca como un referente para el consumidor de melón y sandía.



Una campaña que nadie quiere repetir: 2023

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Mientras la campaña de melón y sandía española da sus primeros pasos titubeantes por los vaivenes climatológicos que afectan tanto a la producción como a la demanda, además de analizar con los diferentes agentes las perspectivas de este año nos ha parecido interesante echar la vista a tras y ver lo que ocurrió en 2023, un año con resultados que productores y comercializadores seguramente no quisieran repetir. Si la superficie cultivada de melón ya llevaba años acumulando descensos (-15,8% en los últimos 5 años, -4,1% en 2023, según los datos proporcionados por el ministerio de Agricultura) la sandía redujo en mayor medida su extensión (un -6,7%) con una afectación sobre la producción del -3,5%, arrastrado sobre todo por el fuerte descenso de la cosecha en la Región de Murcia (-6,5%) achacable a fenómenos atmosféricos.

En cuanto a las exportaciones, el volumen de sandía consolidó la fuerte tendencia descendente iniciada en 2022 y fue de algo más de medio millón de toneladas mientras en 2021 se superaron las 700.000. El melón, en cambio, remontó algo los datos de 2022 y vio incrementar el volumen exportado en casi un 6%. El apartado exportador se cerró con un incremento en valor para ambas hortalizas (4,8% para melón y 5,5% para sandía, respectivamente), apuntando a un incremento del valor unitario de exportación que mayoritariamente tuvo un destino intracomunitario.

En el apartado importador, siguiendo la estela de menor demanda, la importación de sandía desde España descendió casi un 15% (además, bajó su valor unitario) mientras que demandamos un casi un 30% más de melón extranjero que vio incrementado su valor unitario en un 10%. Importamos melón de Marruecos, Brasil y Senegal mientras que en sandía Mauritania se sumaba a la terna de proveedores. Países como Costa Rica y Turquía exportaron también sus melones y sandías a otros países de la Unión Europea.

■ LOS PRECIOS

Por lo que respecta a los precios en campo, el melón Piel de Sapo alcanzó el euro por kilo en el último tercio de campaña para acabar bastante por debajo de los 50 céntimos en las últimas semanas, presentando un comportamiento similar a la media de los últimos años, excepto en el periodo de las semanas 24 a 34, cuando sufre esa importante alza que señalábamos.

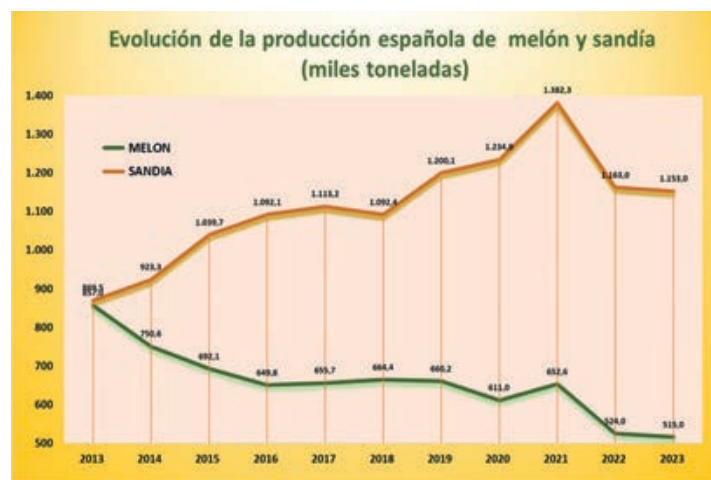
También la sandía experimentó un pico de precios en origen, pero más concentrado entre las semanas 26 y 28 y alcanzando los 80 céntimos, sin acercarse al euro ni siquiera en las primeras semanas de campaña (momento de mayor cotización en ambos productos ante la escasa oferta). En términos generales, la sandía tuvo cotizaciones más bajas que en 2022 excepto en las semanas mencionadas. Para ambos productos hay que señalar que la campaña funcionó con precios inestables, muy susceptibles a los

efectos de la entrada en comercialización de cada zona.

■ CONSUMO

El volumen de consumo de los hogares españoles en 2023 descendió casi un 2,5% en el caso del melón (que arrastraba ya un descenso del 15% del año anterior y una media del 13,5% respecto a los últimos 5 años) y de un 5% en

sandía, que supone un 17% menos que la media de los últimos cinco años. El clima, una menor oferta y un alto precio en el lineal influyeron negativamente en el consumo de estas frutas que se cuentan entre las favoritas del verano y que esperan vivir una campaña 2024 con una oferta más estable y con un repunte de la demanda.



Fuente: ministerio de Agricultura.

CADA COSA A SU TIEMPO

sandías BOUQUET Stars

SABEN que ALIMENTAN
SABEN que ahora es EL MOMENTO
SABEN que CADA COSA A SU TIEMPO

RACIONES DE VIDA PARA EL CAMPO

PRODUCTO NACIONAL de temporada

#RacionesDeVidaParaElCampo

5 al día aconseja el consumo diario de 5 raciones entre frutas y verduras

SERGIO VERCHER / Director Unidad de Negocio-Melón y Sandía Bollo Natural Fruit

“Nuestra idea es dar la máxima estabilidad al mercado evitando grandes fluctuaciones de precios”

“Obtener melones de alta calidad es muy complicado, por eso es tan importante la marca en el melón”. De esta manera resume Sergio Vercher el reto de Bollo Natural Fruit para poner en el mercado los melones Bollo, un referente en melones premium desde hace décadas. Las condiciones climáticas han condicionado el planteamiento de campaña, provocando una disminución de la superficie cultivada, pero en BNF han elaborado un programa con presencia en todas las zonas productoras asegurando así que el melón firmado por Bollo que demandan los consumidores esté presente a lo largo de toda la temporada.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. ¿Cómo se presenta la campaña de melón 2024 para Bollo Natural Fruit?

Sergio Vercher. Hace dos semanas en Bollo Natural Fruit (BNF) empezamos con la puesta en el mercado de melones de origen nacional, siendo estos primeros en cultivo de invernadero, donde se está dando un inicio de campaña con fruta de alta calidad, y además se prevé que continúe así para los meses de mayo y junio, según se observa el desarrollo de los cultivos.

Este año, para la primera mitad de la campaña, se estima que puede haber semanas difíciles en cuanto a cantidad de producción como consecuencia de la disminución de la superficie total cultivada por todas las empresas del sector debido a los recortes en las dotaciones de agua para riego sufridas a principios de año. Con todo esto, BNF ha programado su campaña para estar presente en todas las zonas de producción del territorio nacional para de esta forma asegurar corresponder con eficiencia a las demandas del mercado a lo largo de toda la campaña.

VF. ¿Cómo esperan que evolucionen los precios de venta al público en España?

