

valencia fruits

2 de julio de 2024 • Número 3.074 • Año LXII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,75 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962

La meteorología provoca una caída del volumen de cosecha europea de pera

El clima adverso ha afectado de manera especial al norte de Europa con una importante bajada de producción en la zona de Bélgica y Países Bajos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los datos presentados en el marco del Congreso Internacional de la Pera, Interpera, que este año se ha celebrado en Portugal, confirman la tendencia bajista en las estimaciones de la producción europea de pera. Las incidencias meteorológicas han afectado de manera especial al norte de Europa con una importante bajada en la zona de Bélgica y Países Bajos, principal zona productora del continente.

Bélgica ha sufrido daños ocasionados por heladas, granizadas y lluvias duraderas y abundantes y calcula una producción global de 241.000 toneladas, lo que supone una reducción del 30% respecto a la cosecha de la pasada campaña, que ascendió a 345.000t.

En cuanto a Países Bajos, los daños han sido causados por un invierno relativamente caluroso, que ha provocado una floración muy precoz, y la incidencia de las granizadas. Aunque los representantes del sector no han avanzado datos concretos de previsión, consideran que no podrá ser un año de cosecha completa. En 2023 cosecharon 358.000 toneladas de pera. Ambos países han experimentado una abundante caída de la floración en su variedad estrella que es la pera Conference.

En España, la cosecha global descenderá un 25% por los efectos del estrés hídrico que sufrieron los árboles en la pasada campaña y que han afectado al nivel de floración y cuajado. La cosecha de este año asciende a 141.000 toneladas frente a las 164.000 del pasado ejercicio. Esta cifra sólo contempla los datos de Cataluña y La Rioja, principales zonas productoras. También se observa buena calidad y calibre de frutos.

Por lo que respecta a Portugal, Francia e Italia, los tres prevén recuperar producción respecto a la pasada campaña. Portugal ha tenido pocas horas de frío este invierno y ha vivido una floración tardía y muy larga lo que, junto a la alternancia de algunas plan-



Previsiones de cosecha presentadas en el marco del Congreso Internacional de la Pera, Interpera. / AFRUCAT



La cosecha española descende esta temporada un 25%. / ARCHIVO

taciones, dejarán su cosecha por debajo de su potencia productiva. Portugal cosechará 123.000 toneladas, un 15% más que en el ejercicio 2023 (107.000t).

Francia incrementa un 28% sus previsiones de cosecha y pasa de 104.000 toneladas a 133.000, re-

cuperándose de la pasada campaña, un año en el que la producción fue muy escasa. El clima en el territorio francés ha sido frío y húmedo en la floración y se ha registrado alguna helada.

Italia, a pesar de haber sufrido alguna incidencia de fuertes

lluvias y cambios de temperatura durante la primavera que han provocado la caída de frutos, mejorará también la cosecha de la pasada campaña, que ascendió a 184.000 toneladas. La estimación es de recuperación a pesar de que sigue disminuyendo su superficie en pera lo que contribuye a limitar su potencial productivo.

En la configuración del mapa varietal europeo, la Conference sigue dominando. Con una cosecha en 2023 de cerca del millón de toneladas, es la principal pera que se produce en Europa, con especial preponderancia en Bélgica, Países Bajos y España.

El segundo lugar lo ocupa la pera Williams producida principalmente en Italia, Francia y España; y en el tercer lugar se sitúa la pera Rocha que está producida el 100% en Portugal, siendo la hegemónica en este país.

Más información en pág.9



Esta semana

4 La campaña de hortalizas de invernadero finaliza con buenos resultados

El consumo de fruta en España se ha reducido un 25% en diez años

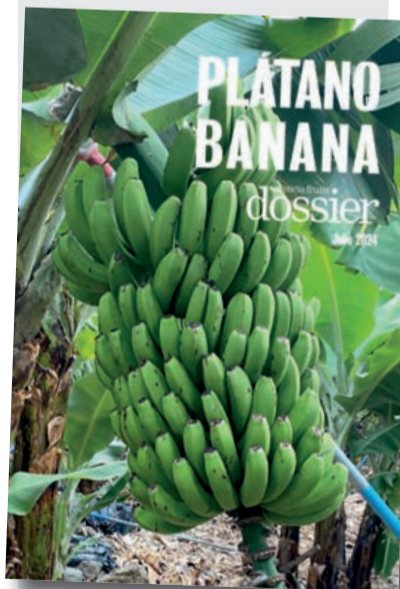
6 Cirilo Arandis: "Pronto empezamos a desdecirnos"

8 José Antonio García: "Una Europa más segura y peor alimentada"

9 Cataluña prevé para esta campaña una merma del 33% en la cosecha de pera

El 85% de la cuenca del Ebro sufrió sequía prolongada durante el pasado año hidrológico

11 Se confirma la presencia del trips *Scirtotrips aurantii* en los cultivos de la Comunitat Valenciana



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	9
Agrocotizaciones:	14
Empresas:	19



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 ORONOZ

■ 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

ALFREDO RUIZ DE ALBORNOZ

■ 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

Estreno de la presidencia húngara

Por GONZALO GAYO

Hungría asume la presidencia rotatoria de seis meses del Consejo de la Unión Europea, que se extenderá hasta diciembre de 2024. Un periodo vital para la agricultura europea en el que se juega el ser o no ser de un sector y miles de familias que sufren una PAC errática y errónea que conduce a una crisis existencial sin retorno. Atrás queda una presidencia belga de buenas palabras y pocos hechos a la hora de cambiar un rumbo que nos conduce a la pérdida de un sector estratégico como es la alimentación de los europeos para entregarlo a países terceros como moneda de cambio.

La presidencia húngara ha puesto las cartas sobre la mesa en una declaración que invita a la esperanza en medio del proceso de relevo en las instituciones europeas tras las recientes elecciones y a las puertas del próximo consejo de ministros europeos de agricultura, el próximo 15 de julio.

Desde la presidencia de Hungría señalan que trabajarán como “un intermediario honesto, en un espíritu de cooperación sincera entre los estados miembros y las instituciones, para la paz, seguridad y prosperidad de una Europa verdaderamente fuerte”, siendo la agricultura un pilar esencial para el futuro del viejo continente.

La presidencia europea que estrenamos este primero de julio apunta que la agricultura europea “nunca ha tenido que hacer frente a tantos desafíos como hoy. Las condiciones meteorológicas extraordinarias provocadas por el cambio climático, el aumento de los costes de los insumos, el aumento de las importaciones de terceros países y unas normas de producción excesivamente estrictas han reducido significativamente la competitividad del sector”.

Añade que “la acumulación de estos desafíos ha llevado a una situación en la que los medios de vida de los agricultores europeos están amenazados. Es esencial considerar la agricultura no como una causa del cambio climático, sino como parte de la solución, involucrando a los agricultores en la adopción de prácticas de producción más sostenibles”.

Desde la presidencia húngara se enfatiza que los agricultores europeos proporcionan a todos los ciudadanos de la UE bienes públicos básicos y son el máximo garante de nuestra soberanía alimentaria. “Una garantía a largo plazo de la soberanía y la seguridad alimentarias debería formar parte de la autonomía estratégica de la UE” señalan. Estas primeras palabras y compromisos han sido recibidos con esperanza y cautela en las organizaciones agrarias que exigen pasar de las palabras a los hechos antes de que sea demasiado tarde.



Agricultor en El Palmar-La Albufera de Valencia. / GONZALO GAYO

Los hechos hablan por sí mismos del desastre de una Europa que juega a dos barajas. Mientras declara buenas intenciones sigue incrementando una hemorragia con importaciones masivas de países terceros hundiendo el precio de cosechas que empobrecen a nuestros agricultores. Hoy en los campos y cunetas de las carreteras de Málaga se acumulan toneladas de cebollas por culpa de importaciones de países terceros, como ya ocurrió en los limones de Alicante y Murcia o en la campaña citrícola en diciembre pasado provocando la ruina de los agricultores ante el silencio de las administraciones.

Europa tiene la obligación de defender a sus agricultores y establecer los mecanismos que permitan garantizar sus cosechas en los periodos establecidos para poner fin a una hemorragia que sólo provoca el abandono y una muerte anunciada. La crisis de la agricultura europea tiene unas profundas raíces que requiere de urgentes medidas que pongan fin a una política equivocada y cuyos errores conducen a la autodestrucción y pérdida de la soberanía alimentaria.

En este semestre se debate el rumbo de una Europa que tiene la obligación de escuchar y atender a sus agricultores en la aprobación de los presupuestos para 2025 así como el cambio de una PAC y normas de la política agrícola de la Unión posterior a 2027 para lograr una economía competitiva, a prueba de crisis y sostenible para los agricultores que garantice un nivel de vida digno para los hombres y mujeres del campo.

Europa necesita fortalecer su agricultura y también su ADN con una constitución europea desde el necesario diálogo y consenso. Necesitamos dar un paso al frente en los valores y compromisos de una Europa cuya fortaleza y futuro reside en la unidad y el diálogo permanente para resolver los grandes retos frente a enunciados sobre su funcionamiento y palabras que se las lleva el viento.

El artículo 39 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), enuncia los objetivos de la política agrícola común y son: incrementar la productividad agrícola, garantizar así un nivel de vida equitativo a la población agrícola, estabilizar los mercados, garantizar la seguridad de los abastecimientos y asegurar al consumidor precios razonables. Todo promesas incumplidas que requieren de nuevos mecanismos en torno a una constitución de todos.

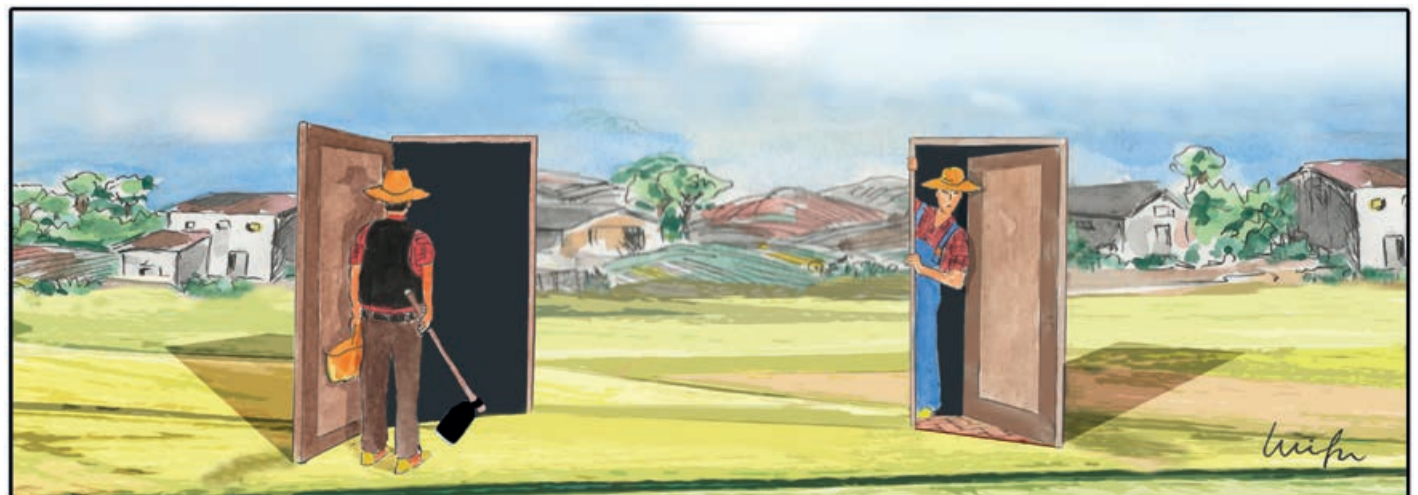
El papel estratégico del sector agrícola es vital para garantizar la seguridad alimentaria y la autonomía de Europa. Las recientes protestas de los agricultores ponen de manifiesto el fracaso de una política agraria equivocada y las oportunidades perdidas bajo las presidencias española y belga para adoptar acuerdos y compromisos. La agricultura no admite más demoras en la adopción de medidas urgentes, eficaces y eficientes que garantice unos ingresos justos para los agricultores y el agua para su supervivencia.

La dramática escasez de agua y sequía que sufre el sureste español y la agricultura mediterránea en su conjunto pone de manifiesto la incapacidad de sus gobernantes en alcanzar acuerdos. Esperemos que al igual que en el acuerdo del CGPJ alcanzado, Europa impulse una política de agua y sienta a las fuerzas políticas españolas para resolver un el problema del agua y la necesidad de trasvases con los recursos excedentarios. España es incapaz de garantizar el agua de todos y para todos mientras garantiza el agua por el Convenio de la Albufera, que obliga a entregar a Portugal un caudal mínimo de 3.800 hm³ en el Duero y 2.700 hm³ en el Tajo.

Al igual que Europa invierte millonarias cantidades en las redes de transporte y energía en toda Europa, es hora de que el agua entre en la agenda europea cuando gran parte de la cuenca mediterránea se muere de sed.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Los productores alicantinos califican la campaña de limón Fino como la “peor en rentabilidad”

Asaja Alicante señala que los agricultores han tenido que elegir entre pagar 12 céntimos para que la industria se lleve los limones o dejarlos en el suelo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Asaja Alicante lamenta que el cierre de la campaña 2023/2024 de limón Fino culmine como la peor de su historia en cuanto a rentabilidad y estima que las perspectivas para el Verna no van a ser mejores. La principal razón se debe, según afirma la asociación, a una situación desleal generada únicamente hacia el productor a través de prácticas que se producen dentro de la cadena de valor del limón, pues este ha mantenido precios constantes para el consumidor en los lineales del supermercado. Eso evidencia las diferencias que existen en el poder de negociación de determinados operadores.

El presidente de Asaja Alicante, José Vicente Andreu, explica que los citricultores de la Vega Baja, a pesar de haber asumido el coste de sacar adelante su producción anual, han acabado teniendo que hacer frente, además, al gasto de cortar los limones que no pudieron vender o que se los lleve la industria para que no se queden en los bancales “olviendo a podrido”, pagando por ello sin contar con ingresos.

Según detalla la organización agraria en un comunicado, se da el caso de que las exportaciones han experimentado un ligero aumento en kilogramos, en torno al 3% respecto a las cifras de la campaña pasada. No obstante, el agricultor ha recibido un 48,5% menos por los limones de primera categoría, y se ha visto obligado a dejar abandonados en el huerto los de segunda, o ha pagado 12 céntimos para que la industria se los lleve.



Limones en el suelo en los campos de cultivo de la Vega Baja alicantina. / ASAJA ALICANTE

“Alguien está haciendo un gran negocio a costa del citricultor, y no son los supermercados”, afirma Andreu, quien también es agricultor de limones, naranjas y mandarinas y ha tenido que abandonar algunas hectáreas por nula rentabilidad. “¿Dónde está el diferencial del 42,5% que hemos dejado de cobrar de un año a otro?”, pregunta el dirigente agrario.

Para Asaja Alicante la respuesta es que se ha producido una profunda crisis creada por el propio sector del limón: “son algunos eslabones de la cadena los que han sacado tajada a costa de la ruina de miles de

agricultores alicantinos, que no recuerdan una situación tan desfavorable en torno a este cultivo”. Por ello, Andreu mantiene que es “importante apelar al papel de la Interprofesional y que se trabaje desde el inicio de la campaña para establecer el equilibrio producción-comercio-exportación”.

■ PLAN DE CHOQUE

Con todo esto, Asaja Alicante ha elaborado un plan de choque con medidas concretas para paliar los efectos que está teniendo en los agricultores la mencionada crisis, y pide a la conselleria de Agricultura de la Generalitat

Valenciana que lo lleve a cabo, y que además estudie las causas que están corrompiendo la cadena de valor del limón, con el objetivo de poner sobre la mesa soluciones tangibles que eviten el abandono masivo de los agricultores de este cítrico.

“La Administración autonómica debe responder de forma contundente, pues está en peligro un cultivo que representa el 50% de la renta agraria de Alicante y es un auténtico motor para la economía de toda la Comunidad Valenciana. Ante una crisis tan profunda como esta, con miles de productores abandonando, es cuando

la Conselleria debe demostrar cuánto le interesa esta provincia”, señalan en Asaja Alicante.

El plan de choque planteado por la entidad agraria consiste en activar ayudas directas para los productores, a través de un Decreto Ley específico por los daños por adversidades climatológicas ocasionados y no cubiertos por el seguro agrario, que compense los costes de producción no recuperados por los agricultores y que limite las pérdidas, similar a la de la cereza u otros cultivos castigados por la sequía o la guerra de Ucrania.

Además, consideran que se deben adoptar medidas que garanticen el cumplimiento de la Ley de Cadena Alimentaria. Es necesario que la Conselleria realice visitas para levantar actas de inspección y, en su caso, sanciones a los operadores que practican sistemas abusivos.

La organización agraria también solicita una financiación ‘ad hoc’ con líneas de préstamos bonificados específicos para productores a través del Instituto Valenciano de Finanzas y la Generalitat Valenciana, con un tipo de interés al 0%, y alguna proporción del crédito subvencionada.

Por último, piden ayudas fiscales, con una rebaja de módulos, con índice cero para el ejercicio del IRPF 2024 y condonación de la Seguridad Social durante 12 meses; y ayudas de minimis de la UE para todos los productores de limón afectados por causas de mercado derivadas de los conflictos geopolíticos.

Además, la asociación considera que las OPFH pueden ser una de las posibles vías para que el agricultor independiente pueda adquirir fuerza en la defensa de sus intereses. Una OPFH es una entidad con personalidad jurídica cuya principal finalidad es la puesta en el mercado de las frutas y hortalizas provenientes de sus miembros productores asociados. Esta figura sería de gran utilidad en un momento tan complicado como este en el que los agricultores de limón se sienten más vulnerables que nunca.

► VF. REDACCIÓN.

Los precios de los productos agrícolas subieron un 4% en España en el primer trimestre de 2024 respecto al mismo periodo del año anterior, uno de los pocos países de la Unión Europea donde se produjo una subida, según informó el 26 de junio la oficina de estadística comunitaria Eurostat.

El mayor incremento de este índice en toda la Unión Europea, basado en las ventas de productos agrícolas, se produjo en Grecia donde subieron el 20%; en Malta y España el crecimiento fue del 4% y en Chipre y Portugal se registró una subida del 1%.

La situación de estos países del sur de Europa contrasta con la del conjunto de la UE, en el que el precio medio de la producción agrícola cayó un 6% en el primer

Suben un 4% los precios de los productos agrícolas en el primer trimestre en España

trimestre de 2024 en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Los descensos de precios más acusados se produjeron en Hungría (-24%); Bulgaria y Rumanía (-18%) en ambos casos; y Eslovaquia y Chequia, donde los precios bajaron un 17% en ambos países.

Eurostat recuerda que durante 2021 y los tres primeros trimestres de 2022 se produjeron

fuertes aumentos de los precios de producción agrícola, concretamente en el tercer trimestre de 2022 los precios subieron un 30% respecto al mismo periodo del año anterior.

Después de ese periodo la subida se desaceleró y en el tercer trimestre de 2023 se produjo un descenso del precio del 9% tras dos años de incrementos.

Por productos, en el primer trimestre de 2024 respecto al mis-

mo periodo del año anterior, el precio medio de los cereales disminuyó un 28%, también bajó el precio de la leche un 12%. El importe de los huevos y cultivos industriales (oleaginosas, proteaginosas, tabaco crudo, remolacha azucarera etc) descendió un 10% y el de las hortalizas frescas un 6%, con una caída especialmente fuerte del 33% en el precio de los tomates. Por el contrario el precio de las patatas se incrementó

un 22% y el de las frutas frescas un 20%, a pesar de una reducción del 44% en el precio de las limas y los limones.

Según Eurostat esta subida se debe en parte al impacto de unas condiciones climáticas “desfavorables” que han afectado a las cantidades cosechadas.

En cuanto a los insumos no relacionados con la inversión (como energía, fertilizantes o piensos), 24 de los 25 países de la UE con datos disponibles registraron descensos en el primer trimestre de 2024, en comparación con el primer trimestre de 2023.

Las tasas de descenso más pronunciadas se produjeron en Croacia (-20%), Hungría (-19%) y Países Bajos e Irlanda (ambos -17%). Portugal fue el único país de la UE que registró un aumento (del 2%).

La campaña de hortalizas de invernadero finaliza con buenos resultados económicos

La berenjena tiene el comportamiento de precios más desfavorable de la temporada

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña 2023/24 de hortalizas andaluzas de invernadero se ha caracterizado por un incremento productivo, el descenso de las cotizaciones en origen respecto a la pasada temporada y el retraso en la fecha de trasplante de algunos cultivos para evitar las elevadas temperaturas estivales y la mayor presencia de plagas. Además, este ejercicio se ha caracterizado por una moderación de la inflación y se ha reducido el coste de la energía.

No obstante, el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía señala que “a pesar del descenso de las cotizaciones respecto a la pasada campaña, caracterizada por una bajada de los rendimientos medios de producción y una gran inestabilidad en las cotizaciones, los precios se han mantenido en valores favorables para el productor”.

Según el análisis de la Junta de Andalucía, la campaña comenzó con temperaturas cálidas que favorecían la producción. El otoño no registró valores extremos, pero las temperaturas, por debajo del óptimo productivo, se prolongaron durante numerosas semanas frenando el ritmo de recolección y favorecieron las cotizaciones. A partir de enero, las suaves temperaturas volvieron a acelerar la producción y las cotizaciones en origen descendieron. Este comportamiento de las condiciones meteorológicas ha sido un factor de-



La estabilidad en las cotizaciones ha caracterizado la temporada bajo invernadero del pimiento. / ARCHIVO

La campaña se ha caracterizado por un incremento productivo, el retraso en la fecha de trasplante de algunos cultivos y un descenso de las cotizaciones en origen que, no obstante, se han mantenido en valores favorables para el productor

terminante en el incremento productivo, pero también en la mayor incidencia de plagas y enfermedades, que gracias a las labores de prevención y contención realizadas por los produc-

tores han frenado las mermas de producción.

El pimiento finalizó su temporada de producción a principios del mes de mayo con buenos resultados y un precio medio de

campaña próximo a 1,07 euros/kg. Frente a los precios excepcionalmente altos de la temporada pasada, este ejercicio se ha caracterizado por la estabilidad de las cotizaciones, el suave incremento productivo y la buena rentabilidad obtenida por el productor.

El tomate incrementó su superficie de cultivo por segundo año consecutivo incentivado por el buen comportamiento de sus cotizaciones y el registro de los precios récord hasta el mes de enero. La menor producción andaluza en el inicio de la cam-

paña, debido al retraso de la fecha de trasplante, junto a la considerable reducción de la oferta marroquí en los meses iniciales de campaña, aquejada por una fuerte ola de calor y posteriormente por el virus ToBRFV, han beneficiado la comercialización del producto andaluz. El tomate, sin considerar el tipo Cherry, obtiene un precio medio de campaña cercano a 0,77 euros/kg.

Según los datos del Observatorio de Precios y Mercados, la campaña de pepino ha concluido con buenos resultados económicos y productivos y un valor medio de campaña próximo a 0,82 euros/kg. El pepino ha presentado una oferta un 4% superior a la registrada la pasada temporada y ausencia de oscilaciones notables de precio durante todo el periodo.

La elevada producción de calabacín, aproximadamente un 10-15% más que la pasada campaña, ha forzado la rebaja de sus cotizaciones para dar salida a la producción. A pesar de ello, el producto ha ofrecido un balance de temporada positivo y un precio medio cercano a 0,64 euros/kg.

La berenjena presenta el comportamiento de precio más desfavorable de la temporada. Su incremento productivo respecto a las cifras del ejercicio pasado (15-20%), ha ocasionado un desequilibrio en la estructura oferta-demanda que ha reducido su rentabilidad. Su precio medio de campaña se aproxima a 0,53 euros/kg.

La campaña de sandía y melón ha sido favorable para los productores. Los precios caían en la segunda quincena de abril ante las bajas temperaturas en Europa. En el mes de mayo, la ralentización del ritmo productivo, debido a los efectos de la calma del mes de abril coincidía con una demanda dinamizada por el buen tiempo en España y Europa, alcanzándose precios inusualmente altos que compensaban la menor producción recolectada.

El consumo de fruta en España se ha reducido un 25% en diez años

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

A pesar de la supuesta preocupación por la salud y el cuidado de la alimentación, los datos oficiales detectan que el consumo de fruta en España sigue en caída libre: cada ciudadano ingiere de media 78,6 kilos de frutas en un año, lo que supone un 24,8% menos que hace una década. Así se desprende del último informe de consumo alimentario del ministerio de Agricultura en el que se analizan los datos de 2023.

Este lunes, 1 de julio, se celebró el Día Internacional de la Fruta, una conmemoración puesta en marcha por la Universidad de Ciencias Aplicadas Alice Salomon, en Berlín (Alemania) para poner en valor el consumo de estos productos.

La tendencia negativa en el consumo de frutas frescas se puede observar con mayor detalle en una panorámica más amplia: en los últimos diez años, el 2023 ha registrado la cifra más baja de ingesta de estos productos. En total, los españoles han pasado de consumir 102,5 kilogramos per cápita en 2014 a los

78,6 kilogramos per cápita el pasado año.

■ **LAS EXÓTICAS, LA EXCEPCIÓN**

De vuelta a 2023, esta caída se ha visto reflejada en la mayoría de las categorías, tanto en cítricos, como en fruta de pepita, fruta de hueso y frutos rojos, excepto dos tipos: las frutas exóticas y los melones y las sandías.

Las frutas exóticas se posicionan como la excepción más acusada, pues no sólo no ha descendido su consumo sino que han registrado un incremento de más de 1 kilogramo, pasando de los 17,42 kilogramos/per cápita en 2022 a los 18,74 en 2023.

Respecto al melón y la sandía, el incremento de su consumo ha sido menos pronunciado, de apenas unos gramos, de los 13,20 en 2022 a 13,44 en el pasado año.

Con estos datos, el informe advierte de un cambio en las tendencias de consumo y en las preferencias de los consumidores. Ejemplo de ello es que los cítricos, que se han mantenido a lo largo de los años como una de las frutas más consumidas,

pierden espacio en la dieta de los españoles en detrimento de las frutas exóticas.

■ **SUBEN LOS PRECIOS**

El descenso del consumo de fruta coincide con un incremento de su precio medio. En total, el coste medio se sitúa en los 20,04 euros/kilogramos a cierre del 2023, es decir, una subida del coste del 5,3% respecto al año anterior que se ha dado en todas las plataformas de distribución. Aunque son las tiendas tradicionales los establecimientos en los que se ha producido un mayor incremento del precio medio, del 7,1%, con 2,07 euros. En este contexto de alza en los precios se incrementa también el gasto per cápita, que ha aumentado un 2,5% respecto al 2022 y hasta un 14,4% respecto a la variación de los últimos cinco años. En total, los hogares destinan el 9,27% del presupuesto medio destinado al consumo de productos de alimentación y bebidas a la compra de fruta fresca, lo que supone un gasto per cápita de 160,50 euros por persona, un 2,5% más que en 2022.



Los cítricos, que se han mantenido a lo largo de los años como una de las frutas más consumidas, pierden espacio en la dieta de los españoles. / ARCHIVO

■ **EFFECTOS EN EL SECTOR**

Este progresivo descenso en el consumo de fruta en España tiene efectos, en concreto, en el sector hortofrutícola nacional y, en general, en la salud de los ciudadanos.

Para el director de Fepex, José María Pozancos, la “continua” caída del consumo “agrava los desequilibrios entre oferta y demanda y las crisis de mercado”.

Aparte de los efectos comerciales, el director ha considerado las consecuencias que tienen en los propios consumidores. Según Pozancos, sería “positivo” reforzar las campañas de

información al consumidor, ya que, si se revierte la tendencia de retroceso de la demanda, las aportaciones positivas del consumo de frutas a la salud “redundarán en un descenso del gasto sanitario”.

En este sentido, la organización “5 al día” ha explicado en su apartado de “Rincón de la alimentación saludable” que la ingesta de estos alimentos en la infancia se asocia con los hábitos de consumo de la edad adulta. Por ese motivo, la organización ha destacado en su web el papel que desempeñan los comedores escolares a la hora de promover la ingesta de frutas y hortalizas.

Patatas Beltrán

Wherever you are 

**EMPIEZA
EL**

VERANO

**ALBACETE
loading...**



Se termina el colegio,
empieza el verano.
Patatas ultrafrescas

patatasbeltran.com



OPINIÓN

Pronto empezamos a desdecirnos



Por CIRILO ARANDIS (*)

Tras las elecciones europeas del pasado día 9 de junio, y a la vista de los resultados, la maquinaria política de la Unión Europea ya se ha puesto en marcha, por lo que se van cumpliendo los plazos administrativos previstos. Así, esta es la hora en la que ya sabemos que Ursula von der Leyen va a repetir como presidenta de la Comisión Europea, y que dos nuevas figuras emergen en el plano político en Bruselas. De una parte, el portugués Antonio Costa, como presidente del Consejo, y en sustitución del belga Charles Michel, y de otra parte, la estonia Kaja Kallas como alta representante de la Unión Europea para la Política Exterior, en este caso sustituyendo a Josep Borrell. Todo según lo previsto, pues llegan a la cúpula política una representante de los conservadores, un representante de la izquierda, y una representante de los liberales, que además de ser contraria a Putin, proviene de uno de los países con mayor riesgo de amenaza por parte de Rusia.

En este escenario tan previsible, y pese al enfado de la italiana Georgia Meloni y del húngaro Viktor Orbán, al entenderse relegados en el reparto de poder, lo que no teníamos previsto los agricultores europeos, y menos los españoles, es que en este periodo transitorio de fin de una legislatura y de comienzo de otra, se cerrara el proceso político de la conocida como Ley de Restauración de la Naturaleza. Ya estaba el tema caliente como para que, sin previo aviso, al menos para el sector productor, protagonista esencial en esta nueva norma, se haya aprobado esta nueva normativa. Este hecho llega justo en un momento en el que la hasta ahora aspirante a presidir la Comisión Europea, y a partir de ahora ejerciente, Ursula von der Leyen, se había cansado de decir, y volver a decir, que este tipo de norma no debía de promulgarse sin antes haber oído a los agricultores europeos. Igualmente, llega en un momento en el que desde Bruselas, y en cada Estado miembro, se están tomando medidas en la línea de relajar las exigencias medioambientales de la PAC.

Poco le ha durado la palabra a la señora Ursula von der Leyen, justo en un contexto en el que los resultados de las urnas reflejan un retroceso de los partidos verdes, así como la irrupción de 55 diputados de partidos pertenecientes a colectivos alternativos o a figuras que han cobrado relevancia en sus países a través de redes sociales, y que se caracterizan por tener un perfil radical o populista. De otra parte, es una evidencia el ascenso en la eurocámara de opciones políticas que se significan por su vocación antieuropeísta, y que pueden encontrar un territorio abonado a sus objetivos en el descontento derivado de actuaciones como la habida en la aprobación final de la norma sobre restauración de la naturaleza. Finalmente, dado que populares y socialdemócratas no sumaban la mayoría necesaria para que Ursula von der



Esta norma tan sólo será de aplicación en Europa, y no en los países terceros que exportan sus productos al mercado de la UE y en donde lo aquí prohibido y allí permitido se convierte en un factor de competitividad para los de allí. / MAPA

Leyen repita como presidenta de la Comisión, ha sido necesario el apoyo de los liberales, lo que ha obligado al líder de Los Verdes a mostrarse dispuesto a escuchar para no quedar marginado.

Si nos tenemos que remitir a los resultados, y pese a que aparentemente no son tan positivos, la política verde de la anterior legislatura sigue en la cima de los objetivos de la nueva composición de las instituciones comunitarias. Como vemos, ha habido más que prisa en aprobar esta Ley de Restauración de la Naturaleza. Por otra parte, la continuidad del Pacto Verde Europeo es otro hecho ya anunciado políticamente por los nuevos inquilinos de las instituciones comunitarias. Conviene recordar que fueron estas políticas verdes, con el impacto que tenían en la renta de los productores, y la no exigencia a las producciones procedentes de países terceros, los motivos que sacaron a la calle a los agricultores de buena parte de los países socios de la Unión Europea. Así si la política en esta materia se ha anunciado continuista, lo que no puede ser continuista es la forma de aplicación, que no ha resultado eficaz, y el modo de decidir sin escuchar a los agricultores, protagonistas activos en la consecución de los objetivos de estas políticas.

Pero, ¿de qué va esto de la ley de Restauración de la Naturaleza? Se trata de una norma, con una serie de medidas, que tiene como objetivo restaurar, al menos, el 20% de las áreas terrestres y marítimas de la Unión Europea para el año 2030, y de todos los sistemas que necesitan restauración para el año 2050. Más allá del titular, la norma será de aplicación también en tierras de uso agrícola, con la obligación de introducir elementos paisajísticos, reducir el pastoreo, reducir notablemente el uso de productos fitosanitarios y fertilizantes químicos y de estiércol animal, incluso el abandono de explotaciones para permitir que los ecosistemas desarrollen sus propias dinámicas. Descendiendo al

“¿De qué va esto de la ley de Restauración de la Naturaleza? Se trata de una norma, con una serie de medidas, que tiene como objetivo restaurar, al menos, el 20% de las áreas terrestres y marítimas de la Unión Europea para el año 2030, y de todos los sistemas que necesitan restauración para el año 2050”

“La norma habla, no ya de proteger, sino de restaurar, por lo que habrá que definir dónde. Si en los espacios protegidos con carácter particular, incluso en los que hay agricultura, o en el ámbito rural con carácter general”

“Todos estamos de acuerdo en que hay que proteger el entorno, y el agricultor siempre decimos que es el primer interesado pues vive en él, pero también tenemos claro que son los productores los principales protagonistas para conseguir los objetivos de esta norma. Y mal vamos si se publica una imposición y no un acuerdo entre los distintos agentes, llegando a puntos de equilibrio que permitan, además de respetar el entorno, poder vivir dignamente de nuestras cosechas”

plano de lo concreto, se trata de mejorar la biodiversidad en los ecosistemas agrícolas, con algunas medidas singulares que consigan incrementar el número de mariposas, o los elementos paisajísticos caso de setos, charcas o árboles aislados. En lo referente a los ríos habrá que ver qué pasa con los embalses y qué medidas se adoptan para corregir la disminución de polinizadores, además de estar obligados, a incrementar la población de aves comunes agrícolas, en base a la alimentación con semillas de las explotaciones.

La norma habla, no ya de proteger, sino de restaurar, por lo que habrá que definir dónde. Si en los espacios protegidos con carácter particular, incluso en los que hay agricultura, o en el ámbito rural con carácter ge-

neral. Creo que todos estamos de acuerdo en que hay que proteger el entorno, y el agricultor siempre decimos que es el primer interesado pues vive en él, pero también tenemos claro que son los productores los principales protagonistas para conseguir los objetivos de esta norma. Y mal vamos si se publica una imposición y no un acuerdo entre los distintos agentes, llegando a puntos de equilibrio que permitan, además de respetar el entorno, poder vivir dignamente de nuestras cosechas. Y es que esta norma tan solo será de aplicación en Europa, y no en los países terceros que exportan sus productos al mercado de la Unión Europea, y en donde lo aquí prohibido y allí permitido, se convierte en un factor de competitividad para los de allí. Y es que ahora más que

nunca cuando la nueva Comisión y el nuevo Parlamento deben de tomarse en serio el tema de la reciprocidad y de las cláusulas espejo, pues esta norma afecta de modo directo en la rentabilidad de nuestras explotaciones. Y ya se sabe que sin rentabilidad, no hay reclamo posible hacia la incorporación de jóvenes al campo.

Pese a que esta norma ya estaba pactada con los Estados, y de haber pasado el fiasco del Parlamento europeo en el mes de febrero pasado, llama la atención, además de la celeridad, al no esperar a los nuevos políticos salidos de las urnas en las elecciones del pasado 9 de junio, la ausencia de un consenso amplio necesario para abordar políticas de este calado. Y es que para su aprobación se necesitaba el respaldo de países que alcance el 65% de la población de la Unión Europea, y en este caso, al valor alcanzado es el del 66,07% de la población. Hay quien pensará que dos tercios es respaldo más que suficiente, pero también hay que decir que este respaldo es el de los políticos en representación de cada Estado socio de la Unión Europea, y que si bien, este procedimiento es lógico, lícito y legal, también sería bueno saber cuál es el respaldo de quienes deben de poner en marcha las medidas aprobadas y de soportar las consecuencias que de ello se derivan. A tenor de las manifestaciones en distintos medios de comunicación, parece que en el ámbito de los agricultores europeos no existe un nivel de respaldo tan alto.

Cabe decir que votaron en contra de esta norma, por distintos motivos, Italia, Hungría, Países Bajos, Polonia, Finlandia y Suecia, además de la abstención de Bélgica. Como vemos, la oposición a lo aprobado se da en países y gobiernos de todo tipo. El cambio, a última hora, del voto de Austria en favor del sí, ha sido lo que ha permitido que esta norma se pueda aprobar definitivamente. Fue la ministra de Medioambiente de aquel país, la ecologista Leonore Gewessler, quien entendió estar legalmente habilitada a cambiar el sentido del voto de su gobierno a partir de un cambio de los equilibrios políticos a nivel federal en su país. Volvemos a lo lícito y legal. Fue la señora Gewessler, contenta con su hazaña, quien manifestó a su llegada al Consejo que “dentro de 20 ó 30 años, cuando le enseñe la belleza de mi país a mis nietas, y me pregunte qué hiciste tú, les diré que todo lo que pude para preservarla”. De igual manera, es seguro que no le dirá nada a sus nietas sobre el hecho de que una legislación no pactada puede conllevar pobreza de los agricultores europeos y deslocalización de la actividad agrícola, en base, en buena parte, a distintas exigencias medioambientales y de trabajo de quien gana competitividad por este motivo.

(*) *Presidente Frutas y Hortalizas Cooperatives Agroalimentaries.*

Fruit Logística y Generalitat se unen para impulsar las exportaciones

La feria berlinesa y el gobierno de la Comunitat Valenciana celebraron una jornada sobre nuevas oportunidades internacionales en el comercio hortofrutícola

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Casi un centenar de profesionales del sector agroalimentario valenciano se dieron cita el pasado 25 de junio en el salón de actos de la Ciudad Administrativa 9 de Octubre en Valencia. El evento 'Comunidad Valenciana: nuevas oportunidades de agroexportación' contó con un amplio panel de ponentes que analizó el presente y futuro de las exportaciones agroalimentarias de la región.

"La Comunidad Valenciana es una gran potencia exportadora en Europa. Por eso Fruit Logística es una cita importante para nuestras firmas. Llevamos ya muchos años participando y nuestras empresas siempre han obtenido buenos resultados en la feria", afirmó Javier Benito Goerlich, director general de desarrollo rural de la Generalitat Valenciana, en su discurso de bienvenida a los asistentes.