SV. Pues esto es difícil de prever, va a depender, como siempre, de la oferta y la demanda. La oferta dependerá principalmente de los rendimientos



Bollo Natural Fruit ha desarrollado esta campaña sus programas de cultivo con el objetivo de incrementar la oferta. / BNF

de los cultivos y la calidad de los productos cosechados. Evidentemente, tampoco tendrá el mismo valor ofertar fruta con garantía Bollo que ofertar otras marcas. De todas formas, nuestra idea es intentar dar la máxima estabilidad al mercado evitando grandes fluctuaciones de precios para la fruta con calidad Bollo.

“BNF ha programado su campaña para estar presente en todas las zonas de producción”

“Nuestra idea para esta temporada es incrementar nuestra oferta”

VF. Entre la oferta de Bollo, ¿cuál es el melón favorito de los españoles? ¿Y de los consumidores europeos?

SV. El favorito de los españoles es el melón Piel de Sapo de “Etiqueta Negra Bollo” y el de los consumidores europeos el melón Piel de Sapo “pequeño Bollo”. Aunque también está cada vez más de moda y es más demandado el melón Bollo Sweetheart que es un melón novedoso, muy bonito y con unas propiedades organolépticas excepcionales.

VF. Por lo que respecta a sandía, ¿van a mantener su oferta o se va a incrementar?

SV. En principio nuestra idea para esta campaña es incrementar nuestra oferta, así tenemos desarrollado nuestros programas de cultivo.

VF. ¿Por qué es tan importante la marca en un producto como el melón? ¿Qué valor aporta al distribuidor? ¿Y al consumidor?

SV. Obtener melones de alta calidad es muy complicado, por eso es tan importante la marca en el melón. Las variables que afectan a la calidad son muchas y diferentes para cada etapa de producción y zona de cultivo. Y se necesita de técnicos y personal muy cualificado para todos los procesos de producción, incluso para la manipulación y selección del producto final.

Al distribuidor le aporta principalmente tranquilidad, ya que está seguro de ofertar a sus clientes una fruta de calidad, algo muy difícil de conseguir en la actualidad para las frutas de marcas inferiores o genéricas. Al consumidor le aporta seguridad. Si conoce la marca Bollo tiene claro que compra una fruta con mayor porcentaje de garantía de calidad.

VF. ¿Hay alguna novedad con respecto a campañas precedentes o Bollo mantiene la misma filosofía de los últimos años?

SV. En cuanto a filosofía, continuamos con la misma, suministrar un producto Bollo con la misma calidad, e intentar cubrir con eficiencia la cantidad demandada por el mercado. Manteniendo siempre nuestros protocolos, procesos y equipos de producción, que son los que nos garantizan el éxito. Y seguir trabajando en I+D para nuevos productos y proyectos.

Distribución Nacional
Import-Export

El Melonero
DE VILLACONEJOS

S.A.T. 9213 HNOS. AGUDO CONTRERAS

EST. 1988

El Melonero
DE VILLACONEJOS
BODEGA

El Melonero
DE VILLACONEJOS
ORO

El Melonero
DE VILLACONEJOS
ETIQUETA NEGRA

El Melonero
DE VILLACONEJOS
ETIQUETA ROJA

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

La sandía turca “puede” desafiar el liderazgo español en el mercado europeo

La escasa producción de sandía española el pasado año obligó a la gran distribución europea a buscar nuevos proveedores

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Las condiciones meteorológicas de las últimas semanas han propiciado que la campaña de melón y sandía en España comience con un producto de “muy buena calidad”. Las perspectivas, sin embargo, son más inciertas. Además de la incertidumbre sobre la demanda, el clima, la afectación de plagas y los precios en origen, ahora se suma un nuevo desafío: Turquía podría representar una competencia significativa para las exportaciones de sandía al mercado europeo.

La sandía es un producto de gran importancia en la agricultura turca. Después de China, Turquía es el segundo mayor productor a nivel mundial, con una producción cercana a las 3.400.000 toneladas en 2022, según datos de FAOESTAT. La mayoría de la superficie turca destinada a la producción de sandía encuentra al aire libre, aunque también hay importantes producciones en invernaderos, especialmente en la zona de Antalya. Los calendarios de cultivo en Turquía son muy similares a los de la región de Almería en España. La temporada de sandía comienza un poco más tarde, aunque a finales de abril ya se ofrece algo de producto, y es en el mes de junio cuando se registra el mayor número de pedidos del exterior. A nivel de calidad y variedades, Turquía está diversificando, alejándose de la sandía tradicional y explorando opciones como microsandías y variedades sin semillas, que gustan más al consumidor.

Tal y como muestran los datos, Turquía tiene un gran potencial y se posiciona como un competidor serio, siendo el mayor productor de sandía en Europa y superando con creces las cifras de España (1.175.000 t) e Italia (660.000 t). No obstante, para los productores y comercializadores de sandía españoles, no ha representado una preocupación significativa. Pero algo ha hecho saltar la alarma. Algo ha despertado a este “competidor durmiente”. Si bien en años anteriores Turquía no tenía cifras de exportación, el año pasado sí marcó su presencia en el mercado europeo.

Según Carlos Nemesio, responsable comercial del programa de sandía y melón del Grupo Anecoop, “hoy por hoy no representa un peligro para la sandía española, pero los datos que nos obligan a estar atentos a su evolución (...) El año pasado, a raíz del fallo productivo nacional, aparecieron las primeras exportaciones de sandía turca. Es decir, que en Europa se han buscado alternativas a España como proveedor. Ahora, tendremos que ver qué desarrollo tiene”.

Así, ante la falta de sandía español, en 2023 los comercializadores europeos buscaron nuevos proveedores, donde Turquía destacó por su “sorprendente” calidad y se vendió por un precio inferior al producto español.

Así, la sandía turca se puede consolidar como una competencia seria para la sandía española en Europa. La producción cons-

tante, la diversidad de variedades y la calidad estable están atrayendo la atención de los consumidores y los distribuidores.



Cargamento de sandías turcas para exportación / AKSUN

No renunciamos a nuestra tradición, pero tampoco nos quedamos atrás. Apostamos por el relevo generacional, por dar voz y oportunidad a los jóvenes.

Dueños de la tierra.
Dueños de lo que producimos.

DUEÑOS DE NUESTRO FUTURO.



M^{ra} ÁNGELES, PAQUI, RAMÓN, MIGUEL ÁNGEL, TAHIRI, JESÚS, MIGUEL, ROSENDO, M^{ra} ISABEL Y JUAN. AGRICULTORES.

FOTOGRAFÍA. RODRIGO VALERO



JOSÉ FRANCISCO AMER PLASENCIA / Director comercial de Frutas Plasencia

“El consumidor demanda fundamentalmente buen sabor”

José Francisco Amer Plasencia, director comercial de Frutas Plasencia, destaca la importancia del sabor como un factor imprescindible para fidelizar a los clientes. Y en este sentido destaca que comercializar con marca propia supone adquirir un compromiso “para que el consumidor pueda disfrutar de un melón y sandía de calidad, con sabor, de buen comer, para que repita la experiencia”. La relación con su socio productor y la perspectiva de campaña son otros temas que comenta Amer.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA. Valencia Fruits. Cuentan con marcas propias para la comercialización de melón y sandía (y también naranja y mandarina). ¿Qué les aporta comercializar con marca propia?