Por su parte, José Antonio Franco Vila, jefe del servicio de documentación, publicaciones y estadística departamental de la Generalitat Valenciana, repasó la importancia de los mercados internacionales como principales receptores de la oferta hortofrutícola valenciana. Durante su exposición, destacó los retos y oportunidades que presentan los cítricos, una producción en



Imagen de la jornada celebrada para analizar el futuro de las exportaciones de la Comunitat Valenciana. / FL

la que la Comunidad Valenciana es líder en exportación en Europa, así como el kaki, que cuenta con su propia figura de calidad. Garantía de seguridad alimentaria, prácticas sostenibles y máxima cercanía a los mercados de destino son para Franco Vila las grandes fortalezas del producto fresco valenciano.

Desde Finlandia, Janne Järvenkallas, responsable de compras del operador mayorista Vihannesporssi, abordó los criterios y tendencias que marcan las negociaciones de venta con

los mercados del norte de Europa. La sostenibilidad, y más en concreto la huella de carbono, es el tema candente para las cadenas finesas. El uso de biodiesel, camiones eléctricos o incluso transporte ferroviario son algunas de las alternativas para los proveedores españoles. España mantiene una posición destacada en Finlandia, siendo el segundo proveedor de frutas y hortalizas, sólo por detrás de Países Bajos.

A continuación, el Grupo Anecoop se presentó como

gran caso de éxito del sector agroalimentario valenciano. Su responsable de marketing e imagen corporativa, Piedad Coscollá, fue la encargada de desgranar las claves para el abordaje y posterior crecimiento en mercados internacionales de todo el mundo. Una base productiva sólida, con calidad y volumen todo el año; una red comercial única con filiales en nueve países y tres plataformas logísticas en Europa; así como la constante innovación tanto en producción como en gestión

de negocio; son para Coscollá los ejes de este éxito.

Cogiendo la estela de las palancas de crecimiento a nivel mundial, Silvia de Juanes, directora de comunicación de Fruit Logística en España, destacó el papel del certamen hortofrutícola líder como generador de nuevo negocio en todo el mundo. Además, animó a todos los asistentes a acudir a la próxima edición de la feria, que se celebrará del 7 al 9 de febrero en Berlín, para presentar sus productos y soluciones ante compradores y profesionales de todos los continentes.

Finalmente, cerró la jornada José Luis Aguirre, conseller de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalitat Valenciana. Durante su intervención, el titular de Agricultura destacó la importancia de este tipo de eventos "para mantener al sector agroalimentario valenciano fuerte y unido. La participación en este tipo de ferias internacionales representa un pilar fundamental para nuestro sector exportador. Permite forjar nuevas alianzas, reforzar las existentes, descubrir las últimas tendencias y, en definitiva, mantener al sector a la vanguardia mundial".

Aguirre también señaló que "las ferias comerciales también pueden convertirse en el lugar en el que todo el sector reivindique unas condiciones justas para las producciones europeas". En este sentido, el conseller exigió la aplicación de las cláusulas espejo o de reciprocidad, para que las producciones importadas de terceros países accedan al mercado europeo con las mismas condiciones que se les exigen a los productores europeos.

Tras su paso por Valencia, Fruit Logística recalará en Murcia el martes 10 de septiembre. Lo hará igualmente con un evento sobre oportunidades de negocio internacional en esta ocasión en colaboración con la consejería de Agricultura y Pesca de la Región de Murcia.

Alquiler de nave en Benavites

- ◆ 3.000 m² de nave
- ◆ Patio amplio con 4 muelles de carga
- ◆ 3 cámaras frigoríficas
- ◆ Dispone de placas solares
- ◆ Lista para entrar a trabajar



Más información: frutafro@frutafro.com

OPINIÓN

Una Europa más segura y peor alimentada



Por JOSÉ ANTONIO GARCÍA (*)

El impacto de la Decisión del Consejo Europeo relativa a la revisión del marco financiero plurianual para 2025-2027 implica la redistribución de 1.100 millones de euros de la PAC y la política de cohesión para apoyar a Ucrania. El primer daño colateral se anunció el pasado día 25 de junio: el presupuesto de la UE para cofinanciar programas de promoción agroalimentaria se recorta un 50%, pasando de 185,9 millones de euros a 92 millones de euros y además dejando sin financiación los programas múltiples. Un recorte sin precedentes, y que deja por ejemplo al sector de frutas y hortalizas europeo con pocas opciones de seguir invirtiendo en promoción de consumo dentro y fuera de la UE. Un despropósito total. Ailimpo lleva años comprometida con estos programas de promoción, primero un programa simple "Welcome to the Lemon Age", y después uno múltiple con socios franceses y polacos "Good Move". Los nuevos planes de la Comisión Europea ponen en peligro la continuidad de estas iniciativas.

Y todo esto ocurre en un escenario de caída libre del consumo de frutas y verduras en España y en Europa, y en un sector hortofrutícola europeo sometido a una enorme presión de incremento de costes que necesita herramientas para mantener la competitividad al tiempo que emprende la transición hacia una mayor sostenibilidad.

Pero la Comisión lleva su propia hoja de ruta, se prioriza la seguridad frente a las amenazas de Rusia, lo cual sin duda es elogiado, pero el problema es



Imagen de una acción promocional de "Welcome to the Lemon Age". / Ó ORZANCO

que se hace a costa del sector agroalimentario y de la producción de alimentos de calidad. Nada nuevo. De hecho, qué lejos quedan ya las tractoradas y manifestaciones.

Philippe Binard, secretario general de Freshfel Europe, organización de la que Ailimpo es miembro, criticó duramente esta medida en la reunión del grupo de Diálogo Civil de Calidad y Promoción de la Comisión Europea, celebrada en Bruselas la semana pasada. Una posición crítica pero muy bien argumentada que apoyaron otras organizaciones europeas como COPA COGECA, FoodDrink Europe y otras asociaciones sectoriales (aves de corral, productos lácteos, etc.).

Los 10 argumentos expuestos que se resumen en una sola palabra, incoherencia, fueron:

La UE asesta un duro golpe a los programas de promoción de productos agrarios

1.- Queda en evidencia la incoherencia de las políticas de la UE, ya que, a lo largo del año la Comisión ha defendido firmemente la mejora de los programas múltiples, pero ahora y sin explicación alguna los elimina.

2.- El sistema de promoción es claramente interesante para el sector agroalimentario europeo, ya que las solicitudes presentadas en 2024 demuestran el gran atractivo que siguen teniendo los instrumentos de promoción cofinanciados por la UE. De hecho, el presupuesto

solicitado para los programas múltiples y simples aumentó un 34%, hasta casi 291 millones de euros. Las solicitudes para los programas múltiples han aumentado un 52% respecto al año anterior y un 33% para los simples. Esto demuestra aún más el atractivo de los programas múltiples.

3.- Dificultad de acceso a la ya paupérrima política de promoción europea. Al dejar sólo la modalidad de programa "simple", se excluirá a una serie de pequeñas organizaciones sectoriales que se incorporaron al régimen de promoción con el apoyo de un coordinador más fuerte en la convocatoria de los programas múltiples.

4.- Con un recorte presupuestario del 50% y sólo con el programa simple, se producirá una competencia mucho mayor entre los solicitantes, quedando excluidos los buenos programas a pesar de los enormes recursos, tiempo y dinero invertidos en preparar la respuesta a la convocatoria que realmente es muy compleja.

5.- El reglamento del Consejo y el Parlamento prevé dos tipos de programas específicos (múltiples y simples). Al recortar por completo el presupuesto para los programas múltiples, impide de facto que uno de los dos tipos esté en vigor con un presupuesto reducido a cero. Otra incoherencia de Bruselas.

6.- Se abre un escenario de enorme incertidumbre ya que se esperan nuevos recortes presupuestarios en Europa, por lo que estamos ante una clara señal del fin de la política de apoyo a la promoción agroalimentaria de la UE.

7.- Nos quedamos atrás, la UE está recortando su presupuesto de promoción cuando los EEUU están reforzando este presupuesto bajo su Programa Regional de Promoción de la Agricultura por valor de 300 millones de dólares al año (250 millones de euros). En paralelo, el presupuesto de la UE se queda en 92 millones de euros.

8.- Los programas múltiples han facilitado la asociación de organizaciones de distintos sectores y Estados miembro para un fin común, creando más y mejor Europa. Ese modelo de cooperación se ve truncado.

9.- Contradicciones europeas al transferir una gran cantidad del presupuesto de la UE a Ucrania, penalizando al sector agrícola de la UE, ya que se reducen las ayudas en un momento en el que los costes de producción son más elevados y el mercado sufre turbulencias. Además el sector agrícola europeo sufre un aumento de la competencia en la UE de productos ucranianos que gozan de mejores condiciones de acceso al mercado y de ayuda financiera de la UE, en detrimento de los productores comunitarios. Sin olvidar un detalle que a menudo pasa por alto: las organizaciones europeas estamos sujetas a normas muy estrictas en materia de justificación de las subvenciones de promoción, mientras que la trazabilidad y la rendición de cuentas de los recursos financieros de la UE destinados a Ucrania podrían ser bastante cuestionables, si es que realmente existen.

10.- Game over. Aunque se seguirán gestionando algunos programas de promoción en curso, estos decaerán y no serán sustituidos por otros nuevos.

La promoción para ser eficaz debe ser continuada en el tiempo, aunque los burócratas de Bruselas no lo sepan.

(*) Director de Ailimpo

Los consumidores prefieren la fruta de altura y de origen tradicional

El CITA presenta un estudio sobre las variedades de manzana en las regiones de la España rural

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA) ha presentado dos comunicaciones científicas en el Simposio Internacional de Investigación en Marketing Agroalimentario celebrado en la localidad noruega de Tromsø.

Azucena Gracia y Ana Isabel de Sanjuán son las autoras de la comunicación "Preferencias de los consumidores por la carne de vacuno autóctona en restaurantes: ¿Están dispuestos a conocer y pagar? ¿Por qué?", cuyo objetivo es conocer las preferencias de los consumidores por la carne

Gracias a la calidad del agua y su altitud de 800 a 1.000 metros, el Valle del Manubles es un importante productor de fruta en Aragón

de vacuno autóctona del Pirineo Aragonés en un entorno de consumo real. La investigación se llevó a cabo en un restaurante de Zaragoza capital y tuvo como resultado que la disposición a pagar depende de las preferencias hedónicas de los consumidores

y de los beneficios percibidos de consumir esta carne.

El otro trabajo se titulaba "Sensaciones sensoriales: Un estudio de las variedades tradicionales de manzana en las regiones de la España rural", cuyos autores son Petjon Ballco y Azucena Gracia. Se basa en un estudio realizado sobre las variedades de manzana Golden y Reineta en el Valle del Manubles que cuenta con una gran tradición en la producción de esta fruta.

Se trataba de estudiar la aceptación de los consumidores de una manzana producida en altura, sus preferencias hedónicas hacia las manzanas del



Fase del estudio del CITA sobre la fruta de altura. / JAVIER ORTEGA

Manubles en comparación con otras producidas en zonas llanas: valoración visual, firmeza, jugosidad, harinosidad, dulzor y valoración global.

Se perseguía averiguar las preferencias y estimar la disposición a pagar de los consumidores por dos variedades de manzanas (Golden y Reineta) producidas en dos zonas, el Manubles y la llanura.

La población consultada estaba formada por personas que viven en Zaragoza ciudad, mayores de 18 años y que son las encar-

gadas de comprar los alimentos para el hogar. Los participantes en el experimento fueron reclutados por UAGA a través de asociaciones de consumidores e instituciones públicas, universidades, centros tecnológicos y centros municipales.

Entre los resultados de este estudio destaca la preferencia de los consumidores por la variedad Golden y el origen tradicional y rural del producto por su valor percibido.

El Valle del Manubles comprende los municipios zaragozanos de Moros, Villalengua, Torrijo de la Cañada, Bijuesca, Berdejo y Torrelapaja. La calidad del agua y la altitud de 800 a 1.000 metros han hecho de este valle un importante productor de fruta.

El cultivo en estas zonas más altas favorece la producción de manzanas de calidad, si bien hacen que estén más expuestas a heladas tardías y tormentas estivales. La producción de fruta en zonas de llanura, con elevadas temperaturas y baja humedad en periodo estival, puede llevar a problemas de calidad, coloración y textura de las manzanas.

Agrocultivos

Cataluña prevé una merma del 33% en la cosecha de pera

Desde Afrucat y el DACC informan que la cosecha arrastra los efectos de la sequía de la pasada primavera y del calor del año pasado y del invierno

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Según los datos presentados por Afrucat y el Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural (DACC), Cataluña estima que perderá el 33% de toda su cosecha de pera la próxima campaña y prevén recolectar 80.426 toneladas.

Los datos muestran un bajón generalizado de todas las variedades a excepción de la Blanquilla que se recupera, con un 20% más de cosecha, de la caída de producción que sufrió la pasada campaña. Por variedades, la Conference (la principal pera del territorio) es la que más ha sufrido estos efectos climatológicos adversos y perdería casi un 45% de su producción con una estimación de cosecha de 33.693 t frente a las 61.108 del año pasado.

Este descenso productivo se debe en buena parte a las secuelas que el árbol arrastra de la sequía de la primavera 2023 y del calor del pasado verano y de este invierno. El estrés hídrico de los perales en ciertos momentos, y en especial en la época previa la cosecha, desencadena problemas en la inducción floral del año siguiente. Esto se ha traducido en un descenso generalizado de la floración y en un mal cuajado



Los productores catalanes prevén recolectar 80.426 toneladas esta campaña. / VF

RECOGIDA DE PERA EN CATALUÑA

Primera estimación

	Previsión 2024	Producción 2023	Producción 2022	Variación 24-23 (%)
Blanquilla	6.255	5.198	5.360	20%
Llimonera	14.458	17.103	16.290	-15%
Conference	33.693	61.108	50.450	-45%
Ercolini	3.939	5.363	3.060	-27%
Williams y Barlet .	12.567	19.125	11.660	-34%
Otras (Verano y otoño)	9.514	12.857	9.280	-26%
TOTAL	80.426	120.754	96.100	-33%

Fuente: Elaborado por Afrucat, junio de 2024

que ha provocado una caída fisiológica abundante.

Según declaraciones del presidente del grupo de pepita de Afrucat, Joan Serentill, "es un año para reconquistar y recuperar el mercado nacional. Se esperan peras con buenos calibres y calidad y el mercado español es el que más valora estas peras grandes y dulces. Seguramente se resentirá nuestro perfil exportador y, como principal destino, seguramente Italia será la que notará esta carencia de envíos".

Serentill también ha añadido que este bajón productivo es una mala noticia de cara a poder estimular el consumo de pera y de fruta en general que se encuentra en retroceso desde hace años. "Se nos hacen mayores los consumidores de pera y nuestro reto es llegar a ese consumidor más joven y hacer de la pera un producto en tendencia en su mente. Debemos conseguir que los jóvenes se enamoren de nuestra pera".

Manel Simon, director general de Afrucat, ha afirmado que consideran que "esta debe ser una campaña amable para los productores. Prevedemos que este bajón no se dará sólo en Cataluña y que habrá una falta generaliza-

da de algunas variedades de pera en el mercado, lo que debe permitir a los fruticultores defender el precio de sus producciones".

Carmel Mòdol, secretario de Alimentación del DACC, se ha mostrado seguro de que las condiciones de esta campaña deben permitir que se paguen los precios correctos de las peras y que el rendimiento para el agricultor sea el adecuado. "Cada vez tenemos un mercado más organizado al que llega una producción de calidad y que, esperamos, se aleje de las crisis de los últimos años", ha señalado.

Por último, se ha apuntado la necesidad de estar atentos a cómo evolucionan los fenómenos meteorológicos, en un contexto de cambio climático como el actual, para evaluar la necesidad de reconvertir las variedades que sean más sensibles y que se adapten menos.

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE LA PERA EN EUROPA

Si hace unos años el principal productor europeo de peras era Italia con aproximadamente 900.000 toneladas, seguida de España con unas 650.000, en los últimos años estos países han perdido más de la mitad de su potencial productivo en favor del tándem Bélgica-Holanda. Estos dos países emergentes, especializados en la pera Conference, han doblado desde el año 2000 su producción pasando de las 200.000 toneladas cada uno a las 400.000.

También Portugal, con su pera Rocha, ha conseguido superar a Francia y, con aproximadamente un potencial productivo de 200.000 toneladas, alcanza la quinta posición como país europeo productor de pera.

El 85% de la cuenca del Ebro sufrió sequía prolongada el pasado año hidrológico

Ante la falta de agua, la CHE propone apostar por una agricultura moderna y modificar el sistema de regadíos al descartarse nuevos embalses

JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El 85% de la cuenca del Ebro, que comprende nueve comunidades autónomas y una extensión de 85.638 kilómetros cuadrados, sufrió los efectos de la sequía durante el pasado año hidrológico. Fue la segunda sequía más intensa y prolongada de la serie histórica y la más dura en 30 años: un 44% de la cuenca estuvo en situación de emergencia y hubo problemas para mantener el caudal ecológico en el Delta del Ebro.

Las zonas más castigadas fueron, además de la cabecera y el eje del Ebro, la cuenca del Iregua, el Bajo Ebro (afluentes del Segre y el Matarranya), la del Segre, el Gállego-Cinca y el Aragón-Arba.

Estos datos se recogen en el Informe Hidrológico de la Se-

quía 2023, elaborado por la Confederación Hidrográfica del Ebro (CHE), cuyo presidente, Carlos Arrazola, dio a conocer tras la reunión de la Comisión Permanente de la Sequía.

La situación de emergencia continúa, pero la intensidad es menor. En cualquier caso, mientras la mayoría de las cuencas habían dejado el periodo de escasez atrás, hace unos días la CHE declaró la "situación excepcional por sequía extraordinaria" en las cuencas del Huerva y del Guadalope. Según dicho organismo, esto confirma que en la cuenca del Ebro, por su naturaleza, es "habitual" que haya alguna zona en situación de sequía.

La falta de lluvias ha propiciado que esta campaña en Aragón

no se vaya a cosechar en 146.000 hectáreas de cereal y 175.000 sufren daños muy importantes, sobre todo en la margen derecha del Ebro y en la provincia de Teruel.

Según una primera delimitación, las comarcas aragonesas afectadas son Monegros, Cuenca del Jiloca, Serranía de Montalbán, Bajo Aragón, Hoya de Teruel, Maestrazgo, Zaragoza, Daroca, Caspe, Borja, Calatayud y La Almonia de Doña Godina.

Por eso, el Gobierno de Aragón va a destinar una nueva partida de seis millones de euros para paliar los efectos de la sequía en la agricultura, principalmente en el cereal y algunos leñosos como el almendro.



Aspecto del río Ebro a su paso por Zaragoza en época de sequía. / J ORTEGA

El índice de precipitaciones en la cuenca fue el más bajo de los registrados a excepción del periodo comprendido entre octubre de 1992 y septiembre de 1995.

Arrazola señaló que las informaciones sobre el cambio climático reflejan que para el año 2100 la disponibilidad del agua habrá disminuido un 20%, una previsión que calificó de "optimista" ya que "podría ser mucho peor".

Añadió que, por eso, "vamos a tener que ser precavidos con los nuevos usos del agua mediante más reglas, más regulación, mejoras en el suministro a las poblaciones, y apuesta por la agricultura moderna, porque la disponibilidad del agua será menor".

El 40% de los regadíos de la cuenca del Ebro continúan siendo a manta, es decir mediante la inundación de los campos, por lo que desde la CHE instan a apostar por un cambio de modelo, que pasaría por la tecnificación y la digitalización. Ante la posibilidad de construir más embalses para garantizar la disponibilidad de agua en momentos de sequía, como han propuesto determinadas formaciones políticas, el presidente de la CHE indicó que "no se lo plantean".

En su opinión, con los cuatro embalses que se están desarrollando en estos momentos se conseguirá aumentar la regulación de la cuenca de un 53% a un 59%, lo que ya supone "un salto importante".

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

El rumbo que está tomando la conselleria de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalitat Valenciana, que dirige José Luis Aguirre, no termina de gustar a los agricultores. El pasado 21 de junio, más de 300 agricultores y ganaderos de las principales organizaciones agrarias se concentraron ante la sede de Agricultura para pedir “más hechos y menos palabras”. Ahora, AVA-Asaja y La Unió reclaman medidas compensatorias por los daños causados por la fauna cinegética en el campo y critican que el conseller haya cambiado su propuesta inicial de otorgar ayudas económicas, limitándose ahora a hablar únicamente de “medidas de prevención”.

Ese mismo viernes, 21 de junio, se publicó un anuncio de consulta pública previa sobre el proyecto de orden de la conselleria de Agricultura, que establece las bases reguladoras para la concesión de ayudas destinadas a implementar medidas preventivas en explotaciones agrarias, con el objetivo de mitigar los daños causados por la fauna cinegética. El proyecto indica que las ayudas se destinarán únicamente a prevenir estos daños mediante la instalación de barreras que impidan el acceso de la fauna a las explotaciones, evitando así daños en los cultivos y la transmisión de enfermedades a las especies pecuarias. Básicamente, las ayudas serán para colocar vallas, una práctica que no se puede aplicar de forma generalizada en todos los terrenos afectados en la Comunitat Valenciana.

AVA-Asaja, entidad presidida por Cristóbal Aguado, entiende



El conseller de agricultura, José Luis Aguirre, comprueba los daños del jabalí en naranjos de Picassent. / AVA-ASAJA

AVA y La Unió piden a la Conselleria ayudas para compensar los daños de la fauna

Ambas organizaciones critican que la Conselleria dará ayudas para prevenir, pero en ningún caso para compensar las pérdidas que les originan las distintas especies

que “además de medidas preventivas, es absolutamente necesaria una línea de ayudas para compensar los daños provocados por la fauna salvaje, tal como le hemos estado insistiendo desde el primer día de mandato al conseller de Agricultura, José Luis

El rumbo que está tomando la conselleria de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalitat Valenciana, que dirige José Luis Aguirre, no termina de gustar a los agricultores

Aguirre” y pide, además, que “implique al Gobierno central con una mejora del seguro que permita ampliar la cobertura de los daños provocados por la fauna y, donde no llegue el seguro, con fondos de la Unión Europea que complementen las compensaciones, ya que las leyes y las limitaciones a la actividad agraria llegan a Valencia desde Bruselas y Madrid”.

Por su parte, desde La Unió consideran que este proyecto no cumple con la filosofía de las ayudas que la Conselleria propuso en su día y aprobaron Les Corts. En este sentido, la línea presupuestaria S1531 es para establecer ayudas para paliar los daños en las explotaciones agrarias causadas por especies cinegéticas y está dotada, eso sí, con un importe ridículo de 250.000 euros, mientras en una comunidad vecina como Cataluña el presupuesto será de 6,3 millones de euros.

La Conselleria emitió una nota de prensa el pasado 4 de agosto de 2023 en la que el conseller Aguirre anunciaba una línea de destinada a los agricultores cuyas explotaciones estuvieran dañadas por la acción de la fauna salvaje. En ningún caso anunció ayudas para establecer medidas preventivas.

Una circunstancia que corrobora las afirmaciones de los agricultores, porque lo que inicialmente prometió la conselleria no se ha cumplido. “Este primer año de legislatura del equipo de Conselleria dirigida por Vox, se ha basado en buenas palabras, pero con pocos hechos y realidades”, señalan las organizaciones agrarias.

El Gobierno prorroga la contratación de dos potencias eléctricas al año en el regadío

Esta medida, que constituye una demanda histórica, permitirá a los regantes adaptarse a su patrón de consumo estacional sin coste

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Gobierno ha prorrogado la posibilidad de contratar dos potencias eléctricas al año en el regadío hasta el próximo 31 de diciembre, según un decreto publicado el pasado jueves en el Boletín Oficial del Estado (BOE).

Los regantes podrán cambiar de potencia eléctrica contratada en un plazo inferior a doce meses, tras la prórroga de esta medida de flexibilización en la contratación del suministro eléctrico recogida en el decreto de medidas para apoyar a la ciudadanía y a los sectores económicos ante las consecuencias derivadas de los conflictos en Ucrania y Oriente Próximo.

El ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha destacado en una nota que esta medida, que constituye una demanda histórica de los regantes, les “resulta particularmente beneficiosa, al permitirles adaptarse a su patrón de consumo estacional sin coste”.

El Gobierno la puso en marcha por primera vez en el último trimestre de 2022 y se ha mante-



Los regadíos representan en España el 22,1% de la superficie agraria útil. / ARCHIVO

nido de forma temporal desde entonces, de modo que la Administración General del Estado asume el coste de los cambios de potencia que permiten al regadío reducir los gastos derivados del uso de energía eléctrica y adaptar la potencia a la época de riego. Los regadíos representan en España el 22,1% de la superficie agraria útil, algo más de 3,7 millones de hectáreas, según los últimos datos oficiales.

La Federación Nacional de Comunidades de Regantes (Fenacore) ha apoyado la prórroga, aprobada en el Consejo de Ministros, y ha reclamado que se convierta en definitiva.

Los regantes han destacado en un comunicado que han sido capaces de modernizar sus infraestructuras en estos últimos 25 años, reduciendo el uso del agua más de un 15% al año respecto a 2000.

Esos regadíos modernizados para el riego localizado o por aspersión que se han hecho en más de un 80% de las comunidades de regantes han supuesto el incremento en el consumo de energía necesaria, según Fenacore, que ha considerado la prórroga un “auténtico acicate para avanzar en la modernización”.

Además, la federación ha propuesto la aplicación de un

IVA reducido a las comunidades de regantes en los suministros de energía, igual que se aplica en Italia.

■ OTRAS MEDIDAS

El decreto publicado recoge la prórroga del IVA al 0% de los alimentos básicos (incluido el aceite de oliva) hasta el 30 de septiembre, mientras que del 1 de octubre al 31 de diciembre este tipo pasará al 2%.

El resto de aceites de semillas y las pastas alimenticias mantendrán el IVA al 5% hasta que finalice septiembre y a partir de octubre se situará en el 7,5%.

El aceite de oliva pasará a formar parte de la cesta de alimentos básicos y, por tanto, se gravará a partir de ahora con un tipo IVA superreducido y se situará en el 4% cuando se reestablezcan los tipos normales.

El MAPA ha destacado otra medida que también beneficia al sector agroalimentario, concretamente a las industrias electrointensivas, ya que se prorroga el mecanismo de apoyo para garantizar la competitividad de estas empresas, con una reducción del 80% por ciento de los peajes que soportan.

La industria alimentaria representa el 15,8% del total del consumo energético de la industria manufacturera española, entre las que están empresas que elaboran y procesan aceites, patatas, zumos, azúcar, pescados y conservas.

También se benefician de la norma las industrias de gas intensivas, como las que fabrican azúcar y otros aceites y grasas.

Se confirma la presencia del trips *Scirtothrips aurantii* en la Comunitat Valenciana

Anuncio oficial de la presencia en la Comunitat de esta plaga que proviene de África y Yemen, y está presente en España desde su detección en 2020 en Huelva

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Finalmente se ha confirmado de forma oficial la presencia del trips *Scirtothrips aurantii* en las zonas productoras de la Comunitat Valenciana, circunstancia que ya ha sido comunicada oficialmente por parte de la conselleria de Agricultura al ministerio de Agricultura, Comisión Europea y a otras comunidades autónomas. La conselleria de Agricultura ha remitido ya de hecho la declaración oficial de existencia de la plaga para publicar en el Diario Oficial de la Generalitat Valenciana en el transcurso de los próximos días.

La Unió Llauradora indica que ahora se está pendiente de elaboración de unas recomendaciones por parte de la Conselleria y el IVIA, aunque existe ya un Plan de Contingencia del MAPA desde febrero de 2021 con las medidas a adoptar.

Hace unos días esta organización agraria alertaba de un inusual y fuerte ataque de un trips en cultivos cítricos del sur de Alicante y en el cultivo del kaki de la Ribera Alta que, dada su virulencia, podría ser el *Scirtothrips aurantii*, que proviene de África y Yemen y que está presente en España desde que se detectó en noviembre de 2020 en la provincia de Huelva.

Las temperaturas invernales de este año, cálidas para la época, han favorecido, junto a una humedad relativa suficiente, el desarrollo y dispersión de *Scirtothrips aurantii*, en zonas productoras de Sevilla, Huelva y el sur de Portugal. Ahora, ya se ha certificado también su llegada a la Comunitat Valenciana.

La Unió, tras las peticiones de varios de sus asociados que observaban daños en sus frutos, realizó junto a técnicos de sanidad vegetal de la conselleria de



La plaga se había detectado hace unos días en cultivos cítricos del sur de Alicante y campos de kaki de la Ribera Alta. / LA UNIÓN LLAURADORA

Agricultura, prospecciones para verificar que se trataba de este trips como finalmente se ha confirmado.

El *Scirtothrips aurantii* es una plaga muy polífaga que afecta a más de 70 especies vegetales pertenecientes a distintas familias botánicas. Esta especie de trips es considerada una plaga de gran importancia económica de cítricos —principalmente sobre variedades de naranja—, pero puede afectar también a las producciones de aguacate, uva de mesa, granada y kaki donde puede ocasionar daños en los frutos, que hacen que estos pierdan su valor comercial, dejándolos solo aptos para su procesado.

Por lo tanto, el principal daño en fruto es el provocado por las larvas y los adultos, a pesar de que los brotes en formación también pueden ser atacados reiteradamente por la plaga. El

ministerio de Agricultura, ante esta detección, publicó ya en febrero de 2021 un plan de contingencia donde se establecen las medidas de control y lucha contra este trips dentro del Programa Nacional para la Aplicación de la Normativa Fitosanitaria.

La Unió aprovecha para reclamar al ministerio de Agricultura que refuerce nuestras fronteras ante el peligro de nuevas entradas de plagas que es cada vez más grande por el considerable aumento de las importaciones de cítricos, así como que las diferentes administraciones públicas pongan en marcha ayudas para las explotaciones afectadas por una plaga en la que los agricultores no tienen ninguna responsabilidad y deben asumir los sobrecostes de combatirla.

Los grandes especialistas en plagas advierten que el comercio global significa plaga global

y por ese motivo La Unió aboga por incrementar la seguridad en los protocolos de importación y reforzar los puestos de inspección fronterizos (PIF), así como destinar más recursos a los departamentos de sanidad vegetal que tienen un papel destacado como aliados del sector productor.

“La importación de fruta fresca es una potencial vía de entrada. Estamos ante un riesgo muy elevado y más vale prevenir ahora que curar después. La introducción de otras plagas podría conllevar una grave afección a una producción de frutas como la nuestra orientada al mercado en fresco, por lo que las pérdidas y la desestabilización para el sector europeo serían irreparables”, señala Carles Peris, secretario general de La Unió.

Peris insiste en la necesidad de reforzar la producción autóctona frente a las importaciones. “Las Administraciones deben apostar por salvaguardar las producciones de aquí. Dependiendo de las importaciones de otros países, cada vez más elevadas, es un claro riesgo para la entrada de enfermedades que podrían ser letales para el futuro de la citricultura europea y también implican un alto coste medioambiental”.

El secretario general de La Unió indica que “los productores estamos sufriendo aumentos de costes desmesurados para combatir plagas nuevas y las ya existentes. Nos sentimos indefensos al no disponer de una lucha biológica suficientemente desarrollada para hacer frente, ya que cada vez tenemos menos materias activas disponibles. Todo ello se traduce en pérdida de fruta comercial debido que los desperdicios son más altos y falta de rentabilidad”.

Los parques fotovoltaicos ocupan unas 50.000 hectáreas

► VF. REDACCIÓN.

El ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha publicado, en su página web, el documento “Extensión de los parques fotovoltaicos en España”, en el que se señala que este tipo de instalaciones energéticas ocupan una superficie equivalente al 0,2% de la superficie agraria útil, lo que equivale a unas 50.000 hectáreas.

Por comunidades autónomas, Castilla-La Mancha y Extremadura presentan el mayor desarrollo fotovoltaico, con cerca de 11.460 y 11.340 hectáreas respectivamente, lo que representa el 48% de la superficie total de parques fotovoltaicos en España.

Este documento cuantifica la dimensión de la superficie ocupada por los parques fotovoltaicos en España y caracteriza la forma en que se ha producido su implantación en el medio rural. Para ello, el informe analiza los datos del Registro Administrativo de Instalaciones de Producción de Energía Eléctrica, del ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, y los obtenidos a pie de campo a través de la Encuesta de Superficies y Rendimientos de Cultivo (Esrce), del ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Tanto Esrce, como la superficie inferida de la potencia instalada en fotovoltaicas, arrojan una cifra similar de parques fotovoltaicos en 2023, cercana a las 50.000 hectáreas. No obstante, si finalmente se ejecutan la totalidad de los proyectos evaluados de grandes instalaciones fotovoltaicas (superiores a 50 megavatios), la superficie podría alcanzar en los próximos años las 100.000 hectáreas.

Respecto a su evolución, el crecimiento acumulado de la superficie de los parques fotovoltaicos desde 2016 es de 31.000 hectáreas, incremento que en términos relativos es del 166%.

Los cambios en el uso del suelo entre los años 2012 y 2022, muestran que un 82% de las aproximadamente 23.000 nuevas hectáreas de paneles solares provienen de tierras de secano, un 11% de tierras de regadío y un 7% de superficies forestales y no agrarias. Por cultivos, el cambio a parques fotovoltaicos se ha realizado principalmente desde cereales, girasol y olivar, así como de tierras en barbecho.

En este contexto, el Gobierno trabaja para promover la convivencia entre los sectores energético y el agrario a través de la implantación de tecnologías agrivoltaicas.

En estos sistemas, la generación eléctrica proveniente de fuente solar es plenamente compatible con la producción agraria y así conviven sobre una misma superficie.

En este ámbito, el MAPA lidera el grupo de trabajo interministerial sobre energía agrivoltaica, cuya finalidad es, entre otras, identificar criterios y requisitos que permitan definir el concepto de energía agrivoltaica, al mismo tiempo que se promueve un marco regulatorio acorde a las inversiones de las empresas energéticas hacia este tipo de proyectos.

Los productores rebajan la estimación de cosecha de almendra un 2,2% por la sequía

El sector espera esta campaña un volumen global de cosecha de 122.304 t

► VF. REDACCIÓN.

Los productores españoles han rebajado las previsiones de almendra realizadas en mayo un 2,2%, y se espera una cosecha con un volumen total de 122.304 toneladas, ya que las últimas lluvias no han sido “suficientes” para aliviar el estrés hídrico de los árboles. Las organizaciones agrarias Asaja y COAG, Cooperativas Agro-alimentarias y la Asociación Española de Productores de Frutos Secos y Algarrobas (Aeofruse) detallaron la semana pasada este descenso. De acuerdo a esta revisión de los datos, se estima un incremento de la



El estrés hídrico de los árboles ha mermado ligeramente la producción. / ARCHIVO

cosecha actual en un 8% respecto a la temporada anterior y de un 38% respecto a la media de los últimos cuatro años, por lo que se mantendrían las cifras de

producción en la mayoría de las zonas. No obstante, los datos de la revisión han apuntado a una reducción de la cosecha de unas 3.000 toneladas debido a la falta

de agua. Según su análisis, las lluvias de las últimas semanas “no han sido suficientes ni han llegado a tiempo” para “aliviar la dramática situación de estrés hídrico” de los árboles.

Murcia y Castilla-La Mancha han sido las dos comunidades en las que se ha producido una mayor merma de la producción, con un descenso del 42,3% respecto a la producción media de los últimos cuatro años en el caso de la primera. Los productores han considerado “transcendental” la labor de las mesas territoriales para el “correcto” desarrollo y “determinación” de las previsiones en cada zona de producción.



Portugal



La frambuesa ha registrado en Portugal un importante crecimiento tanto en número de hectáreas como en volumen de producción. / ARCHIVO

Crece el valor de las producciones hortofrutícolas lusas

En el último lustro el sector ha registrado un incremento del 61% alcanzando una cifra de 5.161 millones de euros

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El valor generado por la producción de frutas, hortalizas y flores en Portugal se situó en el ejercicio 2023 en 5.161 millones de euros. Esta cifra supone un incremento del 28% respecto al año 2022, cuando ascendió a 4.024 millones de euros. El crecimiento todavía es mayor si atendemos a la evolución seguida por el sector durante el último lustro. En 2019

el valor de la producción hortofrutícola portuguesa se situó en 3.204 millones de euros. Cinco años después ha superado los 5.000 millones, confirmando un aumento del 61%.

Junto al crecimiento del valor de la producción, la exportación también ha aumentado de forma importante. El sector generó en 2023 una facturación de 2.303 millones, lo que supone un incremento del 11% respecto a 2022. Y en los últimos cinco años los envíos al exterior del sector de frutas, hortalizas y flores del país vecino han crecido un 42%, pasando de 1.612 millones de euros en 2019 a 2.303 millones en 2023. Estos son los datos difundidos por Portugal Fresh que fueron presentados en el último Grupo de Contacto de la Fresa de Francia, Italia, España y Portugal, celebrado el 4 y 5 de abril en Teotónio-Odemira, en un encuentro en el que participaron Freshuelva y Fepex.

Con relación al sector de los frutos rojos, la exportación portuguesa generó en 2023 una facturación de 294 millones de euros, con un crecimiento interanual del 16%. En el último lustro, el incremento ha sido del 26%, pasando de 233 millones en 2019 a la cifra mencionada en 2023.

Del valor total generado por la exportación portuguesa de frutos rojos en 2023 (294 millones de euros), el 70% corresponde a la frambuesa con 206 millones, le sigue el arándano con 43 millones; la mora con 37 millones, y la fresa con 6,7 millones de euros.

En la última campaña de exportación se produjeron fuertes aumentos en todos los berries mencionados, excepto en la fresa que descendió. Las ventas al exterior de frambuesa en 2023 respecto a 2022 aumentaron un 13%, las de arándano un 5%, las de mora un 27% y las de fresa descendieron de 7,6 millones de euros en 2022 a 6,7 millones en 2023, un 11% menos.

Durante la reunión del Grupo de Contacto de la Fresa, la delegación portuguesa informó del notable crecimiento experimentado tanto en hectáreas como en tonelaje de frambuesas, producto en el que el país luso está adquiriendo una destacada posición.

Asimismo, también subrayaron que, a pesar del importante incremento de hectáreas de fresas de los últimos años, Portugal sigue teniendo la necesidad de importar producto, sobre todo español, para atender a toda la demanda nacional. Los representantes portugueses incidieron en

que la campaña precedente había sido “muy complicada por el descenso de la producción, los costes más elevados y los mayores requisitos de los clientes”.

El Grupo de Contacto de la Fresa de Francia, Italia, España y Portugal apostó decididamente por la innovación tecnológica para hacer frente a las consecuencias del cambio climático, que afectan directamente a todas las fases de la producción de los frutos rojos.

■ RECURSOS HÍDRICOS

En relación con el sector de los berries, la última edición del Congreso Internacional de Frutos Rojos contó con la intervención de José Macario Correia, presidente da Associação de Regantes do Sotavento Algarvio; y Carla Monteiro, del departamento de Agricultura de Madre Fruta, organización de productores de fresa y berries del Algarve portugués, que impartieron la conferencia ‘El sector de los berries y recursos hídricos en Portugal’.