José Francisco Amer. Comercializar bajo nuestra marca Plasencia significa para nosotros, sobre todo, mantener un compromiso con el consumidor, con el agricultor y con el cliente. Compromiso para que el consumidor pueda disfrutar de un melón y sandía de calidad, con sabor, de buen comer, para que repita la experiencia. Para nuestro cliente (fruteros, supermercados, comerciantes ambulantes...), no sólo es compromiso y calidad, también servicio, equipo, innovación y experiencia. Más de 50 años de experiencia avalan nuestra marca.

Disponer de marca propia en el mercado es una herramienta de diferenciación y exclusividad. Y completamos nuestra oferta con Diosur, marca de nuestro socio productor de melón y sandía,

“Durante el verano el melón y la sandía se convierten en nuestros productos estrella”

“El consumidor demanda sandías sin pepitas, más fácil y cómoda de comer”

que sigue nuestros parámetros de calidad.

VF. Entonces, ¿cuentan con un socio productor de melón y sandía?

JFA. Sí, así es. Contamos con un socio productor que se encarga del cultivo del melón y sandía de una manera eficiente y productiva, siguiendo pautas de buenas prácticas agrícolas que es sinónimo, entre otros aspectos, de una buena eficiencia en huella hídrica y de carbono, junto con una clara apuesta por la sostenibilidad.



José Francisco Amer Plasencia, director comercial de Frutas Plasencia, junto a su hija Luchy Amer. / ÓSCAR ORTEGA

“Disponer de marca propia en el mercado es una herramienta de diferenciación y exclusividad”

En su proceso de producción cuenta con instalaciones y tecnologías adecuadas para ofrecer, como comentaba anteriormente, melón y sandía de calidad con sabor a los consumidores.

Nuestro socio productor cuenta con agricultores fieles a sus tierras que conocen y cultivan sus plantaciones en diferentes demarcaciones.

Con todo, cumplimos nuestra programación con nuestros clientes.

VF. ¿Qué variedades ofrecen y cuándo?

JFA. Tanto en melón Piel de Sapo, que es la variedad que comercializamos, como en sandía, con el grupo de sandías negra y rayada sin pepita, nuestro calendario de campaña de producción nacional abarca desde abril a septiembre aproximadamente.

Hay variables incontrolables, especialmente las relacionadas con efectos climáticos, que pueden modificar este calendario por afectaciones en el cultivo.

VF. El consumidor, ¿qué variable considera imprescindible?

JFA. El requisito básico y esencial que demanda el consumidor es que la sandía tenga buen sabor y, obviamente, sin pepitas, es más fácil y cómoda de comer.

VF. En clave comercial, ¿qué previsiones manejan?

JFA. A pie de plantaciones los diferentes cultivos de melón y sandía se han desarrollado de forma óptima y todo apunta a una campaña con buenas perspectivas comerciales. Durante los meses de verano el melón y la sandía se convierten en nuestros productos estrellas.

► DECCO IBÉRICA.

La radiación solar excesiva estresa tus cultivos impidiendo que:

- Desarrollen todo su potencial, reduciendo la capacidad productiva y afectando el desarrollo del sabor.
- Menoscabando su aspecto, debido a manchas sobre la piel
- Afecta al crecimiento y salud de la planta y el fruto.

■ ¿QUÉ OCURRE A NIVEL QUÍMICO CUANDO SE DAÑA POR EXCESO DE RADIACIÓN SOLAR LA PIEL DE LA FRUTA?

Cuando la piel de la fruta, como es el caso de los melones, está expuesta a una radiación solar excesiva se desencadenan una serie de procesos químicos. Uno de los principales mecanismos involucra la producción de radicales libres, como el superóxido (O₂⁻) y el peróxido de hidrógeno (H₂O₂), debido al estrés oxidativo inducido por la radiación UV. Estos radicales libres pueden dañar directamente los lípidos, proteínas y ácidos nucleicos en las células de la piel de la fruta, lo que lleva a la peroxidación lipídica, la oxidación de proteínas y la fragmentación del ADN.

Además, la radiación UV puede inducir la síntesis de compuestos fenólicos y otros metabolitos secundarios en la piel de la fruta como defensa. Estos compuestos fenólicos, como los flavonoides y las antocianinas, actúan como antioxidantes y protectores de la planta contra el estrés oxidativo. Sin embargo, en niveles altos, pueden acumularse y contribuir a cambios en el color y la textura de la piel de la fruta.

Protege tus sandías y melones de los daños solares

En resumen, el daño químico en la piel de la fruta debido a quemaduras solares implica una compleja interacción entre la generación de radicales libres, la peroxidación lipídica, la oxidación de proteínas, la fragmentación del ADN y la síntesis de compuestos fenólicos como respuesta al estrés oxidativo.

■ PRONÓSTICOS DE PRODUCCIÓN CAMPAÑA 2024 SANDÍA Y MELÓN

Los primeros pronósticos para la campaña de ambos cultivos son como sigue:

- Provincia de Almería, Asaja-Almería, se espera una reducción del cultivo de sandía del 10%, manteniéndose similar la superficie del melón. Se espera una superficie productiva de sandía de 8.100 ha y 2.500 de melón.
- Provincia de Castilla la Mancha, Mesa de precios de la lonja Agropecuaria, se prevé un aumento del 10% de la superficie cultivada dedicada a la sandía y una reducción no significativa de la superficie dedicada al melón.

■ ¿CÓMO REDUCIR EL IMPACTO DEL DAÑO SOLAR EN LA FRUTA?

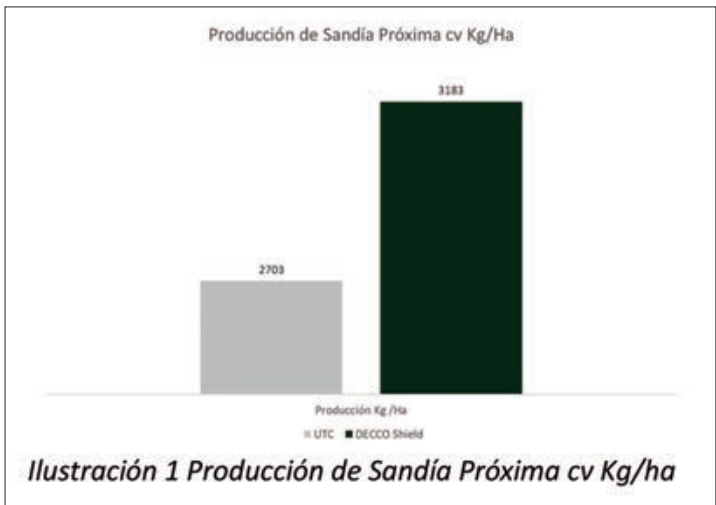
En Decco, traemos una solución para la protección de tus cultivos del exceso de radiación solar; permitiendo al agricultor obtener un

fruto con un calibre comercial, carente de manchas y con un sabor atractivo para el consumidor.