El sector generó en el año 2023 una facturación de 2.303 millones de euros en exportaciones

En ella, José Macario Correia aseguró que Portugal sufre los mismos problemas que España por la falta de recursos hídricos, “con continuas promesas de los gobernantes que luego no se cumplen”, una dificultad común a la que los responsables públicos no le dan “la importancia que sin duda tiene”.

Por su parte, Carla Monteiro explicó la situación actual de los berries en el Algarve a través de la organización Madre Fruta, que aglutina a unos productores que trabajan en más de 160 hectáreas de frutos rojos desde la zona de Faro hasta casi la frontera con España. Explicó que estos productores se encuentran con las mismas dificultades que los agricultores onubenses: las nuevas plagas y las restricciones para aplicarlas, la mayor demanda del mercado, los fenómenos climáticos adversos y la reducción de la disponibilidad de agua. En este sentido, aseguró que “sin agua no hay agricultura”, por lo que abogó por seguir trabajando “por reducir el consumo, pero no sólo en el campo, sino en todos los aspectos de la vida, porque sin agricultura no hay alimentos”.

MAF RODA
AGROBOTIC

TU SOLUCIÓN LLAVE EN MANO



POMONE & GLOBALSCAN 7 - UV

- Sistema electrónico de clasificación patentado.
- Máxima precisión en el análisis de calidad.
- Máxima delicadeza con el fruto.
- Fácil limpieza y mantenimiento.



MAF RODA
AGROBOTIC

rodasale@mafroda.es

**OUR INNOVATION,
YOUR EFFICIENCY**

Automatización | Tratamiento | Clasificación | Calibrado | Robótica | Packing

www.maf-roda.com

España es el principal proveedor de productos fertilizantes

Las previsiones apuntan un crecimiento de los biofertilizantes en los próximos años

► VF. REDACCIÓN.

El ICEX ha publicado este año un estudio que analiza el mercado de los fertilizantes en Portugal con la finalidad de proporcionar información útil a las empresas españolas interesadas en introducirse en este mercado.

El sector de los fertilizantes en Portugal se compone de 32 firmas productoras, que facturaron en 2022 un total de 379,23 millones de euros y emplearon a 664 personas. De estas empresas, el 21,88% están localizadas en Lisboa, y a ellas les corresponde el 72,37% de la cuota de mercado.

Abonos minerales o químicos nitrogenados representan un 48,50% del total de las importaciones lusas

En cuanto a los datos de comercio internacional, el principal país proveedor de productos fertilizantes a Portugal es España, con exportaciones en el año 2022 de 242,67 millones de euros, acaparando una cuota de mercado del 55,26%, y registrando un crecimiento del 102% en el periodo comprendido entre 2017 y 2022. Además, existen varias empresas españolas establecidas en Portugal, y a España le siguen Egipto y Argelia con un 14,67% y un 6,90% de cuota de mercado, respectivamente. En el apartado comercial, los abonos minerales o químicos nitrogenados representan un 48,50% del total de las importaciones lusas.

Para entender mejor el sector de los fertilizantes, en el estudio del ICEX también se analiza la demanda desde el punto de vista del sector agrícola. De las 5.121.413 hectáreas de áreas rurales de las que está compuesto el territorio portugués, el 77,40% corresponde a superficie agrícola utilizada, que se ha incrementado un 6,17% desde el año 2003 hasta 2019. Esta tendencia positiva solamente se ha visto en el Portugal continental, ya que tanto la región de Azores como Madeira han visto disminuida su superficie agrícola en los últimos años. En cuanto a los principales cultivos agrícolas en el país, se concluye que, en primer lugar, se encuentran los olivares, seguidos por los cereales para grano y los viñedos.

En cuanto a las perspectivas del sector de los fertilizantes en Portugal, tanto a nivel nacional como a nivel europeo, se están creando nuevas líneas de acción destinadas a la modernización y al crecimiento del sector agrícola y de los fertilizantes y se está haciendo hincapié en el modo de producción biológico y los biofertilizantes, ya que serán dos piezas clave en la prosperidad y el futuro del sector agroalimentario portugués. Con planes como la Agenda de Innovación para la Agricultura 2020-2030 – Terra Futura o

el Next Generation EU, se está buscando el crecimiento sostenible y a largo plazo del sector agrícola.

El número de explotaciones agrícolas en Portugal en modo de producción biológico se ha incrementado un 210% desde 2009

y se aspira a que la cifra total de este tipo de explotaciones se duplique hasta 2027. Es por ello por lo que se prevé que el sector de los biofertilizantes crezca en los próximos años ya que, por un lado, el consumo de fertilizantes inorgánicos ha descendido en los

últimos años (de hecho, en Portugal, el consumo se ha reducido 3,6 veces más que en el resto de la UE) y, por otro lado, se está buscando impulsar tratamientos menos químicos para reducir la contaminación derivada de las actividades agrícolas.



El número de explotaciones agrícolas en producción biológica se ha incrementado un 210% desde 2009. / ARCHIVO

**LOS QUE PRODUCEN
SALUDAN...**

... LOS QUE PREFIEREN
**LA CALIDAD
Y UTILIDAD
DOMPLEX**

Plásticos Industriais e Domésticos, S.A.

Apartado 105
2416-902 Leiria · PORTUGAL
Tel (+351) 244 88 01 60/1
www.plastidom.pt

MERCADOS NACIONALES

Alfalfa deshidratada, D. Pellets, 14%-15% prot., Aragón/Lérida	250,00-260,00
14%-15% Balas, Aragón/Lérida	230,00-270,00
Harina de Girasol Integral (28%), disponible Tarragona	235,00-236,00
disponible Andalucía	243,00-244,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%), disponible Tarragona	312,00-313,00
Palmiste, disp. Valencia	227,00-228,00
Harina de Colza, dest. Valencia	312,00
Gluten Feed, disp. Valencia	235,00
Bagazo de Maíz, disp. Valencia	S/C
Pulpa seca remolacha granulada, Import., disp. Tarragona	232,00-233,00
Pulpa Seca de Naranja	239,00
Salvado de Trigo Cuartas, destino Valencia	208,00
Hojas, destino Valencia	325,00
Terzerillas, destino Valencia	S/C
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm	
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia	400,00-480,00
Zona Alicante	400,00-445,00
Zona Castellón	400,00-430,00
Zona Tarragona	400,00-430,00
Zona Murcia	300,00
Zona Ibiza	240,00-340,00
Zona Mallorca	480,00-500,00
<i>Precios tonelada a granel s/rendimientos</i>	
Troceada Integral, disp. orig.	230,00-260,00
Troceada sin Harina disponible origen	290,00-340,00
Troceado Fino, disp. origen	270,00-290,00
Garrofin, disp. origen	Sin operaciones
LEGUMBRES Euros/Tm	
<i>Disponible origen</i>	
ALUBIAS	
Redonda Manteca	2.700,00
Pintas Granberry	2.100,00
Michigan	1.600,00
Canellini Argentina 170/100	1.800,00
Blackeyes	1.850,00
Negras	1.500,00
Garrofin	2.750,00-2.800,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46	2.100,00

Nuevos 34/36	2.800,00
Nuevos 50/52 (tipo café americano)	S/C
LENTEJAS	
USA Regulars	1.700,00
Laird Canadá	1.600,00
Nacionales 6/7 mm	S/C
Nacionales 7/9 mm	S/C
Stone	1.450,00
Pardina Americana	1.800,00
<i>Precios por tonelada, mercancía envasada.</i>	
FRUTOS SECOS Euros/Tm	
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11, disponible origen	2.600,00
Chino 11/13, disponible origen	2.500,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Jumbo Americano 38/42 disponible Valencia	2.350,00
Mondado Origen Argentina 38/42 disponible Valencia	2.300,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia	10.500,00
Largueta 13/14 mm, Valencia	8.100,00
<i>Precios tonelada, mercancía envasada.</i> (Pocas operaciones)	
Marcona	
prop, Valencia	S/O
Largueta +++ prop, Valencia	S/O
Comuna prop, Valencia	7.500,00
Belona prop, Valencia	S/O
Comuna ecológica, Valencia	S/O
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm, disponible Valencia	7.400,00
PATATAS Euros/Tm	
Lavada Nueva,	
origen España, disp. Val.	600,00
origen Francia	700,00
Agría origen España	620,00
Roja, origen España, disp. Val.	600,00
Nueva de Castilla, disp. Valencia	400,00-420,00
<i>Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.</i>	
CEBOLLAS Euros/Tm	
Variedad Sprin, disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo	
500,00-730,00	

Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas se entienden sin nuestra garantía ni

responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja vía telefónica o a través de la web.

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 17 al 23 de junio 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
La cosecha de los cereales de invierno y otros cultivos extensivos, que había comenzado en Rioja Media y Baja en la semana anterior, se vio interrumpida por las lluvias que de forma copiosa alcanzaron a toda la comunidad. Unas precipitaciones tardías que complican las labores en campo, y elevan el riesgo de rebrotes de malas hierbas, sobre todo, en las situaciones en las que los rendimientos estaban más comprometidos. Los resultados, aunque todavía no es mucha la superficie recolectada, son tal y como se esperaban muy dispares, con rendimientos que van desde 2.500 kg/ha, hasta cantidades que superan los 4.000 en cultivo tras barbecho, y por supuesto, en los regadíos. También son muy variables los pesos específicos del grano, aunque en general y con excepciones, se sitúan para la cebada por encima de los 60 kg/hl y en el trigo en torno a 70 kg/hl. La cosecha de los guisantes proteaginosos, al igual que la de los cereales, ofrece también una gran variabilidad, con resultados hasta ahora, que van, desde los 600 hasta los 2.000 kg/ha.	

OLEAGINOSAS Euros/Kg	
Colza	39,50
Girasol	39,50
Girasol Alto oleico	40,50
Mercado sin variaciones en lo que se refiere a los precios de los champiñones y setas comercializados en fresco. Las producciones van descendiendo tal y como es habitual en esta época en la que se afronta el final de campaña.	

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	2,62
Bandeja pie cortado	2,88
Industria 1 Raíz	1,19
Industria 2 Pie cortado	1,08

Seta	
Ostra Granel	3,50
Ostra Bandeja	4,25
Shii-Take granel	5,00
Se mantienen estables los precios en todas las categorías de champiñón y setas cultivadas en un periodo en el que su producción sufre un recorte paulatino, debido a motivos estacionales y a la finalización de los ciclos de producción.	

HORTALIZAS Euros/Kg	
Acelga	
Amarilla	0,90
Verde	0,60
Borrajá	1,00

Lechuga	
Rizada	2,70
Escarola	S/C
Cardo	S/C
Repollo	0,25
De Bruselas	S/C
Coliflor	20,30
Cebolleta	0,70
Brócoli	S/C
Romanescu	S/C
Alcachofa Fresca	S/C
Industria	S/C
Espárrago	
Fresco IGP Navarra	S/C
Industria IGP Navarra	S/C

Alubia Verde Fresco		2,50
Pocha	4,00	
Guisante Verde	3,48-4,04	
Haba Grano	S/C	
Calabacín	0,60	
Tomate 1º	0,85	
Tomata	1,05	
Pepino Corto	0,45	
Pimiento Verde Crsital	2,00	
Verde Italiano	1,50	

Las producciones típicas del verano van adueñándose del mercado con precios, que en general, tienden a la baja, a la vez que las labores de siembra, plantación y preparación del terreno para nuevos cultivos, a pesar de las lluvias caídas a mediados de semana, se han seguido de-

sarrollando con normalidad.	
FRUTAS Euros/Kg	
GRUPO PERA	
Industria	S/C
Limonera 60+	S/C
Ercolini 50+	S/C
Blanquilla	
DOP	S/C
Conferencia	
DOP 75+	S/C
DOP 70-75	S/C
DOP 65-70	S/C
75+	S/C
70-75	S/C
65-70	S/C
65-60	S/C
GRUPO MANZANA	
Royal Gala 60+	S/C
Industria	S/C
Golden 70+	S/C
Fuji 70+	S/C
GRUPO MELOCOTÓN	
Albaricoque 40+	1,60
GRUPO CEREZA	
26-28 mm	1,10
28-30 mm	2,00
+ 30	3,10

SLa demanda de frutas se centra en estas semanas en las especies de hueso, desdendiendo la escasa oferta que aún existe de peras y manzanas. En nuestra comunidad, se avanza en la recolección de la cereza, y como sucede en el resto del país, con una producción abundante pero corta en calibre, mientras que los albaricoques, con una oferta aún escasa, repiten sus últimas cotizaciones.

FRUTOS SECOS Euros/Kg	
ALMENDRAS	
Común	0,52
Largueta	0,90
Marcona	1,09
Floración Tardía	0,92
Ecológica	1,10
Precios estables para todas las variedades de almendras, bajo una operativa de mercado en mínimos. La fortaleza de los precios en la almendra americana beneficia la posición de la oferta nacional.	

Lonja de Zamora

Precios semanales de cereales, fijados en la Lonja de Zamora del día 27 de junio de 2024. Información facilitada por EFEA-GRO.

CEREALES Euros/Kg	
Trigo Blando	208,00
Cebada	198,00
Maíz	203,00
Paja empacada	125,00

LEGISLACIÓN

El Consell concede 12,6 millones a la Acequia Real del Júcar para obras de modernización de regadíos

El importe de la ayuda va destinado a financiar las aportaciones que debe realizar esta entidad para completar la ejecución de las obras que están sufragadas en un 80 % el SEIASA

El Consell ha aprobado la concesión directa de una subvención de carácter excepcional destinada a la Comunidad de Regantes de la Acequia Real del Júcar, por valor de 12.626.086 euros, para obras de modernización de regadíos que ayuden a paliar los efectos que está causando la situación de sequía extraordinaria que se está registrando en gran parte de la cuenca.

El importe de esta ayuda de carácter excepcional está destinado a la financiación de las aportaciones económicas que la Comunidad de Regantes

de la Acequia Real del Júcar debe realizar para completar la ejecución de las obras de modernización de regadíos, que están financiadas en un 80 % por la empresa pública Sociedad Mercantil Estatal de Infraestructuras Agrarias (Seiasa).

El pasado mes de marzo, la Confederación Hidrográfica del Júcar declaró la situación excepcional por sequía extrema debido a la ausencia continuada de precipitaciones en gran parte de la cuenca, y que han convertido al año hidrológico del periodo 2023-2024

en el más seco de los últimos 33 años, circunstancia que justifica la concesión directa de esta subvención de ayudas directas.

En este contexto de sequía extrema se hace necesario adoptar medidas de modernización de regadíos de la Acequia Real del Júcar que permitan mejorar significativamente la eficiencia hídrica y, por consiguiente, el ahorro de agua en sus sistemas de regulación, transporte, distribución y aplicación de los recursos, para que no se agrave la situación en el caso de

que continúe este episodio de falta de lluvias.

Concretamente, se van a llevar a cabo obras medioambientales y de adecuación de las redes de transporte y distribución de ocho sectores de la Acequia Real del Júcar.

Las actuaciones se desarrollarán en tres anualidades, de manera que para el año 2024 se destinan 2,1 millones de euros, para 2025 la cuantía será de 4 millones de euros y para 2026 las ayudas casi alcanzarán los 6,4 millones de euros.

La modernización de estos ocho sectores va a permitir

que la Comunidad de Regantes de la Acequia Real del Júcar ahorre un volumen de 6,67 hectómetros cúbicos, lo que supone garantizar un caudal básico para atender las demandas agrarias de riego.

Además, la mejora de la eficiencia de los sistemas de regadío contribuirá a mejorar la calidad del empleo agrario, al eliminarse los turnos de riego, al ahorro de agua, al fomento de uso del uso de energías renovables, así como a la incorporación de las nuevas tecnologías y el acceso a la digitalización en el ámbito agrario.

Las clementinas Bagú colaboran con AgroFresh para mejorar la calidad con datos optimizados

FreshCloud™ Inspection ayuda a reducir el desperdicio y mantener la calidad facilitando información práctica en toda la cadena de suministro

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

AgroFresh Solutions ha ampliado su larga colaboración con Bagú SL, empresa familiar de Burriana especializada en clementinas de alta calidad desde hace casi un siglo.

Con clientes en Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Irlanda y Oriente Medio, Bagú suministra clementinas (que constituyen el 90% del volumen de ventas de la empresa) a diversas partes del mundo. Con una producción anual de entre 50 y 55 millones de kilogramos de clementinas, muchos confían en Bagú para que les proporcione fruta de calidad durante todo el año.

Bagú acudió a AgroFresh en busca de una solución para mejorar la gestión de los datos de sus cítricos. Sus diversos almacenes requerían de un sistema fiable, y por ello, el año pasado implementaron la plataforma digital FreshCloud™ Inspection. Esta solución les permite visualizar fácilmente los datos



Bagú acudió a AgroFresh en busca de una solución para mejorar la gestión de los datos de sus cítricos. / AGROFRESH

en tiempo real, haciéndolos más accesibles y procesables para optimizar la gestión de la calidad de la fruta.

“La plataforma FreshCloud™ de AgroFresh nos ha apor-

La plataforma FreshCloud™ hace más fácil compartir información importante con todo el equipo, lo que supone una gran ayuda para Bagú y sus clientes

tado sencillez, rapidez y una visualización de datos mejorada con un reporte completo con todos los datos y fotos”, afirma Isaac Balaguer, director técnico de operaciones de Bagú. “Esto hace que sea mucho más fácil compartir información importante con todo el equipo, lo que nos ayuda a nosotros y a nuestros clientes”.

“FreshCloud™ Inspection ofrece visibilidad integral de los datos, así como información en tiempo real para facilitar la toma de decisiones y ayudar a mejorar la calidad, la rentabilidad y la sostenibilidad.

Permite a los usuarios recopilar, analizar y tomar decisiones basadas en cada fruto, desde la cosecha hasta el almacenamiento”, indica Cesar Balguerías, EMEA Data & digital Product Lead.

Con la información sintetizada y clara en FreshCloud™ Inspection, ahora Bagú obtiene informes de calidad que comparte con sus clientes. Esta información se envía antes de que la fruta salga de sus instalaciones. “Se registra la calidad de todo el lote de producto, lo que resulta muy útil para todos los implicados, nuestro equipo y el distribuidor o retailer”, afirma Balaguer.

A través de FreshCloud™ Inspection, “AgroFresh ofrece a sus clientes soluciones que ayudan a maximizar el potencial de beneficios y minimizar las pérdidas.

También ayuda a gestionar la comunicación y los costes laborales”, según afirman desde la multinacional.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El incremento del volumen comercializado y la eficiencia en la gestión permiten a Grupo Agroponiente seguir mejorando sus resultados en la campaña 22/23. A cierre del mes de mayo, la compañía crecía por encima del 10% en volumen de ventas, doblando el 5% logrado el año pasado, esperando superar con holgura los 320 millones de kilos comercializados, gracias a su eficiente gestión y a la confianza depositada en el grupo por parte del agricultor almeriense

Grupo Agroponiente vuelve a confirmar que goza de un saludable presente y un esperanzador futuro. Tras el pasado ejercicio, que fue excepcional, la campaña actual no ha hecho sino confirmar la positiva tendencia iniciada a principios del año 2022, acelerando su crecimiento en volumen hasta unas cifras por encima del doble dígito y que no son sino el preludio de una campaña 24/25 que tiene muy buenas perspectivas para la compañía.

Todo esto se ha producido en un contexto mucho más complicado que en la campaña anterior, con una disminución generalizada de los precios en el sector, que Grupo Agroponiente ha logrado paliar gracias a “su apuesta clara y decidida por el agricultor, con la solvencia y la seriedad en el trato y en los pagos como sello de identidad, así como por la constante mejora en los procesos de gestión y de logística, plasmada en una estrategia de eficiencia transversal en la empresa”, señalan desde la firma.

El crecimiento ha sido generalizado en todos los productos, con especial mención en el pimiento y el pepino, destacando además

Grupo Agroponiente mejora sus resultados en la campaña 2023/2024

La compañía prevé superar con holgura un volumen de 320 millones de kilos comercializados



Grupo Agroponiente ya ha sentado las bases para que en la próxima campaña haya también importantes aumentos. / GA

el buen hacer en hortalizas donde el sector ha tenido especiales dificultades este año como son el tomate, el calabacín o la berenjena.

Tras haber logrado aprovechar el buen momento del mercado en la campaña 2022/23,

Grupo Agroponiente ha dado continuidad, e incluso acentuado esa línea positiva, en un ejercicio 2023/24 en el que el contexto no ha sido igual de favorable, gracias a una buena gestión y mejora de los costes, una eficiencia en la productividad y a un impor-

tante proceso expansivo que va a tener continuidad en la próxima campaña.

Así, desde Grupo Agroponiente ya se han sentado las bases para que la próxima campaña, la 2024/25, sea de gran crecimiento para la compañía y suponga un

punto de inflexión en el futuro de la misma. De hecho, si en la campaña 2022/23 la empresa creció al 5% en volumen y en esta pasada campaña 23/24 lo ha hecho al 10%, las previsiones basadas en cifras, estrategias y planificaciones apuntan a un crecimiento de al menos el 15% en la próxima temporada 2024/25.

El CEO de la compañía, Imanol Almudí, ha mostrado su “satisfacción por las cifras con las que prácticamente estamos cerrando ya la campaña 2023/2024. La realidad es que la temporada anterior había sido histórica para nuestra empresa, dentro de un contexto general favorable del sector.

Pero como todo el mundo sabe, este es un sector cuyas dinámicas varían de manera importante de un año a otro, y en esta temporada que ahora culminamos, los precios no han sido tan favorables y el mercado en general no se ha movido con la misma pujanza. Sin embargo, en ese contexto, mucho más complejo, hemos sabido culminar procesos de eficiencia en todos los sentidos, desde la reducción de los costes generales de la empresa, la mejora de la productividad, y el incremento en las ventas, siempre apostando por la base de todo, que es el agricultor, para seguir describiendo crecimientos inéditos hasta el momento, superiores incluso en volumen a los del año anterior y redondeando un buen periodo bianual.

Ahora el reto es seguir creciendo y consolidando el proyecto, y avanzar en nuestro objetivo de convertir a Grupo Agroponiente en la empresa de referencia en el Sector en el Sur de Europa”.

recubrimientos CI-Control®

controlan los manchados por daño por frío

Los manchados por Daño por Frío en cítricos aparecen posteriormente al almacenamiento y/o transporte frigorífico. Se manifiestan con mayor intensidad en la cara externa del fruto, mientras que la cara interna es la menos afectada porque conserva su cera epicuticular intacta. CITROSOL ha conseguido mejorar las formulaciones de algunos recubrimientos con la protección extra CI-CONTROL® que reduce, incluso elimina, estos manchados.

Una gran ventaja competitiva en los mercados que exigen una reducción de materias activas.

 **citrosol**

stay fresh with
innovation

www.citrosol.com



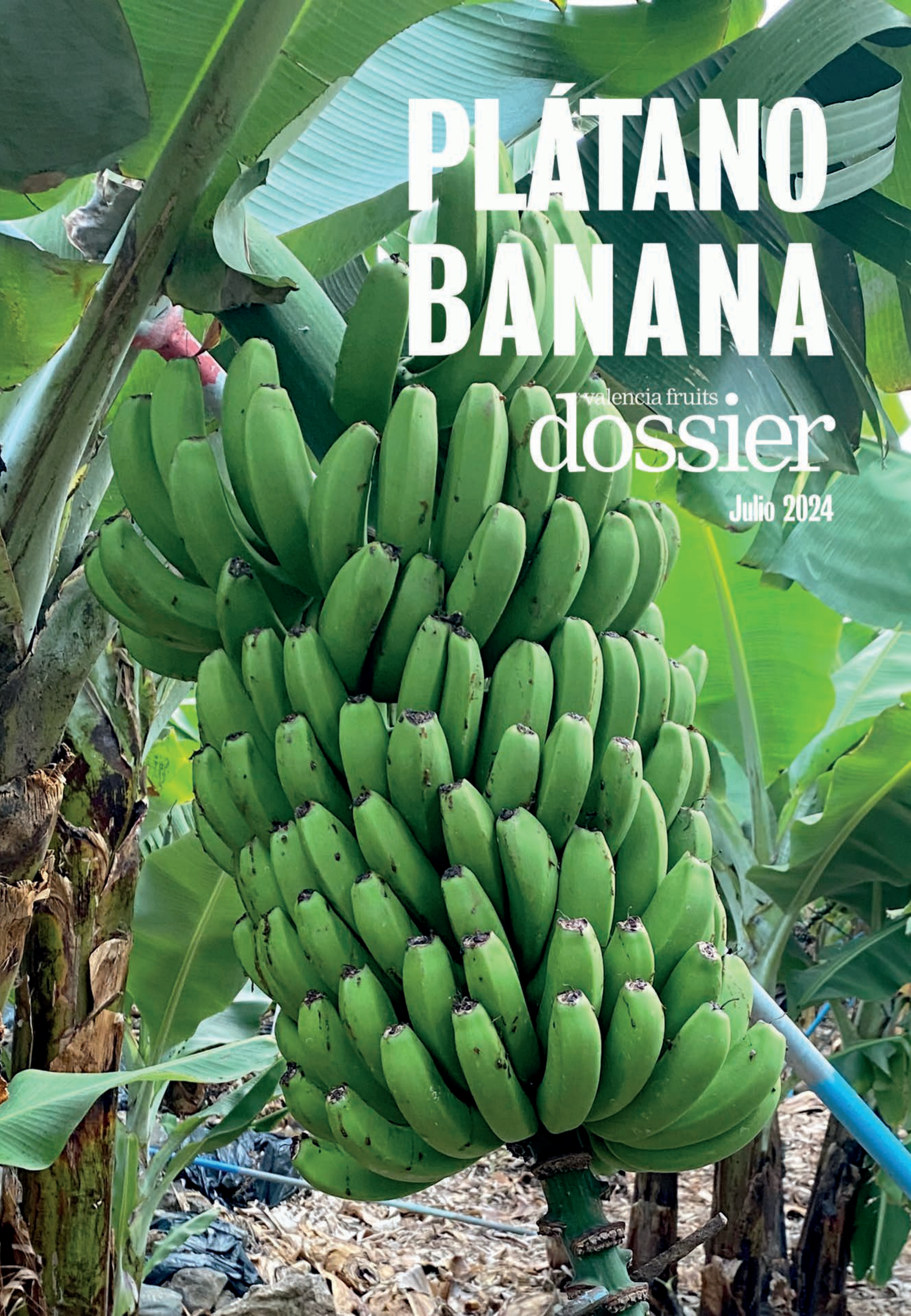
La gama de recubrimientos
PlantSeal® CI-C es apta
para el consumo vegano.



PLÁTANO BANANA

valencia fruits •
dossier

Julio 2024





El clima adverso, el alto coste en fertilizantes y fitosanitarios y la propagación de enfermedades como *Fusarium* (TR4) son responsables de la baja producción. / ARCHIVO

La baja producción estanca el mercado mundial de la banana

El “Análisis del mercado de la Banana” de la FAO muestra que las exportaciones de banana solamente crecieron un 0,3% y las importaciones un 1% en 2023

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

El volumen de bananas comercializado mostraba un modesto crecimiento durante el primer semestre de 2023, lo que apunta al inicio de una posible recuperación tras el marcado declive del año anterior. Así, los datos correspondientes a enero-julio de 2023 de la FAO revelan que la exportación mundial aumentó en torno a un 0,3% respecto a 2022, situándose aproximadamente en 19,2 millones de toneladas.

La evolución de este primer semestre muestra tendencias muy dispares entre los principales países productores y exportadores de banana, ya que mientras sólo algunos registraron incrementos en sus envíos, otros se enfrentaron a desafíos que han limitado su capacidad de crecimiento, como condiciones climáticas desfavorables, altos costes de fertilizantes y fitosanitarios y la propagación de enfermedades devastadoras como la marchitez por *Fusarium* (TR4).

Por su parte, la demanda de banana mantuvo su firmeza en los principales mercados de importación, impulsada, sobre todo, por su relativa asequibilidad en comparación con otras frutas. Esto contribuyó a mantener precios elevados, especialmente en mercados como la Unión Europea y Estados Unidos. Es por ello que el segundo semestre del año mostraba signos de mejoría en la rentabilidad del sector.

■ EXPORTACIONES

La principal región exportadora del mundo, América Latina y el Caribe, aumentó un 1,3% sus envíos de banana hasta alcanzar los 14,7 millones de toneladas —200.000 toneladas más que en 2022—. Ecuador, por su parte, el país líder en exportación de banana, registraba un crecimiento del 7% en sus envíos entre enero y agosto de 2023, elevando las exportaciones totales del país a 6,2 millones de toneladas aproximadamente. El país aumentó casi un 10% su producción durante la primera mitad de 2023, aliviando las dificultades derivadas de la escasez de producción experimentada en 2022. Además,

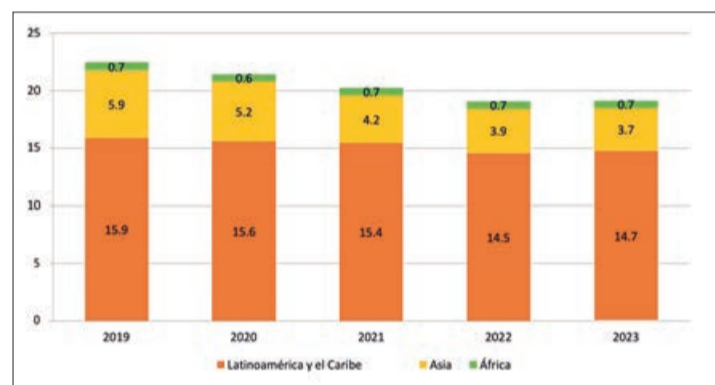
la bajada de los fletes marítimos redujo los costes de importación de banana de Ecuador a la UE, facilitando aún más el crecimiento.

Los envíos de Guatemala, el segundo mayor exportador de la región de ALC en 2022 y el principal exportador a los Estados Unidos, registraron un crecimiento de casi el 10% en los ocho primeros meses de 2023, lo que apunta a una exportación total de 2,4 millones de toneladas en 2023. Las condiciones favorables de producción y las inversiones en expansión permitieron una amplia disponibilidad de banana a bajo coste en Guatemala. Con un valor medio de 380 dólares por tonelada, la banana de Guatemala sigue siendo de las más baratas en los mercados mundiales.

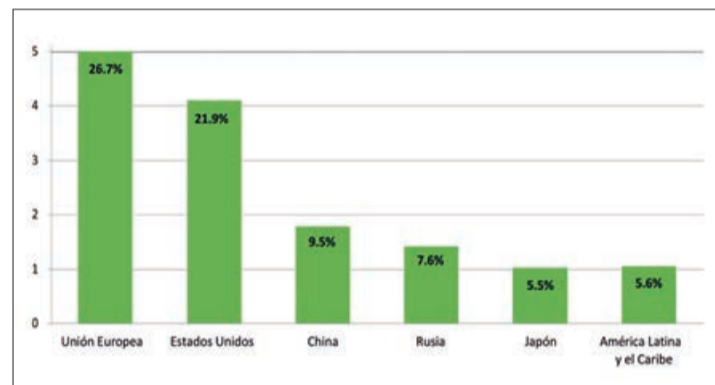
Mientras tanto, las exportaciones de Colombia, el tercer proveedor en la región de ALC en 2022, se vieron afectadas por las fuertes lluvias en la primera mitad del año, que perjudicaron tanto la cantidad como la calidad de la producción. Datos preliminares de la Oficina Nacional de Aduanas de Colombia muestran una caída interanual de casi el 30% entre enero y agosto de 2023, junto con un aumento del 12% en el valor unitario medio de exportación. Así, las exportaciones de banana de Colombia se vieron reducidas a poco menos de 2 millones de toneladas en 2023, una disminución del 12% respecto a 2022. Además del clima adverso, la industria también tuvo que hacer frente a altos costes por la aplicación de estrategias de mitigación de la enfermedad TR4.

Costa Rica, otro importante exportador y tercer proveedor de la UE, también sufrió escasez de producción en el primer semestre de 2023 debido a condiciones climáticas desfavorables y a la aplicación insuficiente de fertilizantes en 2022.

Datos del Instituto Nacional de Estadística de Costa Rica registraron una caída interanual del 8,5% en cantidad exportada hasta junio de 2023. Sin embargo, la demanda en la Unión Europea y Estados Unidos, principales mercados del banano costarricense,



Exportaciones mundiales de bananas por regiones, periodo 2019-2023. En millones de toneladas. / FAO



Importación por países. Año 2023. En millones de toneladas y cuota en las importaciones mundiales. / FAO

Los principales exportadores de banana de Latinoamérica, Ecuador y Guatemala, registraron un aumento de sus envíos, mientras que Colombia y Costa Rica descendieron por el clima y otras adversidades

Las exportaciones asiáticas se contraen en torno a un 4% y África registra una expansión del 2%

se mantuvo firme, lo que aumentó el valor unitario medio de exportación en un 7,8%.

Cambiando de continente, las exportaciones de Asia se contrajeron en torno a un 4% en 2023, hasta unos 3,7 millones de toneladas. El principal exportador de la región sigue siendo Filipinas, que suministra alrededor del 60% de los envíos asiáticos de bananas, pero vio su producción gravemente afectada por la propagación del TR4 en el país.

Por su parte, la demanda de China y de algunos importadores emergentes de Oriente Medio contribuyó a seguir impulsando las inversiones en plantaciones de bananas en Vietnam y la India, dos exportadores en alza de la región.

De este modo, las exportaciones de bananas de la India crecieron hasta unas 450.000 toneladas en 2023, un incremento de aproximadamente el 25% con respecto a 2022, y que las de Vietnam alcan-

Pese a la demanda firme de los países importadores, el leve crecimiento de la producción mundial y las exportaciones han dificultado la recuperación del sector

zaron unas 420.000 toneladas, un 3% más que en 2022.

Sobre la base de la evolución del primer semestre, las exportaciones de África registraron una expansión estimada del 2% en términos cuantitativos en 2023, alcanzando unas 670.000 t.

■ IMPORTACIONES

Los datos de comercio de enero a julio de 2023 indicaban, por su parte, un crecimiento de las importaciones mundiales de bananas de un 1%, alcanzando aproximadamente 18,7 millones de toneladas. Aunque la demanda fue firme en la mayoría de los mercados, el crecimiento de las importaciones se ha visto limitado por la menor disponibilidad de suministros de los principales productores, especialmente Costa Rica, Colombia y Filipinas. Esta escasez afectaba especialmente a las importaciones de la Unión Europea, Japón, el Reino Unido y China, que representan casi el 50% del total mundial.

Las importaciones netas de bananas de la UE, el mayor importador mundial, se estancaron en los primeros siete meses de 2023, señalando una importación total de 5 millones de toneladas para ese año, un 10% por debajo de los niveles previos a la pandemia. A pesar de esto, la demanda de bananas en la UE ha aumentado debido a su conveniencia, valor nutricional y asequibilidad, lo que elevó los precios de importación en destinos clave como Países Bajos, Bélgica, Alemania, Italia y Francia, con aumentos del 10-15%.

Las importaciones netas en Estados Unidos crecieron un 1,5% durante los ocho primeros meses del año, alcanzando un total anual de aproximadamente 4,1 millones de toneladas. Las importaciones de Guatemala aumentaron un 2% —de donde Estados Unidos obtiene alrededor del 40% de las compras totales—, mientras que las de Costa Rica y Ecuador crecieron un 10% y 7%, respectivamente. Cabe destacar el fuerte incremento de los envíos de banana orgánica de Ecuador, con un aumento interanual del 21% entre enero y agosto de 2023.

Las importaciones de China disminuyeron un 9% entre enero y agosto de 2023, con una proyección anual por debajo de 1,8 millones de toneladas, aunque sigue siendo el tercer mayor importador mundial, con una cuota del 9% de las importaciones mundiales en 2023.

Los datos disponibles indican que las importaciones netas de la Federación de Rusia se mantuvieron prácticamente sin cambios con respecto al año anterior, con 1,4 millones de t en 2023 y siendo estos envíos casi exclusivamente procedentes de Ecuador.

Por último, las importaciones de Japón disminuyen, hasta 1 millón de toneladas, debido a la menor producción en Filipinas, que suministra el 75-80% de los plátanos, y a dificultades logísticas desde Ecuador.



Melón
Piel de sapo
Villacañeja



Piña



Mango



Plátano



Lima



Aguacate

Melocotón



Kiwi

Nuez



Manzana
Golden
Gala
Reineta



Pera
Conferencia • Limonera

Papaya



Sabor
natural

www.riegogrupo.com

Producción Propia Fincas Las Mercedes y El Rincón - Las Galletas, Arona (Tenerife)
Central Mercamadrid, C/ Plátanos, 5 - 28053 Madrid - Tel.: + 34 91 786 13 14 - Fax: + 34 91 786 26 77
Distribución y Venta, Nave plátanos, 2, 5 y 6
Planta de Maduración y Envasado, H- 2-9 - Tel.: + 34 91 507 50 17 - Fax: + 34 91 507 50 27
e-mail: comercial@riegogrupo.com

SERGIO CÁCERES / Gerente y director de Marketing y Comunicación de Plátano de Canarias

“El plátano es estratégico, no sólo como alimento sino también en términos económicos”

Sergio Cáceres repasa las vicisitudes de las últimas campañas de Plátano de Canarias que se han visto afectadas tanto por el cambio climático como por situaciones tan extremas como la erupción en la isla de La Palma. En un contexto de caída de la producción, tras la sobreproducción de 2023, con dificultades para satisfacer la demanda, Cáceres destaca la importancia de mantener altos estándares de calidad y una sólida estrategia de comunicación, algo que ha llevado a esta fruta al podium en la mente y en las preferencias de los consumidores.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Cáceres también aborda temas críticos como la sostenibilidad, la competencia de importaciones en desiguales condiciones y las posibles soluciones para equilibrar la producción. Con una marca fuerte y reconocida, Plátano de Canarias se prepara para un futuro desafiante pero lleno de oportunidades.

Valencia Fruits. *Tras atravesar situaciones de diferente complejidad, ¿en qué momento se encuentra el Plátano de Canarias ahora? ¿Cómo va la campaña?*

Sergio Cáceres. Nos encontramos en un momento de baja producción en relación a la demanda. Afortunadamente. Este año la climatología no adelantó la producción como el ejercicio pasado, que fue un año de sobreproducción, con un adelanto del ciclo. Actualmente estamos viendo una caída rápida en la producción, cerca de dos millones de kilos por debajo de la media histórica semanal de exportación. No estamos siendo capaces de atender toda la demanda en este momento.