La solución contra el exceso de radiación solar es Decco Shield, basada en carbonato cálcico que crea una fina capa protectora de color blanco que protege tus cultivos de la acción dañina del exceso de sol. El uso de Decco Shield potencia la calidad de los frutos, protegiéndolos y permitiéndoles un desarrollo normal para que lleguen a su máximo potencial.

Decco Shield ofrece seguridad en el manejo de la fruta (melones y sandías) potenciando la calidad externa e interna (aspecto visual, sabor...). Por ejemplo, en los melones, los daños provocados por el exceso de sol van más allá del resultado visible, una mancha ocre en la piel provoca un estrés que no se puede revertir. Una vez lo sufre la planta no hay vuelta atrás, se verá condicionada la calidad, la vida útil del fruto y condicionará el precio final.

Decco Shield ofrece una capa protectora sobre la piel de la fruta actuando como barrera física difundiendo la radiación y filtrando las radiaciones ultravioletas nocivas, y de esta manera optimizando la fotosíntesis por lo que se permite un mayor rendimiento en la producción. La aplicación es sencilla y su lavado en el almacén lo es aún más gracias a la formulación única en formato líquido. Decco Shield es más que recomendable, si se quiere producir frutos de calidad, si no la volatilidad de los eventos meteorológicos afectará a la calidad de la fruta que vayamos a comercializar.



Unica Fresh prevé mantener la producción de sandía y se abre a nuevas variedades en melón

Los responsables comerciales de sandía y melón de Unica Fresh, Loli Rodríguez y Chema Fernández, analizan las previsiones para esta campaña

► **ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.**
“Dueños de la tierra, dueños de los que producimos”. Desde Unica Fresh tienen claro que apostar por sus productos es sinónimo de apostar por la calidad. Por eso la organización, que ya cumple 15 años, se alza como la principal exportadora hortícola de España, según el informe sectorial ‘Exportación Hortofrutícola Española’ de Alimarket.
La entidad cooperativa ha alcanzado una facturación de 472 millones de euros durante la última campaña de comercialización en el exterior del territorio nacional, cifra que incluye la exportación de sandía y melón.
Según la responsable comercial de sandía de Unica, Loli Rodríguez, “el 70% de esta fruta se destina a la exportación, sobre todo a destinos como Alemania, Polonia, Reino Unido y Francia”. Mientras que, en el caso del melón, el responsable comercial, Chema Fernández, afirma que “se destina al extranjero el 90%, excepto la variedad Piel de Sapo,



Loli Rodríguez, comercial responsable de sandía, y Chema Fernández, comercial responsable de melón. / UNICA FRESH

que en un 95% va dirigido al mercado nacional”.

■ **PREVISIONES**

En la campaña 2022/2023 de sandía, Unica Fresh gestionó una producción de 32 millones de kilos, mientras que, para esta campaña, Loli Rodríguez afirma que “las previsiones se van a mantener por nuestra parte en una cifra similar a las registrada en la campaña anterior”.
En cuanto a melón, la pasada temporada la producción de la cooperativa alcanzó un volumen de 22 millones de kilos. Para esta campaña 2023/2024, Chema Fernández afirma que “se ha optado por abrir nuevas variedades en nuevos proyectos que el mercado nos va demandando”.

■ **VARIEDADES**

Unica Fresh trabaja con diferentes variedades. Respecto a sandía, triunfa la sandía sin pepitas con la marca Freshquita, así como su formato mini. La sandía Fashion también es muy apreciada por los consumidores y la variedad Red Jasper; según Loli Rodríguez, “alcanza rendimientos altos, es una sandía homogénea y con una carne crujiente que no se hace harinosa. Se adapta a diferentes zonas y condiciones de cultivo en Almería”.
Respecto a melón, Unica Fresh trabaja con Cantaloup, Galia, melón Amarillo, Little Planet y Piel de Sapo.
Hay buenas perspectivas para esta campaña en la provincia de Almería, y desde Unica Fresh señalan que seguirán apostando por la calidad, una señal de identidad que les caracteriza.



DESDE 1922

BOLLO

QUÉDATE CON LO BUENO

bollo.es

nuestras

recetas

descubre





ALBERTO MONTAÑA / Director general de Vicente Peris

“Si un producto lleva nuestras etiquetas, tiene que estar al nivel de nuestras exigencias”

Vicente Peris está de aniversario. 80 años produciendo y comercializando frutas y hortalizas de la mejor calidad. ¿El secreto? Para Alberto Montaña, actual director general, “coherencia y constancia”, pero sobre todo una estricta selección y unos estándares exigentes para conseguir los mejores productos. Ya en el inicio de la campaña de melón y sandía, Alberto Montaña detalla las previsiones y los objetivos de Peris para esta temporada, tanto para fresco como para IV gama, así como sus últimas novedades en materia de sostenibilidad, innovación y responsabilidad social corporativa.

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Vicente Peris celebra este año su 80 aniversario como proveedor de frutas y hortalizas, siendo el melón y la sandía dos de sus principales productos. ¿Cuál es el secreto para mantenerse como empresa de referencia en el sector hortofrutícola?

Alberto Montaña. No hay más secreto que la coherencia y la constancia en tu trayectoria. En 80 años hemos tomado muchas decisiones que nos han permitido avanzar, e incluso las erróneas han sumado valor, porque de ellas hemos aprendido aún más. Pero lo que siempre ha guiado la brújula en Vicente Peris ha sido la calidad. Cada día ponemos en los mercados de este país productos que se distinguen por su sabor, su textura, su calibre... Y esto nos ha permitido ser reconocidos en el sector.

Otro factor que también consideramos importante es la seguridad que aportamos a nuestros clientes, tanto en la calidad de los productos como en el servicio pre y post venta que les ofrecemos. En Peris siempre respondemos ante las distintas circunstancias que se puedan dar, que en el sector agroalimentario pueden ser muchas y diversas.

VF. ¿Cuáles son las perspectivas para esta campaña de melón y sandía? ¿Qué factores la están condicionando o pueden influir en su desarrollo?

AM. El clima es el factor que siempre condiciona más, porque es el más imprevisible. El año pasado nos complicó enormemente la campaña. Esta primavera parece un poco más estable y las temperaturas suaves que en general estamos teniendo están favoreciendo que estas primeras semanas de melón y sandía nacional estén siendo dulces. Si todo sigue así, esta puede ser una buena campaña.

VF. ¿Con qué marcas y variedades trabajan?

AM. El fundador de la empresa, Vicente Peris, fue pionero en introducir marcas en el sector de los melones y algunas de ellas han llegado hasta nuestros días, como es el caso de nuestros melones premium: 18 Quilates y Vicentín, ambos excepcionales.

Les siguen Peris Gold, Peris Dolce y Peris. También melones de calidades exigentes, donde la mayor diferencia está en sus calibres, formación y brix. Eso sí, en todos los casos con un alto estándar de calidad.

VF. En el plano comercial, ¿cuál será la premisa de Peris?

AM. Pretendemos seguir creciendo en nuestras exportacio-



Alberto Montaña destaca la trayectoria de la firma a lo largo de estos 80 años. / VP

nes, principalmente en Europa, y por tanto aumentar nuestra presencia en los principales mercados europeos en cuanto a la I gama.

Otro objetivo es crecer a nivel local y nacional, incrementando nuestra presencia en los principales mercados, así como dar servicio a las actuales cadenas con las que colaboramos.

Todo ello lo acometeremos reforzando aún más la innovación en los procesos, buscando la máxima eficiencia y aportando productos de mayor calidad al mejor precio posible para nuestros clientes.

Cada paso que demos lo haremos tratando de ser más eficientes en cada uno de nuestros procesos productivos, reduciendo la huella de carbono, minimizando el desperdicio alimentario y

propiciando un mejor reaprovechamiento. En líneas generales, seguiremos trabajando para alcanzar una mejor gestión medioambiental y reforzar aún más nuestra responsabilidad social corporativa.

VF. Se dice que el consumo de sandía y melón va ligado a las altas temperaturas. ¿Qué auguran sobre el consumo este año? ¿Habrá un buen equilibrio entre la oferta y la demanda?

AM. Habitualmente, los consumidores llegamos al verano con ganas de sandía y melón. Es una fruta que siempre se comporta bien a nivel demanda y las altas temperaturas que se esperan favorecerán un buen cauje y desarrollo, por tanto, el mercado dispondrá de una buena oferta. Si finalmente es así, podremos ser más competitivos, podremos ofre-

“Esta primavera parece un poco más estable y las temperaturas suaves que en general estamos teniendo están favoreciendo que estas primeras semanas de melón y sandía nacional estén siendo dulces”

“Cada paso que demos lo haremos tratando de ser más eficientes en cada uno de nuestros procesos productivos, reduciendo la huella de carbono, minimizando el desperdicio alimentario y propiciando un mejor reaprovechamiento”

cer nuestros productos a precios más atractivos y, por tanto, que esto ayude a que la demanda sea aún más alta.

VF. En los últimos años, Peris ha apostado fuerte por la implantación del proyecto de cuarta y quinta gama. ¿Comercializan de este modo la sandía y el melón? ¿Cómo ha sido la respuesta por parte de los consumidores? ¿Pensan seguir apostando por estas gamas?

AM. Trabajamos la sandía y el melón en IV gama y lo presentamos en distintos formatos. En nuestra sala blanca preparamos mitades de melón y cuartos y mitades de sandía. Este formato se está popularizando mucho, especialmente destinado a núcleos familiares más pequeños o para personas que viven solas. También para aquellos que prefieren

formatos más manejables o que les gusta ver el interior de la fruta antes de comprarla.

En nuestro caso, siempre trabajamos con la fruta climatizada, entre muchas otras medidas, por cuestiones de seguridad alimentaria. Tras realizar una selección de las piezas, las cortamos, las filamos y las servimos con logística refrigerada. A su vez, nuestros clientes también las dispensan en neveras, para de esta forma no romper la cadena de frío.

Otro formato que también trabajamos es el troceado, que tanto en melón como en sandía funcionan a la perfección, tanto en formatos de Horeca, familiares, take away y vending.

VF. ¿Qué otras prioridades tiene ahora Peris?

AM. La sostenibilidad es una de nuestras prioridades en todo nuestro proceso de producción, desde la selección de nuestras variedades, al trabajo en el campo, pasando por la fase de producción, envasado y distribución. Para ello contamos con certificados que nos auditan, como el IFS Food 6.1 y la nueva versión 6.1 de Cadena de Custodia (CoC) de GlobalG.A.P. También acabamos de incorporar el módulo GRASP de GlobalG.A.P., que valida nuestras prácticas sociales y laborales.

En esta línea, hace un par de años incorporamos una planta de producción fotovoltaica en nuestra central de IV gama para reducir nuestro impacto en la producción y consumo global de energía. Además, tenemos implantado un sistema de gestión medioambiental que nos ayuda a avanzar en la optimización de nuestros consumos, y en la reducción de la generación de residuos. Y gracias a estos pasos, obtenemos mejoras todos los ejercicios.

En relación a la ley de desperdicio alimentario, ya venimos desarrollando muchas prácticas que intentan mitigarlo, como por ejemplo el total aprovechamiento de nuestras materias primas, el uso de desperdicios para alimentación animal, donaciones, valorización de subproductos...

En cuanto a los envases, en Peris disponemos siempre de la opción más sostenible que puede ofrecer el mercado, y esto es así porque siempre estamos pendientes de cualquier innovación que pueda surgir en este sentido. En estos momentos nuestros envases son 100% reciclables y un 70% reciclados.

VF. ¿Qué hace únicos y diferentes a los melones y sandías Vicente Peris? ¿Qué rasgo destacaría de estas frutas tan emblemáticas dentro de la oferta de la compañía?

AM. Siempre hemos sido fieles a nuestra esencia. Somos muy estrictos con la selección, de hecho tenemos varias fases. Primero en el campo y después en la planta de producción, tanto de I como de IV gama. Esto tiene una consecuencia, la gran calidad de nuestros melones y sandías. Esa pensamos que es la señal de identidad más característica de Peris. Si un producto lleva nuestras etiquetas, tiene que estar al nivel de nuestras exigencias.

VF. ¿Cuentan con alguna novedad para esta temporada?

AM. Principalmente estamos invirtiendo mucho en actualizar nuestras instalaciones y que nuestros procesos sean más eficientes, en formar y mejorar a nuestro equipo humano y pese a que no es momento en el mercado para novedades, esperamos poder aportar algunas en los próximos meses.



Peris trabaja la sandía y el melón en IV gama y lo presenta en distintos formatos. La compañía fue pionera en introducir marcas en el sector de los melones y algunas de ellas han llegado hasta nuestros días, como es el caso de 18 Quilates. / VP

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
Grupo Agroponiente está afrontando la campaña de primavera y verano con un importante incremento de superficie de melón y sandía. La compañía prevé culminar un gran ejercicio en estas dos frutas y mantendrá las producciones de melón hasta finales del mes de junio y en sandía hasta septiembre.

El incremento de la superficie productiva en melón y sandía llega acompañada de un importante potencial en las hortalizas que son habituales en el portafolio de la firma, que cada año incrementan sus números en esta época gracias a la diversificación geográfica que está llevando a cabo la empresa.

El incremento en el número de agricultores que han optado por Grupo Agroponiente para sus comercializaciones de primavera, unido a la finalización de determinadas producciones, han hecho que se incremente la superficie planificada de melón y sandía para el presente ejercicio y, por tanto, que las predicciones apunten a un aumento del volumen global de cosecha. Ello se une a la previsión de una mejora en la calidad y un mayor alargamiento en el tiempo, todo ello favorecido hasta el momento por el clima.

En concreto, en melón, la planificación apunta a que Grupo Agroponiente estará comercializando hasta finales de junio y los volúmenes disponibles se incrementan respecto a la pasada campaña, centrándose como habitualmente en variedades como el melón negro o Piel de Sapo Amarillo, Cantaloup y

Grupo Agroponiente experimenta un importante incremento en la superficie de melón y sandía

La compañía mantendrá las producciones de melón hasta finales del mes de junio y de sandía hasta septiembre

Grupo Agroponiente prevé un incremento en los volúmenes de cosecha comerciales de melón y sandía para una temporada que presenta buenas perspectivas de producción y calidad

Galia. Mientras tanto, en sandía, en la que se vuelven a repetir las variedades típicas de los últimos años, como la blanca sin pepitas y negra sin pepitas, así como la sandía Mini y la Fashion como producto estrella, se prevé también un aumento de producción, acercándose a los 50 millones de kilos y alargando el calendario de productivo hasta el mes de septiembre. Ello será posible a la combinación entre los cultivos bajo plástico, tanto en el Levan-



Grupo Agroponiente prevé culminar una buena campaña de melón y sandía. / GA

te como en el Poniente de Almería, junto al cultivo bajo malla y en calle en Murcia y, posteriormente, ya en verano, a las fincas ubicadas en Sevilla y Castilla-La Mancha principalmente.

Finalmente, como viene siendo habitual desde hace tiempo, durante toda la primavera y el verano se continuarán comercializando las hortalizas que ya han alcanzado un 'calendario 365' y en las que, por tanto, Grupo Agroponiente asegura el suministro a sus clientes durante todo el año. Esta estrategia ha sido reforzada gracias al aumento de producciones de pepino Almería en zonas de la Costa de Granada con programas específicos; a la realización de un calendario anual de berenjena gracias a programas de I+D+i en colaboración con casas de semillas y a la implicación de los propios agricultores, lo cual ha redundado en que se duplique su ciclo; y a programas desarrollados en zonas de media altura como Jayena, Gérgal, Alhama de Almería, Guadix o Zafarraya, con importancia para los pimientos Italiano y Lamuyo, los pepinos Francés y Español y el calabacín.

Todo esto dentro de un contexto de crecimiento sin precedentes en Grupo Agroponiente durante la presente campaña, en la que los incrementos acumulados hasta el momento con respecto a la temporada anterior superan ya el 10%, lo cual es una cifra sin precedentes, teniendo en cuenta, además, que se trata de una comparación con una temporada que ya fue especialmente positiva en cuanto al incremento de producción para la compañía.

Sabor mediterráneo para todos

De melón y sandía con sabor natural y real. Fruto de más de 50 años y 2 generaciones de experiencia, conocimiento e innovación con el compromiso del mimo de la fruta y el respeto de la tierra. Y todo, bajo la tutela de un equipo de personas cualificadas y expertas para la satisfacción del cliente, del consumidor.

Plasencia

fruta de casa

frutasplasencia.com



Valencia

Centro de confección

+34 962 600 188

info@frutasplasencia.com

Mercabarna

Venta

+34 933 359 854

barcelona@frutasplasencia.com

Mercamadrid

Venta

+34 917 862 645

madrid@frutasplasencia.com

Distribución en Mercabarna y Mercamadrid de la marca de nuestro socio productor:



oscarortega.biz

La superficie de melón Charentais sube en Marruecos, se mantiene en Francia y baja en España

España marca su tercera campaña consecutiva registrando descensos en las hectáreas destinadas a este tipo de melón, hasta un 40% menos

■ NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Un año más, la Asociación Interprofesional del Melón de Francia (AIM) ha presentado —en el marco de la feria Medfel de Perpignan—, las previsiones de superficie de cultivo previstas del melón Charentais en Marruecos, España y Francia para esta campaña 2024.

De acuerdo a los datos que maneja la AIM, Marruecos llega con un ligero aumento en su superficie de cultivo, pero con problemas de rendimientos por hectárea; y a pesar de algunos problemas sanitarios, la comercialización durante el mes de abril se ha desarrollado en términos positivos.

En España, por el contrario, se mantiene la tendencia bajista en la superficie de melón Charentais. Hasta abril, las condiciones climáticas han sido buenas, pero los costes de producción no paran de subir. Se espera un adelanto de 7 días en los primeros cortes y todo parece indicar que habrá una buena distribución de la producción de este tipo de melón, cultivado exclusivamente para la exportación.

Francia por su parte mantiene estable su superficie. Según confirmaron desde la AIM, el retraso de una semana en la plantación de las cosechas más tempranas podría repercutir en la llegada de los primeros melones. Por lo demás, se esperan calendarios normales. En lo que se refiere a la diversificación, se mantiene estable con una reorientación hacia Charentais desde el año 2022 y un ligero aumento de la superficie de sandía, pero todavía marginal.

En cuanto al mercado bio de melón, la interprofesional gala confirmó que “sigue flojo”. Las superficies se mantienen estables en las diferentes zonas productoras, pero “el impacto en los volúmenes vendidos dependerá de la situación del mercado en esta temporada”.

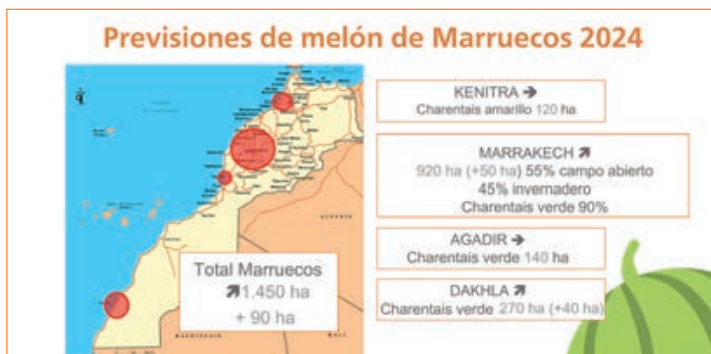
■ MARRUECOS

La superficie total para Marruecos en melón Charentais se ha fijado en 1.450 hectáreas, que representan 90 más que el año pasado. Esto confirma un ligero aumento de las plantaciones.

De sur a norte, Dakhla cuenta con una superficie de cultivo de 207 hectáreas de melón Charentais verde, 40 hectáreas más que en 2023. Las condiciones climáticas están siendo satisfactorias en general. Las recolecciones comenzaron en marzo y a finales de la semana 17 ya se había recolectado el 80% de la cosecha.

En Agadir hay 140 hectáreas plantadas, principalmente de Charentais verde.

En Marrakech la previsión indica una superficie de 920 hectáreas, 50 más que el año pasado. Se confirma un reequilibrio entre las producciones a campo abierto (55%) y bajo invernadero



La Asociación Interprofesional del Melón de Francia (AIM) ha presentado las previsiones de superficie de cultivo del melón Charentais en Marruecos, España y Francia para esta campaña 2024. / ARCHIVO

(45%). En cuanto a tipologías, se mantiene el predominio del Charentais verde. En las variedades producidas bajo cubierta, las plantaciones se realizaron a partir de mitad de diciembre. Tras un invierno con temperaturas altas, la recolección comenzó antes lo habitual. A finales de marzo ya se empezaron a cortar los primeros melones y ha habido cortes hasta finales de abril. En las producciones a campo abierto, la

etapa de plantación comenzó a finales de diciembre y se extendió hasta finales de enero, pero no más allá del 26 de enero (fijado por decreto). Ha habido condiciones climáticas desfavorables para el cuajado con lluvias desde principios de abril y bajas temperaturas. Esto ha dado como resultado: rendimiento medio, buen calibre, presencia de oidio, y cosecha a partir de mediados de abril, con un adelanto del 50%.

En España, la Región de Murcia y la provincia de Alicante es donde se concentra la mayor superficie de cultivo del melón “francés”

La superficie total para Marruecos en melón Charentais se ha fijado en 1.450 hectáreas, que representan 90 más que el año pasado. Esto muestra un ligero aumento de las plantaciones

En Francia se confirma la estabilidad en la superficie de cultivo de melón Charentais con un total previsto para este año de 10.650 hectáreas

Por último, en la zona más norteña, en Kenitra, la superficie estimada es de 120 hectáreas, con predominio del melón Charentais amarillo. Respecto al año pasado, la superficie se mantiene estable y la campaña se ha desarrollado con normalidad.

■ ESPAÑA

Por tercer año consecutivo se confirma un descenso de la superficie dedicada a este tipo de melón, que tiene como destino comercial la exportación.

Con un total de 2.750 hectáreas para la campaña 2024, esta cifra supone 380 hectáreas menos que el año pasado. Así las cosas, en los últimos tres años, el Charentais ha perdido el 40% de su superficie en España.

En Murcia y Alicante es donde se concentra la mayor superficie de cultivo del melón “francés”. Este año se han cifrado 2.000 hectáreas, 200 menos que el año anterior. Por tipos, lidera la producción el Charentais amarillo con un 80%.

En la Región de Murcia se confirma un descenso del 50% de la superficie en 4 años debido a factores como la fuerte presión sobre la tierra, el acceso al agua, el aumento de los costes de producción y normas medioambientales más estrictas. En cuanto a la campaña 2024, hay buenas condiciones de producción y la siembra se ha desarrollado con normalidad, aunque el mal tiempo durante la Semana Santa ha perturbado el cuajado. En algunas zonas se

ve cierta precocidad en las plantaciones lo que permitirá escalar la producción.

En la comunidad autónoma de Andalucía tenemos primero a Almería, con una superficie de 300 hectáreas, las mismas que el año pasado. Mientras que en Sevilla, también con 300, hay un descenso de 180 hectáreas en comparación a lo plantado en 2023. Las producciones sevillanas llegan con un ligero retraso. Se espera que entren en producción a mitad de mayo.

Al igual que en la Región de Murcia y Alicante, en Sevilla también hay preferencia por el Charentais amarillo, al contrario que en Almería, donde predomina el verde.

En otras regiones, entre las que destaca Castilla-La Mancha, se han cifrado 150 hectáreas en total. Una cifra similar al año pasado, con preferencia hacia el Charentais verde.

■ FRANCIA

En el país vecino se confirma la estabilidad en la superficie de cultivo de melón Charentais con un total previsto para este año de 10.650 hectáreas. Respecto al año anterior son 150 hectáreas más. En cuanto a la extensión dedicada a la producción ecológica, el porcentaje es similar a 2023, representa el 7,5% del total.

Por zonas, el sureste francés aglutina la mayor área de producción de este tipo de melón con una previsión de 5.700 hectáreas, 200 más que el año pasado, y de las cuales 480 son bajo invernadero. El invierno en esta zona ha estado marcado por fuertes precipitaciones, sobre todo en la región PACA. Dependiendo del tipo de suelo, los problemas de drenaje han obligado a aplazar la plantación o a intercambiar parcelas. Asimismo, se han abandonado algunas parcelas con plantaciones de maduración temprana. Se espera un retraso de 7 a 10 días para la entrada en producción de las variedades más precoces, pero no tendrá, a priori, repercusión en las fechas de comercialización.

En el centro oeste de Francia se ha estimado una superficie de 2.650 hectáreas, 50 menos que el año pasado, y habrá 10 con producción bajo invernadero. Marzo ha sido un mes de mucha lluvia en esta zona, periodo que coincide con época de siembra. Las desfavorables condiciones meteorológicas han obligado a aplazar la siembra hasta abril en muchos casos. En conjunto, se confirma un retraso de una semana para iniciar los cortes, que no debería tener repercusiones en el calendario siempre y cuando el tiempo acompañe.

En la sur-oeste del país, la extensión para el cultivo del melón Charentais se ha fijado en 2.300 hectáreas, una cifra pareja al año pasado. También se mantiene estable la superficie bajo invernadero, 30 hectáreas.

Al igual que en las regiones del centro oeste, aquí también marzo ha dejado gran cantidad de agua, lo que ha retrasado la preparación del suelo para la siembra. Será difícil recuperar las producciones más tempranas, la nota positiva es que las condiciones son satisfactorias de principios de abril.

Así las cosas, en Francia las previsiones de volumen y los picos de producción dependerán del cuajado de los frutos y de las condiciones climáticas de los meses de mayo y junio.

Diversificar para asegurar

Tras dos años con cosechas reducidas, el sector modifica su estrategia ante el temor de debilitar su posición como proveedor referente en el mercado europeo

► NR - OO. REDACCIÓN.

El presente del sector nacional de sandía y melón pasa por la diversificación geográfica y extensión del calendario. Tras dos años con cosechas reducidas a causa de adversidades meteorológicas inesperadas e incontrolables, especialmente el año pasado, el conjunto del sector está moviendo ficha para asegurar sus producciones y no tener cortes de suministro en sus programas comerciales con la gran distribución europea, que ya ha tanteado a otros proveedores con resultados más que satisfactorios.

A tenor de lo recogido en las diferentes entrevistas realizadas por **Valencia Fruits** para este dossier de melón y sandía se palpa la preocupación del sector por la inestabilidad productiva que ha registrado España en los últimos dos años. El cambio climático, la proliferación de virus y la imposibilidad de controlar su propagación, la GDO buscando alternativas y un consumo en horas bajas... han obligado a modificar más de una estrategia en las empresas que trabajan estos dos productos.

Una de las palabras más repetidas en las entrevistas ha sido “diversificación”. Se ha hablado de diversificar zonas, variedades... En el primer caso, las empresas consultadas han confirmado su estrategia de ampliar sus zonas de producción y estar presentes en las diferentes provincias en las que se cultiva sandía y melón en España: Almería, Murcia, Sevilla, Valencia y La Mancha.

Por ejemplo, desde el Grupo Anecoop, Carlos Nemesio señala que la estrategia del grupo “sigue apuntando a la diversificación y extensión del calendario según

zonas de cultivo, con una previsión de cosecha comercial de 145.000 toneladas, repartidas entre Almería, Sevilla, Murcia, Valencia, Castellón y La Mancha”.

Desde Bollo Natural Fruit, Sergio Vercher comenta por su parte que “las condiciones climáticas han condicionado el planteamiento de campaña, provocando una disminución de la superficie cultivada”. Sin embargo, la empresa ha elaborado un programa con “presencia en todas las zonas productoras del territorio nacional para de esta forma asegurar corresponder con eficiencia a las demandas del mercado a lo largo de toda la campaña”.

En Grupo Agroponiente están afrontando la temporada con un importante aumento de superficie, y la firma mantendrá las producciones de melón hasta finales de junio y de sandía hasta septiembre. Esta ampliación del calendario será posible gracias a la combinación entre los cultivos bajo plástico, tanto en el Levante como en el Poniente de Almería, junto al cultivo bajo malla y en calle en Murcia y, posteriormente, ya en verano, a las fincas de Sevilla y La Mancha principalmente.

Otra de las opciones de diversificación es centrarse en la línea varietal como es el caso de Unica, que ha optado por “abrir nuevas variedades en nuevos proyectos que el mercado nos va demandando”, tal como explica Chema Fernández.

■ TEMOR AL DESABASTECIMIENTO

El año pasado la climatología provocó que los productores de Murcia vivieran una de las peores campañas de la historia. Las



El sector adopta estrategias para garantizar la oferta de producto durante toda la campaña. / CARLOS NEMESIO

fuertes tormentas arrasaron en mayo dos tercios de la producción murciana prevista para la temporada. Esta situación generó tensiones comerciales, ya que durante algunas semanas el volumen disponible, tanto de melón como de sandía, no permitió atender la demanda existente. Hubo desabastecimiento en los mercados y este es uno de los motivos por el que los comercializadores están adoptando estrategias para intentar garantizar, en la medida de lo posible, la disponibilidad de producto durante toda la campaña. De hecho, tratando de cubrir posibles fallos productivos en Murcia han aumentado las plantaciones tempranas bajo manta térmica en Castilla-La Mancha. Tal como explica el presidente de la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla-La Mancha, José Ángel Serrano, “este incremento viene propiciado por el fallo que hubo el año pasado en Murcia y Valencia, que ha derivado en la pe-

tición expresa de los clientes de tener más oferta en estas fechas por lo que pudiera pasar”. No obstante, Serrano apunta que “si todas las zonas llegan al mercado sin problemas, habrá un solapamiento en julio que ya veremos cómo se gestiona”.

■ UN INICIO COMPLICADO

Después de la “montaña rusa” que supuso la campaña 2023, había necesidad de una temporada más tranquila, pero la climatología no está dando ni un respiro. Así las cosas, el ejercicio 2024 de melón y sandía nacional arrancaba en Almería con adelanto de las cosechas después de un invierno suave y un mes de abril con temperaturas por encima de la media. Este adelanto también venía condicionado por una mayor incidencia de virus y la decisión de “relocalizar” las plantaciones almerienses hacia zonas menos expuestas pero que suponían cambios en el calendario productivo al ser más tempranas. Este adelanto de fechas ha supuesto la coincidencia en el mercado con productores de contraestación de Sudamérica, Centroamérica, Centroáfrica, en un momento en el que la demanda en exportación estaba “muy calmada”.

Si a esto añadimos que la precocidad también ha provocado un aumento repentino de la producción, el resultado ha sido “un mes de abril con precios por los suelos”, tal como confirma Andrés Góngora desde COAG Almería. “El melón ha llegado a caer este abril hasta los 50 céntimos por kilo en momentos puntuales, y la sandía ni siquiera ha alcanzado el euro, llegando en algunos casos a quedarse en apenas 30

céntimos”. Por su parte, Carlos Nemesio confesaba respecto a la caída de precios que, ante este escenario, eran conscientes de que las primeras semanas de la campaña de Almería iban a ser “duras” en cuanto a precio, pero “no tanto”.

■ PLAGAS Y VARIEDADES

Otro de los efectos del cambio climático en las plantaciones de melón y sandía está siendo la mayor presencia de plagas, especialmente en Almería, que este año “vuelve a ser un tormento”.

Sin variedades triploides, ni pies, ni portainjertos resistentes a los virus de las cucurbitáceas, las casas de semillas en estrecha colaboración con las empresas productoras y comercializadoras tienen en marcha diferentes líneas de trabajo para responder a esa necesidad de variedades resistentes. Por ejemplo, en el Grupo Anecoop, sus líneas de investigación en melón y sandía se centran en buscar variedades que demanden menos cantidad de agua y puedan aguantar más y mejor las condiciones climáticas adversas. Por ejemplo, variedades con más masa foliar para que hagan más sombra y protejan mejor el fruto...

Se trabaja a un ritmo vertiginoso pero los virus corren más que los humanos y desde COAG han informado del avance de una virosis que de momento se conoce entre los agricultores como ‘virus del amarilleado’, una misteriosa enfermedad que azota los cultivos de sandía almerienses desde hace dos años.

Está visto que 2024 tampoco será una campaña tranquila, pero los productores y comercializadores no se permiten caer en el pesimismo, por eso, afrontan la temporada con cautela, esperando que las decisiones tomadas sean acertadas y ofrezcan como resultado unos buenos rendimientos económicos. Todo ello con el permiso del Sr. Tiempo, que es quien verdaderamente tiene la sartén por el mango.

80 Aniversario Peris 1944-2024

Un placer para los sentidos

En el mundo de la fruta gourmet el nombre de Vicentin es sinónimo de prestigio y exclusividad. Tras la imagen de un niño con el traje Torrentí se esconden años de trabajo en el campo, cuidando meticulosamente la selección de las mejores tierras y semillas para obtener unos melones y sandías extraordinarios.

Peris
es calidad
www.vicentin.es

Valencia Fruits donde y como quieras

SÍGUENOS:



Recibe **Valencia Fruits** cada semana.

Además, llévalo siempre en tus dispositivos digitales y disfruta de dossiers especiales, nuestra hemeroteca, directorio profesional y toda la actualidad del sector.



El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

- ☐ España: 195 Euros (IVA incluido)
☐ Europa: 330 Euros
☐ Resto países: 400 Euros

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

EMPRESA: _____

DE ACTIVIDAD: _____ DNI/NIF: _____

CON DOMICILIO EN: _____ CP: _____

CALLE: _____ NÚMERO: _____ TEL.: _____

E-MAIL: _____

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

BANCO/CAJA: _____ IBAN Nº _____

Firma _____

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