VF. *¿Cuál es la demanda media de Plátano de Canarias?*

SC. Veníamos trabajando con una media histórica de alrededor de seis millones a seis millones doscientos kilos semanales. Ahora mismo, estamos en apenas cinco millones. Este desfase se debe a que la producción no es constante durante todo el año, varía según las zonas. Se van reemplazando zonas e islas a lo largo del año. Se produjo un adelanto en algunas zonas que generó este bache de unos meses, dejándonos por debajo de la media histórica de los últimos diez años. No es que no tengamos producto, pero no podemos atender toda la demanda del mercado.

VF. *¿Cómo está afectando esto al precio en el campo?*

SC. Los precios en el campo han subido, pero también hay que tener en cuenta que venimos de un 2023 con mucha presión y precios muy bajos. Es importante encontrar un equilibrio, ya que los extremos no son buenos. El cambio climático lleva a extremos y los altibajos nos afectan. En 2022, tuvimos la erupción del volcán, 2023 fue un año récord de producción y ahora, en 2024, estamos viendo una caída por el adelanto de la producción. Aún es pronto para saber cómo terminaremos el año.

VF. *En este contexto, ¿han considerado limitar la superficie de cultivo para evitar el exceso de producción?*



Cáceres señala la necesidad de que los productos europeos compitan en las mismas condiciones en los mercados. / ARCHIVO



Mantener la confianza en el producto en las nuevas generaciones es esencial. / PDC

SC. Sí, estamos discutiendo esa posibilidad. Aunque en Canarias deberíamos incrementar las producciones a largo plazo, esto no ocurrirá de la noche a la mañana. La previsión es que haya extremos debidos al cambio climático, con altos y bajos en la

producción. Los bajos no son eficientes porque no podemos atender la demanda y eso empuja al consumidor a otros productos. Y los altos generan malos precios. Debemos buscar un equilibrio y por ello hay que trabajar en medidas de control de producción,

“La exportación de plátanos ayuda a compensar entre el 10 y el 12% de los costes de importación de productos a la región”

“La marca Plátano de Canarias ha sabido transmitir los valores y la calidad del producto de manera consistente”

olvida que somos una región que importa casi el 90% de lo que consume. La exportación de plátanos ayuda a compensar entre el 10 y el 12% de los costes de importación de productos a la región, lo que es significativo.

VF. *¿Qué impacto tuvo la Ley de la Cadena en el sector del plátano?*

SC. La Ley de la Cadena creó preocupación en el sector porque no se aplica en la práctica a las importaciones. Temíamos ser expulsados del mercado debido a la competencia desleal. La ley exige que se pague al menos el coste de producción, lo cual es justo, pero difícil de implementar cuando competimos con importaciones que no están sujetas a las mismas normas. Hay que ser coherente con la capacidad real de aplicar la norma también a los competidores y no perder nuestra propia competitividad. Siempre dijimos que tú puedes obligar a pagar un precio mínimo, pero no puedes obligar a que alguien te compre.

VF. *¿Podría dar las claves sobre cómo se ha logrado mantener la marca Plátano de Canarias tan fuerte en el mercado?*

SC. Ha sido un esfuerzo conjunto de muchos actores. En primer lugar, nuestros productores se han enfocado en mantener y mejorar la calidad del plátano, respondiendo a las expectativas de los consumidores. Además, los operadores de distribución han jugado un papel crucial al asegurar que el plátano llegue fresco a los mercados en toda España. Esto no es tarea fácil debido a la corta vida útil del producto. Finalmente, la unidad en la comunicación ha sido fundamental. La marca Plátano de Canarias ha sabido transmitir los valores y la calidad del producto de manera consistente, lo que ha creado una gran confianza en los consumidores.

VF. *Con todos estos retos, pero con una marca tan fuerte, ¿cómo ve el futuro del Plátano de Canarias?*

SC. Debemos seguir trabajando, sin dormirnos, sin caer en la autocomplacencia. Hay que optimizar costes, mejorar en producción, empaquetado y exportación, y seguir comunicando para mantener la confianza de las nuevas generaciones. Cultivando el futuro. También debemos abordar el incremento de costes, que nos aleja de ser competitivos frente a importaciones de terceros países. Es esencial y cada vez más urgente que todos los productos europeos compitan bajo las mismas condiciones para ser realmente competitivos. Si no, cada vez necesitaremos más ayudas. Además, debemos considerar el impacto ambiental y la sostenibilidad de nuestra producción.

“La previsión es que haya extremos debidos al cambio climático, con altos y bajos en la producción”

“Debemos buscar un equilibrio y por ello hay que trabajar en medidas de control de producción”

en que no se incorporen nuevas superficies al cultivo.

VF. *¿Sería un modelo inspirado en las autorizaciones de plantación de viñedo en Europa?*

SC. Sí, aunque no necesariamente igual, la idea es similar. Se busca evitar la sobreoferta. Esto es crucial, ya que para algunas islas el cultivo del plátano es el corazón de su economía, sobre todo en La Palma

VF. *¿Cómo afecta esto a la estrategia económica de las islas?*

SC. El plátano es estratégico, no sólo como alimento sino también en términos económicos. Evita la emigración del campo a la ciudad, asienta la población. Por otra parte, Europa a menudo

Sabemos que cuidar
cada pieza no solo
va de lo que se ve.

Va de tener
garantías,
origen y sabor.



DisplaFruit



EXPERTOS EN
MADURACIÓN ARTESANAL
DE PLÁTANOS

Más de 50 años
de experiencia



Planta de Maduración y Oficinas:
C/ Longitudinal 7, 122 - Tel. 93 336 14 11
08040 Barcelona, Mercabarna

www.platanosruiz.com



Ácaro depredador *Phytoseiulus persimilis*, enemigo natural de la araña roja. / KOPPERT

Koppert facilita el control biológico de araña roja en platanera

El nuevo formato en sobre del ácaro depredador *Phytoseiulus persimilis* evita los daños en los racimos

► KOPPERT.

El control biológico de araña roja en platanera es ahora “más fácil y eficaz que nunca, gracias a Spidex Vital Plus”, el nuevo formato en sobre con el que Koppert comercializa el ácaro depredador *Phytoseiulus persimilis*, según afirman desde la empresa. Este nuevo formato ofrece importantes beneficios en comparación con el formato en botella, ya que el sobre permite al productor contar con una duradera línea defensiva localizada justo donde se encuentra el foco de la plaga.

El sobre de Spidex Vital Plus se puede colgar directamente en los racimos de plátanos y evitar los daños en fruto, ya que el ácaro depredador irá emergiendo progresivamente a lo largo de varias semanas para buscar instintivamente a la plaga de araña roja y alimentarse de ella.

“Hemos comprobado que la plaga de araña roja se está concentrando en hacer daño en los racimos y con nuestro formato exclusivo en sobre ponemos al alcance del agricultor la solución biológica que necesita para salvaguardar la calidad de la fruta”, explica Rudy Llarena, director comercial de Koppert en Canarias.

“No es de extrañar que la demanda de Spidex Vital esté creciendo rápidamente, ya que es muy eficaz, cómodo y fácil de usar”, añade Rudy.

El desarrollo de Spidex Vital Plus es un claro ejemplo de cómo Koppert encuentra la respuesta a las necesidades de los productores. Este formato en sobre se adapta perfectamente a las condiciones específicas de un cultivo como la platanera y ha conseguido hacer más fácil que nunca el control biológico de la plaga de araña roja en este cultivo emblemático de Canarias.

“El control biológico de araña roja es más efectivo que el control químico, por este motivo son cada vez más los agricultores que se introducen en este sistema”, explica Rudy Llarena. De hecho, la superficie de control biológico gestionada por Koppert crece cada año, debido a que los productores están cada vez más concienciados con la necesidad de introducir métodos de control de plagas que



En la imagen, un técnico de Koppert colocando correctamente un sobre de ácaros depredadores en un racimo de plátanos. / KOPPERT

sean realmente sostenibles, seguros para el aplicador y para el consumidor y que garanticen la ausencia de residuos químicos.

■ CONTROL DE COCHINILLA

Para el control biológico de una de las plagas más importantes de la platanera, Koppert ofrece el enemigo natural *Acerophagus artelles*, comercializado con la marca Dismipar, que es una avispa parásita autóctona de las islas Canarias, capaz de luchar contra la plaga de la cochinilla (*Dysmicoccus grassii*) de la platanera de forma muy eficaz. De hecho, su eficacia supera ampliamente los resultados obtenidos con el control químico. Esta avispa parásita mantiene muy baja la presencia de plaga durante todo el ciclo de cultivo.

Otro aliado natural contra la plaga de cochinilla es el escarabajo depredador *Cryptolaemus montrouzieri* (*Cryptobug*). Es un producto especialmente indicado para eliminar focos de cochinilla. Su acción única hace desaparecer rápidamente las colonias de cochinilla. Está especialmente recomendado para aplicaciones puntuales y localizadas.

■ CONTROL DE TRIPS

Para el control de trips, la estrategia más efectiva de Koppert se basa en el ácaro depredador *Neoseiulus cucumeris*, denominado comercialmente Thri-

pex-Plus. Por último, destacar que para el control de la plaga de Lagarta (orugas) se ha demostrado la eficacia de *Trichogramma achaeae*, una avispa parásita de huevos de *Chrysodeixis chalcites*.

■ 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN PLÁTANO

Desde el año 2003, Koppert comenzó sus experiencias con el control biológico de las principales plagas del cultivo de la platanera. Los inicios del control biológico en platanera pusieron el foco, principalmente, en plagas como la araña roja (*Tetranychus urticae*). En el año 2008, Koppert crea en Canarias su primer proyecto de I+D exclusivo para platanera. Desde aquel momento, la investigación siempre ha estado presente, con un importante refuerzo desde 2016. Gracias a esto, Koppert ha logrado desarrollar protocolos propios que son muy eficaces, basados en las sueltas de enemigos naturales, alguno de ellos autóctono.

Actualmente, Koppert gestiona el control biológico de plagas en más de 800 hectáreas de platanera canaria. Gracias a una dilatada experiencia en campo y a la investigación continua, Koppert ofrece soluciones biológicas para el control de las principales plagas que afectan a este cultivo: cochinilla, araña roja, trips, hormigas y lagarta.

Plátano de Canarias, la marca de frescos favorita en España

El estudio 'Brand Footprint 2024', elaborado por la consultora internacional Kantar, revela que la marca de los productores de plátano vuelve a liderar la categoría



La población española mantiene la confianza en Plátano de Canarias. / ASPROCAN

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Plátano de Canarias vuelve a consagrarse por segundo año consecutivo como la marca más elegida en los hogares españoles en la categoría de 'Frutas y verduras', según el informe 'Brand Footprint 2024', el mayor estudio global de marcas de gran consumo elaborado por la consultora independiente Kantar.

El trabajo ratifica que los consumidores españoles se decantan de forma masiva por Plátano de Canarias, que lidera el mercado nacional entre las marcas no industriales, y lo hace con una considerable distancia respecto de otras marcas de su segmento como los kiwis de la multinacional Zespri, que ocupan la segunda posición del ranking.

Plátano de Canarias fue elegido por 16,2 millones de hogares (85,7% del total) en el año 2023, con una frecuencia de compra media de más de 20 ocasiones al año

A pesar de la tendencia a la baja en el consumo de frutas y hortalizas durante los últimos diez años, el plátano consiguió hacer crecer su consumo per cápita en España. Su sabor más dulce, su facilidad para consumir, su versatilidad, su gran aporte nutricional y su origen 100% nacional aportan el valor diferencial que hacen del Plátano de Canarias una fruta única y muy apreciada en los hogares españoles, tal y como revela el estudio elaborado por la consultora.

El ranking de este estudio se calcula a través de los contactos con el consumidor, en función de la presencia de las marcas en los hogares y la frecuencia de compra anual. A partir de estos datos de compra, Plátano de Canarias ha vuelto a posicionarse nuevamente, por segundo año consecutivo, como líder en la categoría de frutas y verduras.

Conforme a los datos de Kantar, Plátano de Canarias fue elegido por 16,2 millones de hogares (85,7% del total) en el año 2023, con una frecuencia de compra media de más de 20 ocasiones al año, acumulando más de 329 millones de contactos con los consumidores (CRPs).

Estos datos reflejan la preferencia de la población española, que confía ampliamente en Plátano de Canarias, y refuerzan el trabajo del sector platanero canario, que se esfuerza en seguir produciendo plátano de alta calidad e invierte de forma unificada para dar a conocer las cualidades extraordinarias de su fruta.

GABACERAS
EL SABOR DE CANARIAS

CULTIVADOS Y SELECCIONADOS

Para cuidarte mejor

SOSTENIBLE · LOCAL · DELICIOSO

europolitano

platanogabaceras.com

JUAN CARLOS ESTEBAN / Departamento de plátano de Hnos. Fernández López

“El plátano de Canarias es el producto número uno de Fernández”

Juan Carlos Esteban resalta la importancia que tiene el plátano de Canarias en la oferta de esta compañía, un producto emblemático y muy presente desde los inicios de la actividad de la firma. Las vicisitudes de la presente temporada de plátano y banana, el desarrollo de la marca Cuqui y los objetivos de Hnos. Fernández López son otros de los temas que aborda Esteban durante la entrevista.



Juan Carlos Esteban considera que el consumidor se decanta por el plátano de Canarias por su sabor. / O.O.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. Bajo su experiencia y conocimiento, ¿ya son historia los efectos negativos de la erupción del volcán La Cumbre Vieja?

Juan Carlos Esteban. La erupción del volcán Cumbre Vieja lógicamente provocó una falta de suministro de plátano de Canarias en 2022 que ya es historia.

La producción se recuperó en 2023 llegando a 396.546 toneladas, superando la producción de 2021 que fue de 371.454 y, en consecuencia, plátano de Canarias recuperó la cuota de mercado que había perdido.

VF. Desde el punto de vista comercial, y hasta la fecha, ¿cómo se está desarrollando el año de plátano?

JCE. Este año 2024 también está siendo un año atípico porque el pasado invierno las temperaturas en Canarias han sido más altas de lo habitual para esas fechas, provocando que la producción se haya anticipado.

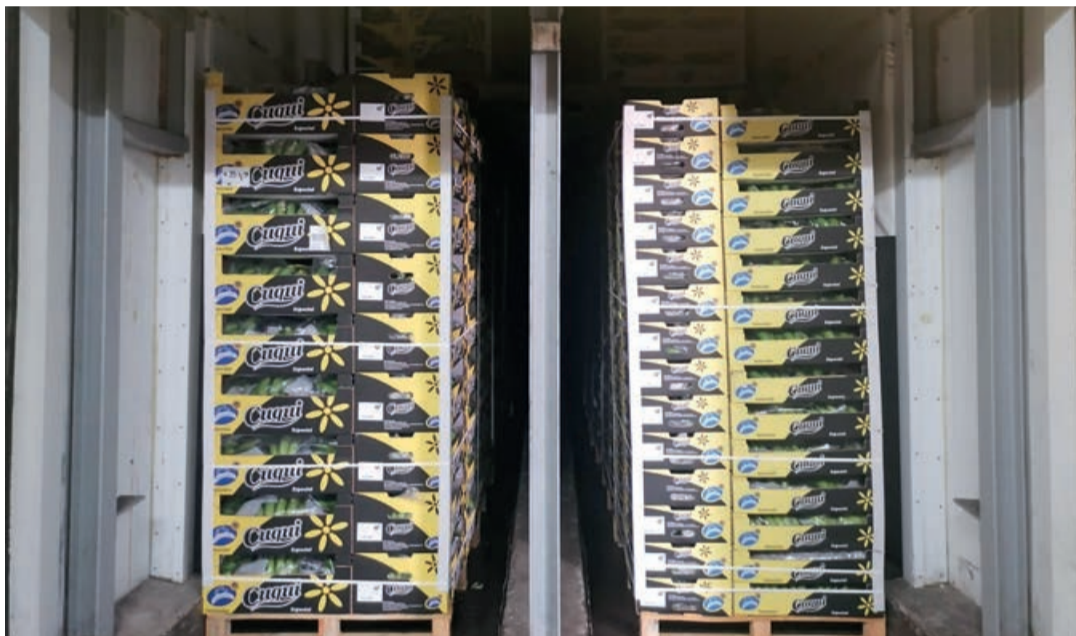
Venimos de un invierno con mucho volumen y una primavera con falta de fruta, un panorama que no es normal, lo que ha provocado que esta primavera los precios del plátano de Canarias hayan sido muy altos.

VF. ¿Y la banana?

JCE. Debido al clima, la producción de banana también ha sido más baja de lo habitual tanto en África como en Centroamérica, circunstancia que ha provocado una falta de los dos productos.

VF. Para Fernández el plátano forma parte de su historia, ¿qué valor representa este producto en el conjunto de su oferta?

JCE. El plátano de Canarias es el producto número uno de



Una imagen de las cámaras de maduración de plátano de Hnos. Fernández López. / O.O.

Fernández. Así, el año pasado maduramos 74.000 toneladas, cifra que supone un 28% de nuestro volumen comercializado en el ejercicio 2023.

Podemos decir que Canarias está muy presente desde los inicios de la compañía. En la actualidad disponemos de paradas en Mercatenerife y de plataforma de maduración y confección de Granadilla, también en la isla de Tenerife.

Desde las paradas comercializamos nuestra gama de productos y desde la plataforma de maduración y confección, dedicada casi exclusivamente al plátano, damos servicio al cliente, monitorizando con un sistema de radiofrecuencia que garantiza la trazabilidad de todos los procesos.

“Con nuestra marca Cuqui conseguimos tener un estándar de calidad que los clientes demandan”

“Venimos de un invierno con mucho volumen y una primavera con falta de fruta, un panorama que no es normal y que ha provocado que los precios del plátano de Canarias hayan sido muy altos en primavera”

VF. Siguiendo con la categoría plátano en Fernández, ¿qué aporta disponer de marca propia en producto convencional y bio?

JCE. Nuestra marca Cuqui es un proyecto que llevamos años desarrollando en nuestros empaquetados de Canarias. Con nuestra marca conseguimos tener un

estándar de calidad y continuidad diaria que nuestros clientes nos demandan. No bajamos nunca la calidad para conseguir más volumen, siempre empaquetamos sólo la fruta que tiene la calidad que nuestros clientes nos exigen. De esta manera conseguimos fidelizarlos a la marca. En la actuali-

dad Cuqui es una de las marcas de referencia en el mercado. Resaltar que se asienta en unos estrictos parámetros de validación que reflejan el mimo con el que en Fernández cuidamos nuestros plátanos, uno de los valores diferenciadores de la compañía.

En cuanto a plátano bio, podemos señalar que desde el año 2015 el volumen de esta categoría ha ido creciendo de forma progresiva.

VF. Recuperamos el binomio plátano versus banana, ¿cuentan con segmentos de mercado diferenciados? ¿En qué considera que se diferencia un público de otro?

JCE. Desde mi punto de vista, plátano de Canarias es el preferido por el consumidor, especialmente por su sabor. Siempre que el diferencial de precio entre plátano y banana no sea excesivo, plátano de Canarias es la primera opción de compra. Plátano de Canarias cuenta con un porcentaje de consumidores fieles. Ciertamente es que en determinadas situaciones de mercado, como ha pasado esta primavera con la falta de plátano, aumenta el consumo de banana, aunque cuando plátano de Canarias vuelve a abastecer los mercados con volumen, entonces vuelve a ser la primera opción de compra para la mayoría de los clientes.

VF. Para finalizar, ¿qué objetivos se plantean en cuanto a la categoría plátano?

JCE. Fernández tiene una cuota alrededor del 18% del plátano de Canarias que llega a la Península. Nuestro objetivo es mantener esta cuota, seguir creciendo en nuestros empaquetados de Canarias, e incorporar nuevos agricultores que se unan a nuestro proyecto de marca Cuqui.

Una ventana a
Canarias.

Cuqui



www.grupofernandez.es

La meteorología impide atender toda la demanda de plátano

El volumen disponible de plátano de Canarias se sitúa muy por debajo de la media histórica debido al adelanto de la producción, las temperaturas y la sequía

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La producción de Plátano de Canarias atraviesa un periodo de inestabilidad. A la crisis de producción generada en 2022 por la erupción volcánica en La Palma le siguió un año 2023 con récord productivo, provocado por el fuerte aumento de la temperatura media en comparación con el año anterior, pero escaso en rentabilidad. Y en el ejercicio 2024 los niveles de producción se sitúan muy por debajo de la media histórica debido al adelanto de la producción por causas climáticas hasta el mes de febrero, la bajada de las temperaturas durante la primavera y también como consecuencia de la sequía que afecta a las islas. Todas estas circunstancias están impidiendo atender adecuadamente la demanda de consumo en la península.

La situación de 2024 es, cuanto menos, sorprendente, pues durante el primer trimestre del año la producción mantuvo sus niveles. Sin embargo, desde el pasado mes de mayo, los volúmenes de producción se han contraído a un ritmo de más de 2 millones de kilos semanales en relación con la media de la última década. Así



A estas alturas de año se han comercializado 17 millones de kilos menos respecto a 2023. / ASPROCAN

Desde el pasado mes de mayo, los volúmenes de producción se han contraído a un ritmo de más de 2 millones de kilos semanales en relación con la media obtenida durante la última década

las cosas, a estas alturas de año la comercialización de Plátano de Canarias es 17 millones de kilos inferior a la registrada en el mismo periodo de 2023.

La tendencia de producción de plátano es alcista debido al

aumento de las temperaturas medias, pero ese incremento será un proceso paulatino durante el que los altibajos de cosecha podrían ser cada vez más habituales, señalan desde Asprocan.

Ante este escenario, el sector reclama no actuar por impulsos cortoplacistas, sino en función de las tendencias del largo plazo. Consideran necesario reforzar las medidas de gestión de crisis y comenzar por la limitación de nuevas superficies de cultivo de plátano en Canarias para no afectar a la competitividad del sector. Se trata de evitar una regulación que merme la oferta en condiciones normales de producción y mercado.

El objetivo pasa por estabilizar al máximo la superficie productiva de plátano, de forma que la ya existente pueda adaptarse a las variaciones sin incrementar el riesgo que para los productores supondría la incorporación de nuevos cultivos y el exceso de oferta.

Por ello, desde el consenso de todas las Organizaciones de Productores de Plátano de Canarias, Asprocan ya ha trasladado al ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) la necesidad de conformar un modelo que atienda a este objetivo para evitar, además, la conflictividad entre productores en el caso de desarrollar medidas que diesen lugar a agravios hacia los integrantes de un sector que se está viendo obligado a afrontar fuertes incrementos de los costes de producción y sin la actualización de sus ayudas comunitarias, que se encuentran congeladas desde el año 2007.

Con la mejor
agua
se obtienen los
plátanos
más exquisitos



Los plátanos de La Palma

EL SABOR DE CANARIAS

ANTONIO LUIS BRITO / Director gerente de Europlátano

“Llevamos desde marzo con una producción inferior a la deseada debido a la climatología”

La campaña platanera de Canarias está resultando muy complicada de gestionar. Si el ejercicio 2023 se caracterizó por la elevada cosecha, en la temporada actual los efectos de la climatología y la sequía han provocado que la producción sea significativamente baja en un periodo históricamente bueno en volúmenes. La escasez ha disparado los precios de venta, sin embargo, Antonio Luis Brito señala que en Europlátano están intentando “no entrar en el juego y dar confianza a los clientes, esperando que pronto se revierta la situación y se alcance la tan deseada estabilidad”.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. El año 2023 fue un ejercicio récord en producción, ¿cómo se está desarrollando el ejercicio 2024 en referencia a los volúmenes de cosecha que llegan a los almacenes? ¿Qué producción prevén gestionar en Europlátano esta temporada?

Antonio Luis Brito. Este año la situación es la contraria a 2023, llevamos desde marzo con una producción inferior a la deseada debido a la climatología hasta el mes de febrero, la bajada de las temperaturas durante la primavera y la sequía que desde hace años afecta a las islas. En nuestro caso, a fecha de hoy, estamos aproximadamente un 12% por debajo del volumen producido en el mismo periodo de 2023. En Europlátano prevemos gestionar esta campaña un volumen de 70.000.000 kilos.

VF. ¿Cómo está evolucionando el ejercicio comercial? ¿Están acompañando los precios?

Antonio Luis Brito. La escasez de producción hizo que entráramos en una compleja situación comercial donde en general reina la especulación y los precios desorbitados. Por nuestra parte, intentamos no entrar en el juego y dar confianza a los clientes, esperando que pronto se revierta la situación y alcancemos la tan deseada estabilidad, tanto para los agricultores como para los clientes.

VF. ¿Qué opinan sobre la petición de limitar la superficie de cultivo de plátano en las Islas Canarias para no caer en un exceso de oferta?

ALB. Cualquier medida de este tipo requiere de un amplio consenso, ya que supone abordar un tema de capital importancia para el futuro del sector. La opinión de Europlátano es que los principales problemas que tiene el sector no se van a solucionar con esta medida, en todo caso van a empeorar. Los verdaderos retos del sector son afrontar el problema del relevo generacional y la escasez de agua, aspectos para los que no vemos una agenda de trabajo.

VF. ¿En qué medida está condicionando la actual campaña la meteorología?

ALB. La meteorología, que se caracterizó por un invierno muy suave, unas temperaturas bajas para una primavera poco habitual en los últimos tiempos en las islas, y la sequía que venimos arrastrando años en Canarias, han hecho que la producción sea significativamente baja en un periodo históricamente bueno en volúmenes. Viniendo



La firma ha recuperado su nivel habitual de actividad tras los problemas derivados de la erupción del volcán. / EUROPLÁTANO

“Con nuestra estructura comercial, la fruta está en manos de los agricultores desde la finca hasta que llega al lineal, controlando la calidad, minimizando los costes y eliminando intermediarios”

“Europlátano se encuentra inmerso continuamente en proyectos para explorar nichos rentables en mercados extranjeros para conseguir un precio estable y justo para la fruta de los agricultores”



La marca Gabaceras asegura calidad, seguridad alimentaria y una reducción considerable en las mermas. / EUROPLÁTANO

“En Europlátano prevemos gestionar durante esta campaña un volumen de 70.000.000 kilos”

ALB. Contamos con una estructura comercial única en el sector. Desde 2017 los socios agricultores del grupo Europlátano son propietarios de su propia empresa comercializadora, Mercamusa. Además, desde 2020 gestionamos nuestras propias cámaras de maduración en Alicante y a finales de año contaremos con otra planta de maduración en Bilbao, lo cual nos permite dar servicio directo a toda la Península y a algunos clientes extranjeros. Con este modelo, la fruta está en manos de los agricultores desde la finca hasta el lineal, controlando la calidad, minimizando los costes y eliminando intermediarios.

VF. ¿Sigues apostando Europlátano por una estrategia comercial internacional?

ALB. Por supuesto. Europlátano se encuentra inmerso continuamente en proyectos para explorar nichos rentables en mercados extranjeros para conseguir un precio estable y justo para la fruta de los agricultores. Nuestro principal cliente en el mercado exterior es Coop en Suiza, con quien llevamos trabajando ya más de 8 años. Este 2024 también nos hemos estrenado en el mercado polaco y nos encontramos desarrollando un posible proyecto en el mercado francés. Europlátano, con su 16% de la producción de plátano de Canarias, conforma el 81% de exportaciones a Europa.

VF. Tras la pausa provocada por la erupción del volcán, ¿cómo han ido recuperando su actividad en los mercados internacionales?

ALB. El volcán y la falta de producción en el 2022 nos obligó a hacer una pausa con el mercado exterior. Tenemos una relación de confianza con nuestro principal cliente extranjero por lo que conjuntamente decidimos que lo mejor era parar hasta que pudiéramos recuperar volúmenes y calidad. Así, a principios de 2023 pudimos retomar los envíos semanales y empezar a abordar otras posibilidades de expansión.

VF. ¿Cómo está funcionando su entrada en el mercado polaco?

ALB. La respuesta del consumidor polaco ha sido extraordinaria. Empezamos con un primer envío que se vendió el mismo fin de semana que llegó al mercado. Contrataron otros dos camiones, otros dos más a la semana, y así hasta la llegada del verano, alcanzando los 499.000 kilos durante los primeros meses del año. Con la entrada de la fruta de hueso y nuevamente la falta de producción que caracteriza a este año, decidimos pausar los envíos para retomarlos al finalizar el periodo estival.

VF. En el plano comercial, ¿qué plus aporta contar con una marca como Gabaceras?

ALB. La tranquilidad de contar con una marca como Gabaceras es importante para el cliente ya que le asegura calidad, seguridad alimentaria y una reducción considerable en las mermas. Por ello, el cliente la pide.

JOSÉ RIEGO / Gerente de Grupo Riego

“La campaña de plátano está siendo muy diferente a lo conocido hasta ahora”

ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Esta temporada está siendo diferente a lo habitual, así lo explica el gerente de Grupo Riego, José Riego, quien afirma que el clima está jugando un importante papel en la producción, “que se ha adelantado tres meses” debido al calor experimentado en las Islas Canarias. Este adelanto en la producción ha provocado, según explica Riego, un vacío desde finales de mayo y todo junio, algo “nunca conocido hasta ahora”.

Valencia Fruits. ¿Cómo se está desarrollando la campaña de plátano? ¿Cuál es la radiografía general que hace Grupo Riego?

José Riego. La campaña esta siendo muy diferente a lo conocido hasta ahora. El clima está jugando un papel muy importante en la producción, que se ha adelantado casi tres meses. Esto ha sido debido al incesante calor inusual en Canarias desde septiembre hasta febrero, y ello ha provocado que las cantidades de producción de verano hayan salido mucho antes provocando un vacío de producción desde finales de mayo y durante todo junio, algo nunca conocido hasta ahora.

Este vacío puede continuar probablemente durante más

“Nos distingue y nos enorgullece producir y madurar de la mejor manera, junto con los mejores productores, cooperativas y operadores de Canarias, ofreciendo un producto final lo más diferente posible a nuestros competidores”

tiempo debido a que las temperaturas de mayo y junio están siendo más bajas de lo habitual y las plataneras no evolucionan a la velocidad normal de esta estación de verano.

El sector del plátano está muy dinámico y cada vez con más picos de precio, tanto a la baja como al alza. Hemos estado dieciocho meses con números casi negativos o negativos y actualmente estamos teniendo unas semanas con cierto respiro de dicha presión.

Pienso que todo esto manifiesta que hay un importante

desajuste estacional de las cantidades de oferta y demanda, nada bueno para el sector y sus partes integrantes que tal vez, si se corrigen, con la meteorología, selección natural o por cualquier otro método, sería muy conveniente para el futuro del sector.

En cuanto a la banana, esta siendo una campaña de precio medio más alto, con costes de fletes ya más asequibles y niveles de venta similares a los años anteriores. Para el resto de las frutas que comercializamos, los volúmenes de venta están siendo los habituales, incluso en algunas frutas tropicales con cierta tendencia al alza.

VF. ¿Cuáles son los retos a los que se enfrenta el plátano en esta temporada?

JR. Corregir el problema del desajuste de oferta y demanda en la producción intentando que, tanto los productores, como los maduradores, tengan su justo margen, evitando los sobresaltos del último año y medio, en el que todo el sector ha padecido los peores momentos de los últimos veinte años.

VF. El plátano es un producto muy apreciado y que se vende todo el año, en Grupo Riego es el pro-



José Riego explica que en este momento de la temporada existe un importante desajuste estacional de las cantidades de oferta y demanda de plátano. / GR

ducto estrella, ¿cuáles son las razones para que sea tan atractivo?

JR. Desde hace más de setenta años nos hemos dedicado al plátano, somos productores en Canarias y es lo que mejor sabemos hacer. Nos distingue y nos enorgullece producir y madurar de la mejor manera, junto con los mejores productores, cooperativas y operadores de Canarias, ofreciendo un producto final lo más diferente posible a nuestros competidores.

VF. Respecto a los consumidores, ¿se observa un incremento o una disminución del consumo de plátano? ¿A qué cree que es debido?

JR. El plátano está en alza de consumo. Las cifras exportadas así lo manifiestan, pero observo con cierta preocupación que sea porque hemos sido el producto estrella en diversas promociones y más agresivos en los lineales.

Esto puede suponer que el plátano de Canarias llegue a ser considerado como un commodity en la distribución, con el consecuente peligro de que siempre tenga que ser vendido a precios populares para seguir en sus niveles de aceptación. Es ciertamente preocupante, esto ya ocu-

rió en algún cítrico hace años y el desenlace, no muy deseado para el sector, ha sido que no ha conseguido recuperarse.

El plátano es un producto de un valor añadido muy importante, por todo lo que conlleva su particularidad única y su complejidad y delicadeza. Desde producirlo en una zona de clima extremo, hasta su transporte marítimo de varios días y la maduración. No debe ser considerado un commodity con valores de la cadena de todo el proceso ridículos para todos por considerarlo como tal.

VF. Desde Grupo Riego, ¿tienen marcada una línea a seguir para los próximos años? ¿cuáles son sus objetivos?

JR. Nuestros objetivos son seguir intentando mejorar nuestro producto final y el servicio, manteniendo y aumentando los volúmenes de venta, dentro de la racionalidad, de la mano de nuestros productores y proveedores, y también junto a nuestros clientes; e intentar ser lo más sostenibles posible, en todos los aspectos, tratando de implementar sistemas de mejora continuada y digitalización en todos nuestros ámbitos.

Bioiberica

El poder de las enzimas, la fuerza de la tecnología

- Alta calidad de las materias primas.
- Exclusivo proceso de obtención.
- Propiedades biológicas contrastadas.
- Aumenta la tolerancia y resistencia frente al estrés.



www.planthealth.es



► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

2024 es un año especial para la firma Plátanos Ruiz: conmemoran su 60 aniversario. Corría el año 1964 cuando José Ruiz Carrión, padre del actual gerente, inició la maduración de plátanos en un pequeño almacén y con escasos medios tecnológicos. En aquella época había gran dificultad de manipular los plátanos en rama, de unos 35 kilos de peso, que llegaban de las Islas Canarias en verde, pasaban por un proceso de maduración y cuando estaban en su punto se distribuían a los mercados para su venta al consumidor.

José Ruiz Carrión tuvo claro desde el primer momento que la maduración artesanal del plátano era la clave para satisfacer a los clientes más exigentes y puso todo su empeño en desarrollar una técnica que replicara al máximo el proceso natural que el plátano haría en su planta. Con los años este proceso de maduración artesanal se convirtió en el factor diferencial de Plátanos Ruiz frente a otras empresas maduradoras. En palabras de José María Ruiz, actual gerente, segunda generación familiar al frente de la firma, continuador del negocio y receptor de todo el *know how* de su padre de este oficio de madurador de plátano, “nuestro proceso de maduración artesanal descansa en 60 años de experiencia, conocimiento y seguimiento en maduración de plátano” y califica que “los plátanos madurados por Plátanos Ruiz tienen un valor añadido que garantiza un sabor único”.

En el 2001, José Ruiz Carrión recibió de Asprocan (Asociación de productores de Plátano de Canarias) la Insignia de Oro al Plátano de Canarias por el reconocimiento a toda una vida dedicada a la comercialización y defensa del plátano.

■ MADURADORES

José María Ruiz es quien se encarga de la actualización de todos los ámbitos de la empresa y ampliación de la capacidad de maduración. En la actualidad la planta de maduración de plátano de Plátanos Ruiz, ubicada en la Zona de Actividades Complementarias (ZAC) de Mercabarna, cuenta con 900 m² y 12

Plátanos Ruiz celebra su 60 aniversario

JOSÉ MARÍA RUIZ / El gerente de la firma describe la gran evolución que ha logrado la compañía a lo largo de estos años

“Los plátanos madurados por Plátanos Ruiz tienen un valor añadido que garantiza un sabor único”

“La experiencia continúa siendo un imprescindible para obtener la mejor maduración de plátano”

“Contar con un producto de calidad es básico para desarrollar nuestro proceso de maduración artesanal”

cámaras que se pueden sincronizar a distintas temperaturas y dotadas con tecnología punta de monitorización presencial y remota 24 horas los 7 días de la semana, con una capacidad de maduración de alrededor de 9 millones de kilos al año. Con todo, Ruiz enfatiza que “el verdadero papel esencial y básico es el del madurador experto de plátano donde la experiencia sigue siendo un imprescindible, contando con el uso de la última tecnología”.

■ ÚNICO

En cuanto al producto, para esta empresa es esencial poder contar con materia prima de calidad, como los plátanos de Canarias, para que el proceso de maduración artesanal de



José María Ruiz cuenta con amplia experiencia como madurador de plátano. / O.O.

Caja y marca propia



Plátanos Ruiz lanzó al mercado y cuenta con una caja amarilla con su marca propia. En palabras de José María Ruiz, gerente de la compañía Plátanos Ruiz, “este envase con nuestra marca está pensado para los clientes del mercado local de forma que puedan poner en el lineal una fruta con valor añadido reconocido en el mercado”. Con la caja amarilla, junto con la etiqueta implantada años atrás que incorpora cada fruta, el plátano que ofrece Plátanos Ruiz llega al consumidor de una manera directa y clara. ■

Plátanos Ruiz tenga éxito. José María Ruiz, con más de 40 años de experiencia como experto madurador, ratifica que “contar con plátano de calidad es básico para nuestro proceso de maduración artesanal” y ensalza que “es fundamental e insustituible la labor a pie de plantaciones de cada uno de los 8.000 productores de plátano de Canarias que siguen este cultivo tradicional. Sin ellos, ni nosotros podríamos madurar plátanos ni el consumidor final podría disfrutar de su sabor”.

Plátano de Canarias IGP es el único plátano que ha logrado el reconocimiento europeo como Indicación Geográfica Protegida, lo que sitúa al plátano canario a un nivel superior de reconocimiento y protección, sumando un valor añadido tangible que posiciona al plátano canario como un producto único. Siguiendo con valores añadidos, Ruiz describe que “gracias a que la tierra de cultivo de esta isla es de origen volcánica los plátanos canarios son especiales”.

■ MAYORISTA Y DETALLISTA

Plátanos Ruiz también cuenta con dos platanerías en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna y otras dos en los mercados municipales del Carmelo, en Barcelona, y de Collblanc, en l'Hospitalet de Llobregat.

Esta distribución retail es otro de los factores diferenciales de Plátanos Ruiz: “somos los únicos que disponemos de distribución retail especializada en plátano”, afirma José María Ruiz.

■ MADURACIÓN A TERCEROS

De la necesidad de madurar plátano por parte de algunos de sus clientes de la distribución que se abastecen de esta fruta directamente en Canarias surgió el servicio de maduración a terceros que Ruiz define como “servicio de maduración de plátano a la carta, personal y exclusivo a medida de la necesidad de cada cliente”, y relata que por la planta de maduración de Plátanos Ruiz “pasan cada día desde hace 60 años miles de plátanos con destino a supermercados, hostelería, cadenas de especializadas, fruterías...”.

Valencia Fruits donde y como quieras

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

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: _____ DN/NIF: _____
DE ACTIVIDAD: _____ CP: _____
CON DOMICILIO EN: _____
CALLE: _____ NÚMERO: _____ TEL: _____
E-MAIL: _____
DESEA SUSCRIBIRSE AL SEMANARIO VALENCIA-FRUIITS, 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



El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso