

valencia fruits

9 de julio de 2024 • Número 3.075 • Año LXII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,75 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Durante la mesa sectorial de cítricos se prestó especial atención a la complicada situación que atraviesa el sector del limón. / ARCHIVO

España se mantiene como primer comercializador mundial de cítricos en fresco

La última campaña cítrica arroja un saldo comercial positivo de 2.509 millones

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La revalorización de las exportaciones españolas de cítricos ha provocado un saldo comercial positivo del sector de 2.509 millones de euros en la campaña 2023-2024, con una tasa de cobertura del 1.740%.

El dato es especialmente relevante en un contexto de descenso de la producción, debido a las condiciones climáticas adversas. España se mantiene como primer comercializador mundial de cítricos en fresco, acaparando un 25% del total de las exportaciones mundiales.

Los datos fueron presentados la semana pasada por la directora general de Producciones y Mercados Agrarios, Ana Rodríguez Castaño, en la reunión de la mesa sectorial de cítricos, que analizó la campaña cítrica 2023/24.

El volumen de las exportaciones entre septiembre de 2023 y abril de 2024 ascendió a 2,34 millones de toneladas, un 3,1% menos que la cifra alcanzada en la campaña anterior y un 17,8% inferior a la media de las cinco anteriores. Pero en términos de valor, los 2.662 millones de euros

exportados suponen un incremento del 1,6% con respecto a la temporada anterior, y un 2,6% sobre la media de las cinco últimas.

Las importaciones, con un volumen de 168.130 toneladas, han aumentado un 0,4% en relación con el ejercicio precedente y un 17% respecto a la media de los cinco anteriores. En valor suponen 153 millones de euros, con un incremento del 15% respecto a la campaña anterior y un 31% en comparación con la media. En total, los datos arrojan un saldo comercial positivo de 2.509 millones de euros.

Desde el punto de vista productivo, ha sido una campaña muy marcada por la sequía y las extremas condiciones climáticas, así como las limitaciones en las dotaciones de riego, por lo que la cosecha prevista de 5.730 millones de toneladas será la más baja de las últimas once. Ello supondrá una disminución respecto a la media de las cinco anteriores del 15%.

No obstante, España se mantiene como primer productor de cítricos de la Unión Europea y sexto del mundo.

La naranja es el cítrico que más ha sufrido estas condiciones climáticas adversas con una reducción de producción significativa. Alcanza 2,65 millones de toneladas, un 10,6% menos que la pasada temporada y un 24,2% inferior a la media de las cinco campañas precedentes. Los pequeños cítricos sufrirán una reducción del 15%. En el caso del limón y el pomelo, por el contrario, las estimaciones llevan a cosechas récord.

Andalucía ha sido la comunidad autónoma más afectada por la sequía, lo que puede suponer una reducción global de cosecha del 20% en relación con la media de las últimas cinco campañas, que en el caso de la naranja se elevaría al 29%. Por su parte, la Comunidad Valenciana, primera productora nacional de cítricos, reduciría su producción total un 17%, aunque naranjas y mandarinas bajarían el 21%. La Región de Murcia, por el contrario, aumentaría su producción global un 6% por el incremento del limón y el pomelo.

Los precios percibidos por los citricultores a lo largo de la cam-

paña han sido desiguales, según el tipo de cítrico comercializado y fase de campaña. Si bien hasta finales del año 2023 la comercialización en origen se desarrolló con total fluidez, a partir de ese momento el mercado se ralentizó, con la consiguiente bajada de las cotizaciones. A pesar de ello los precios medios en árbol para las naranjas del grupo navel, clementinas, y satsumas han sido los más elevados de los últimos años. Por el contrario, los de la mandarina y el limón son inferiores.

En la reunión se prestó especial atención a la compleja situación de precios en origen por la que atraviesa el sector del limón, debido a un desequilibrio entre oferta y demanda, y que a la vista del crecimiento experimentado por la superficie en los últimos años puede convertirse en un problema estructural.

Desde hace meses el Ministerio trabaja con las comunidades autónomas y el sector, y especialmente con la Asociación Interprofesional del Limón y Pomelo (Ailimpo), para abordar su compleja situación y buscar soluciones de carácter integral.



Esta semana

- 3 El sector agroalimentario español consolida su posición
- 4 Planas augura un aumento de la exportación alimentaria pese a las amenazas comerciales
- 5 La campaña hortícola almeriense se cierra con aumentos de producción y caída de precios
- 6 Agricultura declara la presencia de la plaga *Scirtothrips aurantii* Faure
- 7 Récord de contrataciones en Aragón para la campaña de recogida de la fruta



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	6
Agrocotizaciones:	13
Empresas:	18



valencia
fruits

Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ 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

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

La batalla de presupuestos para el campo

Por GONZALO GAYO

Los agricultores no descansan en su lucha que es la de todos. Mientras en estos momentos se cocinan los presupuestos para 2025 en Bruselas, Madrid y Valencia las organizaciones agrarias exigen que ha llegado la hora de plasmar en 'negro sobre blanco' sus reivindicaciones para una agricultura mediterránea acorralada por la sequía y una política europea errática.

Desde Bruselas anuncian que el proyecto de presupuesto anual de la UE rondará los 200.000 millones de euros para 2025, reforzado con 72.000 millones de euros con cargo al plan de recuperación Next Generation EU. La propuesta de la Comisión se debatirá en el Parlamento Europeo y en el Consejo de la UE, para aprobar unas cuentas antes de que acabe el año con unos 53.800 millones de euros que se destinarán a la Política Agrícola Común para reforzar al sector agroalimentario.

Las organizaciones agrarias vuelven a salir a las calles de Valencia, el próximo viernes 12 de julio frente a la Delegación de Gobierno, para exigir compromisos en firme frente a la sequía, y los daños que están causando las políticas europeas con importaciones salvajes que arruinan nuestras cosechas. Alertan de la grave crisis que sufre el campo en la cuenca mediterránea mientras un 22% de las explotaciones de agricultores manifiestan cerrarán su actividad tras su jubilación por falta de relevo y rentabilidad.

La parálisis del gobierno central, sin presupuestos para 2024 y pendiente de lo que decidan los partidos derrotados independentistas en las elecciones catalanas, aboca a una incertidumbre que se acrecienta ante las nulas iniciativas para combatir la sequía y la amenaza de desertificación con multimillonarias pérdidas que acaban pagando los agricultores y los consumidores.

Europa tiene que tomar cartas en el asunto de una agricultura mediterránea amenazada por la sequía e importaciones de países terceros que ponen en riesgo un sector estratégico y vital en el que España es pieza clave en la alimentación de Europa. Desde la OCDE llevan 15 años alertando a nuestro país de las consecuencias del cambio climático, siendo el problema del agua el mayor reto que enfrenta a la agricultura junto al éxodo imparable del mundo rural.

Los presupuestos de 2025 deben incluir con urgencia las reivindicaciones de los agricultores a cargo de la PAC y de los 49.200 millones de euros para el desarrollo y la cohesión regionales en infraes-



Los agricultores valencianos volverán a concentrarse para exigir compromisos frente a la sequía.

estructuras que apoyen la transición verde y los proyectos prioritarios de la Unión para acabar con la sequía. Es necesario que se presenten proyectos que den respuesta a la crisis que sufre la agricultura mediterránea desde el consenso y diálogo de las principales fuerzas políticas como recientemente con el CGPJ.

Conviene recordar que la producción mundial de alimentos debe duplicarse hasta 2050 para tener en cuenta el crecimiento de la población y la evolución de los hábitos alimentarios. Para ello España y Europa tienen que hacer frente a los efectos del cambio climático sobre la biodiversidad, la calidad del suelo y del agua, ya que no admite más demora.

La industria agroalimentaria y la agricultura suponen más de 44 millones de puestos de trabajo en la UE y sólo el sector agrícola da trabajo regular a 20 millones de personas. En marzo de 2024, el superávit comercial agroalimentario de la UE alcanzó los 6.700 millones de euros, un 8% más que el mes anterior y un 3% más que en marzo de 2023 alcanzando las exportaciones agroalimentarias de la UE los 20.100 millones de euros en marzo de 2024. Todos estos logros están en peligro si no somos capaces de dar respuesta al estrés hídrico que sufre la cuenca mediterránea.

La agricultura desempeña un rol absolutamente fundamental como fuente de producción de alimentos imprescindibles para la vida y la salud de los europeos. España es la mayor garantía de la UE por su producción y diversidad de cultivos con más de 17 millones de hectáreas al cultivo. Somos el segundo país de la Unión Europea en términos de superficie agrícola destacando la producción de hortalizas (38,8%) y las frutas (37,2%), que generan

más de 7 de cada 10 euros de la producción agrícola total en España. Además, somos el país más diversificado de la Unión Europea, por delante de países como Francia, Alemania o Países Bajos. No faltan razones para que la próxima comisaria/o de Agricultura sea española desde el consenso que se puede alcanzar en la política comunitaria.

España es el primer Estado miembro productor de frutas y hortalizas de la Unión Europea y el sexto a nivel mundial con un 2,4% de la cuota mundial de exportaciones, compitiendo directamente con países con gran superficie agrícola como China, Estados Unidos o India. Ahí es nada.

Sin embargo, sufrimos hoy uno de los grandes hitos con las sequías y escasez de agua que amenaza a más de dos terceras partes de la superficie en potencial riesgo de desertificación, especialmente en la costa mediterránea de la Comunidad Valenciana y Murcia.

Desde las organizaciones agrarias de AVA y COAG reivindican soluciones urgentes en los presupuestos de 2025 en materia de sequía, plagas y enfermedades, fauna salvaje, robos, cadena alimentaria, comercio internacional y exigencias medioambientales. Señalan que las protestas agrarias no cuelgan el cartel de vacaciones. Tras la protesta del pasado 21 de junio ante la Conselleria de Agricultura, ahora convocan otra protesta el próximo viernes 12 en la Delegación del Gobierno en la Plaza del Temple de Valencia.

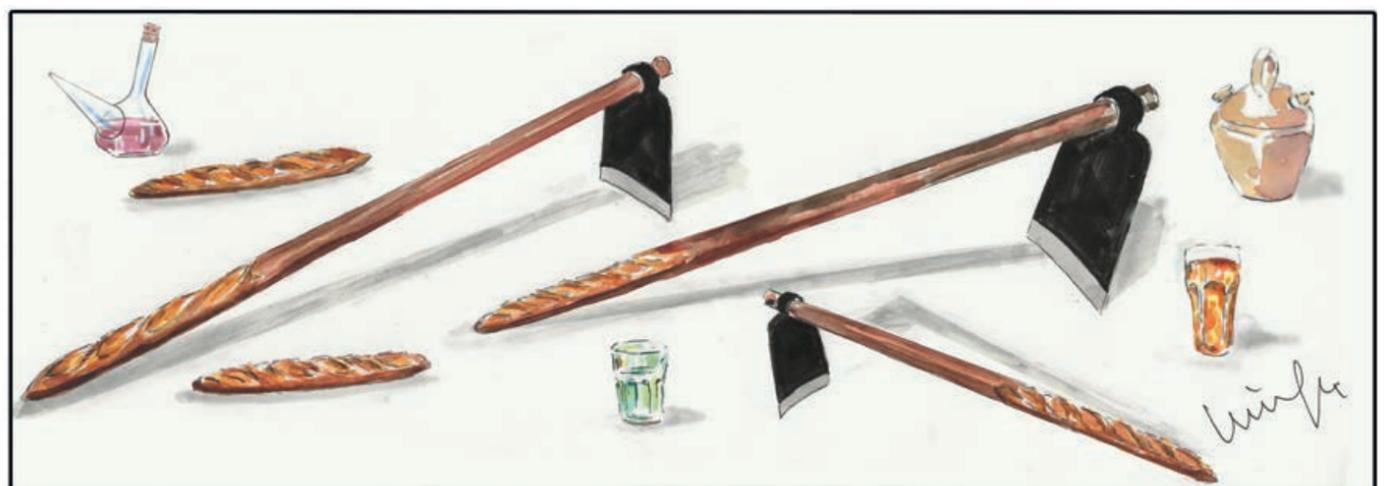
En el año hidrológico más seco y cálido desde que hay registros, los agricultores valencianos solicitan una nueva política hidrológica que contemple la construcción de infraestructuras para almacenar y distribuir agua, así como un redimensionamiento de los caudales ecológicos y una apuesta por la reutilización de aguas depuradas; mejorar los seguros agrarios para cubrir todos los riesgos de clima y fauna salvaje; y aprobar o ampliar ayudas directas por pérdidas sufridas.

Exigen también impulsar las autorizaciones excepcionales de fitosanitarios que no cuentan con alternativas eficaces y reducir la burocracia y el cumplimiento estricto de la Ley de la Cadena Alimentaria, con prohibición expresa de venta a pérdidas y la publicación oficial de los costes medios de producción, entre otras reivindicaciones.

Es necesario y urgente que los presupuestos para 2025 incluyan las reivindicaciones para dar respuesta a los problemas que sufre el campo, antes de que sea demasiado tarde para todos.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

El sector agroalimentario español consolida su posición

El valor de la agroalimentación crece un 2,3% y supone el 8,9% del PIB nacional

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Cajamar presentó la semana pasada el informe 2023 del 'Observatorio sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo', que incluye el sector primario, la industria de la transformación y la comercialización de alimentos y bebidas. Un sector que aumentó su valor añadido (VAB) un 2,3% en 2023, hasta los 119.140 millones de euros. Un crecimiento superior al 1,9% registrado de media por el sector europeo y que supone una aportación del agroalimentario español al PIB total nacional del 8,9%. Con estas cifras globales, España se consolida como la cuarta economía agroalimentaria de la UE, aportando el 12,2% del VAB comunitario del sector.

El sector agroalimentario español es el principal productor de cítricos, con una cuota de mercado del 53,6%; aceite de oliva (41,7%); ganado ovino y caprino (26,4%); ganado porcino (23,8%) y frutas frescas (19,7%). Además, España es también el cuarto país más exportador de productos agroalimentarios de la UE-27, con una cuota de mercado del 9,9% y solo por detrás de Países Bajos, Alemania y Francia.

En 2023, el sector agroalimentario español logró un nuevo máximo histórico en el valor de sus exportaciones, al crecer un 3,5% respecto al año anterior y lograr unas ventas al exterior de 72.258 millones de euros. Este destacado crecimiento se explica por la evolución de los precios de los productos exportados, ya que el volumen cayó un 8,8%.

El sector aporta el 18,5% del valor de las exportaciones de bienes totales de España. El principal mercado de los productos agroalimentarios españoles es la UE-27, que concentra el 67,8% de las ventas en el exterior, 2,9 puntos porcentuales por encima del año previo. Fuera de Europa, destaca la caída del 25,8% de las exportaciones a China, lo que consolida, por tercer año consecutivo, a Estados Unidos como el segundo mayor destino extra-UE, solo por detrás de Reino Unido.

La casi nula variación en la exportación de fruta y frutos comestibles y el mayor crecimiento de las exportaciones de carne y despojos determinan que esta última categoría se convierta en el producto agroalimentario más exportado de España en 2023, al concentrar el 14,4% del total, muy cerca del 14,3% que suponen las frutas.

En cuanto a las importaciones, alcanzaron 56.856 millones de euros, un 2% más que en 2022. Por orígenes, el 57,4% de los productos agroalimentarios que se consumen en el mercado español



De izquierda a derecha, Fernando Miranda, Eduardo Baamonde, Joaquín Maudos e Ignacio Atance. / CAJAMAR

El sector agroalimentario español logró en 2023 un nuevo máximo histórico en el valor de sus exportaciones, al crecer un 3,5% respecto al año anterior y alcanzar unas ventas al exterior de 72.258 millones de euros

se importa de países comunitarios, mientras que Brasil es el primer proveedor extracomunitario, con el 4,8% del mercado, seguido de Ucrania que escala posiciones y ya aporta el 4,6% de las importaciones. El grupo de pescado, crustáceos y moluscos se mantiene como la principal importación agroalimentaria de España en 2023, con una cuota del 12,6% del total importado.

En consecuencia, el saldo comercial agroalimentario español alcanzó un superávit de 15.403 millones de euros, un 9,3% superior al registrado en 2022.

■ EMPLEO

El sector agroalimentario español generó el 11,3% del empleo total de la economía española en 2023, con casi 2,4 millones de ocupados, un 0,3% más que el año anterior, encadenando tres años consecutivos de creación de empleo. Algo más de la mitad de estas personas se dedica a la comercialización, el 30,1% a la agricultura y pesca y el 18,8% trabaja en la industria de la alimentación, bebidas y tabaco.

Las dificultades para cubrir el relevo generacional y el envejecimiento de la fuerza laboral son problemas que afronta el sector tanto en España como en la UE en su conjunto. En España, el 35,1% de las personas que se dedican a estas actividades tie-

ne más de 50 años, un porcentaje que crece hasta el 39,5% en el caso de la UE-27.

Además, las mujeres todavía representan solo un 29,6% de los trabajadores del sector, una brecha que se acentúa en el sector primario. Mejorar la formación de la fuerza laboral del sector es otro de los objetivos que ha de perseguir el agroalimentario español, según recomienda el informe.

España es la quinta economía que más empleo aporta al sector agroalimentario de la UE-27, con un 10,6% del total.

■ PRODUCTIVIDAD

La productividad del sector se sitúa un 22% por encima de la media europea y, en el caso del sector primario es hasta un 73% superior. Esta elevada productividad se traduce en una mayor competitividad, ya que el coste laboral por unidad de producto del sector en su conjunto es un 15% más reducido que el de sus competidores europeos.

A pesar de la elevada productividad y competitividad que presenta el sector agroalimentario español en el contexto europeo, esa ventaja se ha recortado en 2023 y la caída del esfuerzo inversor puede ser una de las causas.

La inversión en I+D del sector se redujo por segundo año consecutivo, un 2,2% en 2022 (último

dato disponible), y se situó en 354 millones de euros. Esa caída contrasta con el crecimiento experimentado en la UE-27, lo que ha ampliado la brecha con los países comunitarios.

El peso de la inversión en I+D agroalimentaria española representa un 3,2% sobre el total de la inversión empresarial en I+D, 0,5 puntos porcentuales menos que en 2021.

El esfuerzo inversor (porcentaje de la inversión en el PIB) continúa situándose por debajo del de la UE-27 y supone un 0,61% del valor añadido en 2021 (frente al 0,83% de media de Europa), valor que ha caído al 0,58% en 2022. Por ello, el informe destaca como uno de los retos a los que se enfrenta el sector el impulso a las inversiones en proyectos de I+D.

■ LA CESTA DE LA COMPRA

Los precios de los alimentos y las bebidas no alcohólicas crecieron en España un 7,3% frente al 5,9% de la media comunitaria a finales de 2023, a pesar de que el proceso inflacionario se ha contenido respecto al año anterior, cuando se registró un aumento de los precios del 15,7%.

Los costes de producción no se han reducido lo suficiente como resultado de los conflictos internacionales, las tensiones por la escasez de algunas materias primas, la sequía y la mala cosecha de algunos productos relevantes para la economía española.

España es el décimo tercer país de la UE-27 con el mayor peso de los alimentos y bebidas en la cesta de la compra. En total, los hogares españoles destinaron el 20,4% de su cesta de la compra a la adquisición de alimentos y be-

bidas, casi un punto menos que el año pasado, pero por encima del 18,8% de media en la UE-27.

Los hogares españoles destinaron 2.390 euros por persona a la adquisición de alimentos y bebidas, un 13,7% menos que en la UE-27 (2.770 euros). Tanto en España como en la UE-27 ese gasto ha aumentado un 5,3% y un 6,9%, respectivamente. Nuevamente, la inflación explica buena parte de ese incremento.

Por último, el informe del Observatorio analiza la evolución en la sostenibilidad del sector. En primer lugar, destaca que ha conseguido reducir las emisiones de gases de efecto invernadero un 7% en 2022, tres veces más que la UE-27. El 21,3% de las emisiones de la economía española proceden del sector agroalimentario, pero el porcentaje se ha reducido 2,4 puntos porcentuales respecto al año anterior.

■ PRESENTACIÓN

En el evento de la presentación del informe intervinieron el presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde; el secretario general de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Fernando Miranda; el director adjunto de Investigación del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) y coordinador del informe, Joaquín Maudos; y el director del Servicios de Estudios de Grupo Cajamar, Ignacio Atance.

Fernando Miranda destacó la importancia de contar con indicadores objetivos y comparables con nuestro entorno, como los que proporciona anualmente el observatorio, y señaló los aspectos que hacen del agroalimentario un sector estratégico para la economía española, así como los retos que debe afrontar para seguir siéndolo, algunos de ellos apuntados en los propios indicadores y análisis del informe.

Por su parte, el presidente de Cajamar subrayó el compromiso de la entidad con el sector agroalimentario. Un compromiso que se extiende más allá de la actividad financiera y que lleva a la generación de conocimiento y su puesta a disposición del sector. Baamonde indicó que, con esta séptima edición, el observatorio se consolida como una publicación de referencia, que además anualmente se complementa con el informe posterior que desagrega los resultados por comunidades autónomas.

Para Joaquín Maudos, director del informe, "el sector agroalimentario español es un pilar fundamental de nuestra economía, generando riqueza en forma de renta y empleo, adquiriendo en España un peso mayor al que el sector tiene en la UE-27. Además, su aportación es fundamental a la hora de generar superávit al sector exterior, con una cifra récord de exportaciones en 2023, aunque influenciada por el intenso crecimiento de los precios. Detrás de estos datos está la elevada competitividad del sector, que a su vez se explica sobre todo por su mayor productividad".

Planas augura un aumento de la exportación alimentaria pese a las amenazas comerciales

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación analiza los retos, los problemas y las fortalezas del sector agroalimentario español

► BELÉN DELGADO. EFEAGRO.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, prevé que las exportaciones agroalimentarias de España seguirán creciendo en los próximos años a pesar de las tensiones en el comercio internacional.

En una entrevista con Efeagro, Planas asegura que están en contacto con las administraciones de China y Estados Unidos, importantes mercados de exportación que ha visitado en las últimas semanas.

Pekín abrió recientemente una investigación por competencia desleal a la importación de porcino europeo y otros productos tras la decisión de la Unión Europea de aplicar más aranceles a los vehículos eléctricos chinos, en vigor desde esta misma semana.

Y Estados Unidos sigue aplicando un arancel adicional a la aceituna negra de mesa, pese a que la Organización Mundial del Comercio (OMC) ha fallado en contra de ese país en la disputa comercial con la UE.

“Las guerras comerciales no son buenas y tenemos que buscar cualquier medio de negociación para evitarlas”, afirma Planas, para quien “el sector agroalimentario nunca está en el origen de los conflictos comerciales, pero es un sector que los gobiernos cogen porque tiene un impacto directo sobre los ciudadanos y en la opinión pública”.

A su juicio, los productores y la industria agroalimentaria quieren trabajar con estabilidad y condiciones normales, por lo que el Gobierno insta a la Comisión Europea, con competencia exclusiva en el comercio con terceros países, a llegar a una situación que per-



Luis Planas considera que España es una potencia agroalimentaria mundial. / ARCHIVO

mita seguir desarrollando esas exportaciones.

■ LIDERAZGO EXPORTADOR

No obstante, Luis Planas asegura que “la pujanza agroalimentaria exportadora de España va a crecer muy probablemente en los próximos años”. Uno de cada dos euros producidos en el sector se exporta y, según los últimos datos de Aduanas, las ventas agroalimentarias al exterior suman 71.700 millones de euros en los últimos doce meses hasta abril (un 66% se dirige a la UE), con un saldo positivo de 17.000 millones.

Planas llama a ejercer el liderazgo de España como potencia agroalimentaria mundial, tras sus últimos viajes a China y Estados Unidos en los que ha apoyado a los exportadores en sus intentos por integrar el producto español en las culturas gastronómicas locales.

En cuanto a las importaciones, el ministro defiende el principio de reciprocidad para que estas cumplan las mismas reglas de producción que en la UE (las llamadas cláusulas espejo). “Vamos a ver si conseguimos efectivamente hacer mayoría en un futuro próximo” para

“El sector agroalimentario nunca está en el origen de los conflictos comerciales, pero es un sector que los gobiernos cogen por su impacto directo sobre la opinión pública”

que se incluya ese elemento en los acuerdos internacionales de la UE con otros países, apunta Planas.

El ministro de Agricultura insiste en que “ningún producto agroalimentario entra sin control en la Unión Europea” y cita iniciativas como la puesta en marcha de un grupo de seguimiento del comercio exterior con las organizaciones agrarias UPA y Unión de Uniones, que firmaron el plan de 43 medidas del Gobierno para el campo tras las últimas movilizaciones agrarias.

■ RESPUESTAS A LOS AGRICULTORES

El titular de Agricultura sostiene que prácticamente todas esas medidas están en marcha y resalta la modificación de los reglamentos de la Política Agraria Común (PAC) “en un tiempo récord” para ajustar aspectos como los relativos a las buenas prácticas agropecuarias y las inspecciones a explotaciones pequeñas. A su juicio, este “sólido” plan responde a “todas las preocupaciones” de los productores, con medidas adicionales en materia de seguros agrarios, fiscalidad y otras ayudas.

El ministro vuelve a tender la mano a las organizaciones Asaja y COAG, que siguen sin

firmarlo, y muestra su comprensión hacia quienes han protestado porque quieren “una retribución digna por su trabajo”, un mensaje dirigido tanto a los gobiernos como al conjunto de la sociedad.

Anima a los productores a asociarse para reforzar su posición negociadora en la cadena, al tiempo que destaca la importancia de hacer “un esfuerzo colectivo” para contener la inflación, algo que “han comprendido” la industria y la distribución al rebajar los precios del aceite de oliva en muchos supermercados tras la reciente supresión temporal del IVA al aceite de oliva.

■ PRIORIDADES EN LA UE

“Cómo conseguir que la producción del futuro sea sostenible y al mismo tiempo rentable es un elemento clave del futuro inmediato y parte de los debates europeos de la nueva legislación”, señala Planas.

Tras el impacto de la pandemia, la guerra en Ucrania y el cambio climático en los mercados agrarios, Planas advierte de que habrá que dedicar “mucho más atención” a la seguridad alimentaria y la producción de alimentos, dos aspectos que ocupan un lugar “muy relevante” en la nueva hoja de ruta trazada por el Consejo de la UE.

En ella se apoya la sostenibilidad y la competitividad de la producción agrícola, aspectos necesarios para asegurar la autonomía estratégica de la Unión Europea, sin olvidar el cuidado del medioambiente y la “resiliencia hídrica”, considerada “un guiño” a países como España.

Además, para esta legislatura quedan pendientes cuestiones como la regulación de las nuevas técnicas de edición genética, la comunicación sobre los sistemas alimentarios sostenibles y la “gran novedad” que puede suponer la reforma de la directiva de prácticas comerciales desleales, inspirada en la ley de cadena alimentaria española.

Y ante la posible salida del Ejecutivo español de la vicepresidenta Teresa Ribera para ocupar un puesto en la nueva Comisión Europea, Planas recuerda que corresponde al presidente, Pedro Sánchez, decidir sobre la estructura básica del Gobierno.

► VF. REDACCIÓN.

El Gobierno ha anunciado que en las próximas semanas culminará la reforma del sistema español de control fronterizo, lo que permitirá agilizar y mejorar la eficacia de los controles aduaneros en procesos de importación y exportación, así como unificar los servicios de inspección sanitaria y fitosanitaria en frontera.

Esta reforma fue anunciada el 2 de julio por el ministro de Política Territorial, Ángel Víctor Torres, en una comparecencia ante los medios en la clausura de las primeras jornadas sobre controles en el tráfico internacional de mercancías, celebradas en el puerto de Algeciras (Cádiz).

Torres recordó que el ministerio de Política Territorial asume desde 2006 la coordinación de esta labor, en la que participan también los ministerios de Hacienda, Transporte, Economía, Sanidad y Agricultura, por lo que apeló a que la reforma del sistema, “de la mano de la digitaliza-

El Gobierno anuncia la reforma del sistema de control de aduanas

ción y de todas las herramientas a nuestro alcance, permita mejorar en esa respuesta fitosanitaria fundamental”.

El ministro apuntó que esta reforma dará respuesta “a una histórica demanda para evitar duplicidades y trámites que demoren de manera no justificada el proceso de entrada y salida de los productos”, algo “fundamental en los alimentos perecederos”. Además, aseguró que la reforma permitirá a España “equipararse también al resto de países de nuestro entorno”.

Otra de las ventajas que destacó es que la agilización de estos servicios reducirá los costes de exportación e importación, lo que “quedará reflejado en el precio final que paga el consumidor”.

En la clausura de las jornadas también participó el ministro de Agricultura, Luis Planas, quien calificó el comercio internacional de productos agroalimentarios como “estratégico para la economía española”, al subrayar que España es el cuarto exportador europeo y

séptimo mundial, con unas ventas al exterior que generaron entre mayo de 2023 y abril de 2024 (último dato disponible) 71.700 millones de euros, con un saldo positivo de 17.000 millones de euros.

Por ello, subrayó que el control sanitario y fitosanitario “es una prioridad para el Gobierno, ya que nos protege de la entrada de enfermedades y plagas que pueden afectar al sector”.

El titular de Agricultura abogó por reforzar la eficiencia de los servicios aduaneros y llevar

a cabo la coordinación necesaria entre los ministerios para hacerla más eficaz.

“Es una tarea que nos permite abrir mercados en el resto del mundo de forma muy eficaz. Todos los productos españoles agrícolas y ganaderos, como nuestro aceite de oliva, vino, quesos, carne de porcino o vacuno están presentes en los mercados internacionales y es una parte fundamental muy ligada a los servicios aduaneros”, remarcó.

También se refirió al papel que juega este sector en un contexto como el actual, amenazado por el cambio climático y los conflictos armados en Ucrania y Gaza y señaló que “desde los servicios aduaneros de importación y exportación, estamos garantizando no sólo el abastecimiento de la población española y europea, sino que a muchos ciudadanos del mundo puedan llegarle nuestros productos agroalimentarios, que tan importantes son”.



La OCDE y la FAO calculan que durante el próximo decenio el consumo de productos agrícolas en el mundo se incrementará un 1,1%. / ARCHIVO

India va a desplazar a China como vector del crecimiento de la demanda agrícola

► VF. REDACCIÓN.

India, que se ha convertido en el país con mayor población del mundo, desplazará también a China como principal vector del crecimiento de la demanda agrícola en el mundo en los próximos diez años, según la OCDE y la FAO. En su informe conjunto anual calculan que en el próximo decenio el consumo de productos agrícolas en el mundo subirá un 1,1% y casi un 94% de ese incremento corresponderá a países de ingresos medios y bajos.

Las razones hay que buscarlas en que es en esos países donde, con diferencias, se espera que habrá crecimiento de la población pero también por una modificación de las pautas alimentarias. Precisamente esos factores justifican que India y el resto del sureste de Asia vayan a ser los grandes protagonistas y absorber un 31% del aumento de la demanda en el próximo decenio.

Si se toma de forma aislada India, los autores del informe calculan que en el horizonte de 2033 el aumento será del 20,2% en producción vegetal hasta 220.100 millones de dólares, del 41% en la ganadera (144.770 millones), y del 16% en la pesquera (48.800 millones).

China seguirá siendo, de lejos, el primer mercado agrícola, pero con incrementos en términos relativos y absolutos mucho menores. Así se espera una subida del 4,1% en la demanda de productos vegetales hasta 414.400 millones de dólares; del 5,55% en ganaderos hasta 206.500 millones; y del 13,8% en los de pesca hasta 207.100 millones. Lo más significativo es que si durante el pasado decenio China aspiró un 28% del consumo adicional de productos del sector primario, ese porcentaje se va a quedar en el 12% de aquí a 2033.

Junto al sudeste asiático, la otra gran región que va a vivir una notable expansión de la demanda es el África subsahariana, que contribuirá con un 18% a esa progresión, y eso sobre todo de la mano del ascenso de su población, a un

ritmo del 2,40% anual entre 2024 y 2033.

Globalmente, la producción del sector primario crecerá en los próximos diez años al 1,1% anual, con ascensos del 1% para el valor de los cultivos, del 1,3% para la ganadería y del 1,1% para la pesca. Los autores del estudio anticipan que esa mayor producción vendrá esencialmente de mejoras en los rendimientos, que representará un 80% en el caso de la agricultura, donde la extensión de las tierras cultivadas tendrá un peso marginal.

■ PRECIOS A LA BAJA

En cuanto al comercio de productos, prevén un ascenso del 1% anual, equivalente al de la producción, lo que significa que se mantendrá estabilizado el peso relativo de las exportaciones.

Sobre los precios, las dos organizaciones consideran que van a seguir bajando de los picos que se alcanzaron en el periodo 2020-2022 debido a una conjunción de fenómenos como la crisis de la covid, la invasión rusa de Ucrania o las malas cosechas por razones climatológicas en algunas regiones clave.

A corto plazo, esa rebaja se espera que sea más rápida, y a medio plazo los precios reales (descontando el efecto de la inflación) de los productos del sector primario deberían seguir igualmente con la tendencia bajista histórica, asumiendo que la productividad continuará mejorando.

En principio eso debería añadir presión a los agricultores y beneficiar a los consumidores, pero los autores del informe advierten de que esas son evoluciones de los mercados globales, y que habrá que evaluar otros factores que influyen en las decisiones de unos y otros para ver si se transmiten a los mercados domésticos. Y entre esos factores están los costos específicos de los transportes en cada lugar; la cotización de unas y otras divisas, las políticas comerciales o el grado de integración de los mercados locales con el comercio internacional.

La campaña hortícola almeriense se cierra con aumentos de producción y caída de precios

Asaja Almería realiza un balance del desarrollo de la temporada 2023-2024 de hortalizas de invernadero

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña hortícola almeriense 2023-2024 ha registrado un significativo avance en términos de superficie y producción, a pesar de enfrentarse a retos económicos derivados de la caída de precios en el mercado. “Los datos más recientes indican un crecimiento sostenido en las hectáreas invernadas y en la producción total, aunque el valor económico de dicha producción ha sufrido una considerable disminución”, señala en su balance de campaña la organización Asaja Almería.

En lo que respecta al crecimiento en superficie y producción, la superficie invernada ha alcanzado 33.100 hectáreas, lo que representa un incremento del 0,61% en comparación con la campaña anterior. Además, la superficie en producción, considerando los dobles ciclos, se ha situado en 49.316 hectáreas, un 1% más que en ejercicio precedentes. En términos de producción total, se ha observado un aumento notable del 14%, alcanzando un volumen de 3,82 millones de toneladas. “Este crecimiento se atribuye principalmente a un mejor control de virus y plagas, condiciones climáticas favorables y la expansión de la superficie cultivada”, señala la organización agraria.

En cuanto al impacto económico y la caída de precios, “a pesar del incremento en producción, el valor de esta ha disminuido drásticamente en un 22%, debido principalmente a la caída de las cotizaciones en todos los productos agrícolas. Este descenso en los precios ha afectado significativamente a los ingresos de los agricultores, a pesar de los esfuerzos por man-



Las principales producciones han sufrido descensos de precios. / ARCHIVO

tener la estabilidad en la producción”, indica Asaja Almería.

Por último, y según los datos aportados por la organización, en lo que se refiere al desarrollo comercial de la temporada, el pimiento ha sufrido una caída del 33% en su precio medio, afectando su valor de producción pese a un aumento productivo del 4%. El tomate ha incrementado la producción un 8%, pero su valor ha disminuido debido a una caída del 18% en su precio. El pepino ha crecido en superficie y producción, pero su cotización media ha caído un 22%. El calabacín y la berenjena han sufrido descensos significativos en sus precios medios, afectando sus valores de producción. El melón ha tenido un valor medio un 5% superior, y la sandía ha incrementado un 35% su producción y un 7% su precio medio.

Para Asaja-Almería, el balance de la campaña hortícola 2023-2024 revela un crecimiento sólido en términos de superficie y producción, destacando el esfuerzo del sector por mejorar las técnicas de cultivo y gestión. Sin embargo, la caída de los precios ha representado un desafío significativo para los agricultores, afectando negativamente el valor de la producción. Enfrentarse a estas fluctuaciones de mercado será clave para la estabilidad y prosperidad futura del sector hortícola almeriense.

“A pesar de los desafíos económicos actuales, la resiliencia y capacidad de adaptación de los agricultores almerienses prometen un futuro próspero y sostenible para el sector hortícola de la región”, señala la organización agraria.

Reyes Gutiérrez: “Todas nuestras plantas de manipulación y proceso siguen funcionando al 100%”

Las instalaciones principales de la compañía malagueña no se han visto afectadas por el incendio del pasado viernes

► VF. REDACCIÓN.

La empresa Reyes Gutiérrez continúa desarrollando su actividad con total normalidad tras el incendio sufrido el pasado viernes en una pequeña nave almacén de la firma en la localidad malagueña de Vélez-Málaga.

Desde la compañía han comunicado que lo más importante es que no ha habido heridos graves y los daños han sido sólo materiales. Reyes Gutiérrez ha confir-

mado a través de un comunicado que “todas nuestras plantas de manipulación y proceso siguen funcionando al 100% y que sólo hemos tenido daños materiales en una pequeña nave almacén, separada de las instalaciones principales”.

La empresa quiere agradecer a todos y “especialmente a todos nuestros empleados, que han estado ejemplares y diligentes, en la evacuación y co-

laborando en todo momento”. Reyes Gutiérrez tiene también palabras de agradecimiento para las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado y locales “que estuvieron allí en nada de tiempo, y que impidieron una posible propagación del incendio”.

La empresa malagueña agradece, asimismo, los mensajes y llamadas de ánimo de todos los amigos y colaboradores.

Agrocultivos

Agricultura declara la presencia de la plaga *Scirtothrips aurantii* Faure

COMUNITAT VALENCIANA / La plaga ha sido identificada en las comarcas de la Vega Baja, el Baix Vinalopó, la Safor y la Ribera Alta y declarada oficialmente por la Generalitat

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La Conselleria de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalitat Valenciana ha declarado oficialmente la presencia de la plaga de cuarentena denominada *Scirtothrips aurantii* Faure y ha adoptado medidas urgentes para su erradicación y control. La resolución se publicó el pasado 3 de julio en el Diario Oficial de la Generalitat.

El *Scirtothrips aurantii* es un insecto del orden de los *tisanópteros*, familia *Thripidae*, que se alimenta de frutos y hojas, lo que deriva en un severo daño celular en los tejidos atacados, dando lugar a deformaciones en hojas y frutos.

Los daños en hojas afectan a la actividad fotosintética de la planta, pero las repercusiones más severas van asociadas a los ataques a los frutos, pudiendo dar lugar a la pérdida de la cosecha por su caída o por la depreciación cualitativa de los mismos.

Detectada por primera vez en noviembre de 2020 en España en la provincia de Huelva, el servicio de Sanidad Vegetal de la Conselleria la identificó hace escasas semanas en frutos de granado, kaki, cítricos y uva de mesa, en las comarcas de la Vega Baja y del Baix Vinalopó, en la provincia de Alicante, y

las comarcas de La Safor y la Ribera Alta, en la provincia de Valencia.

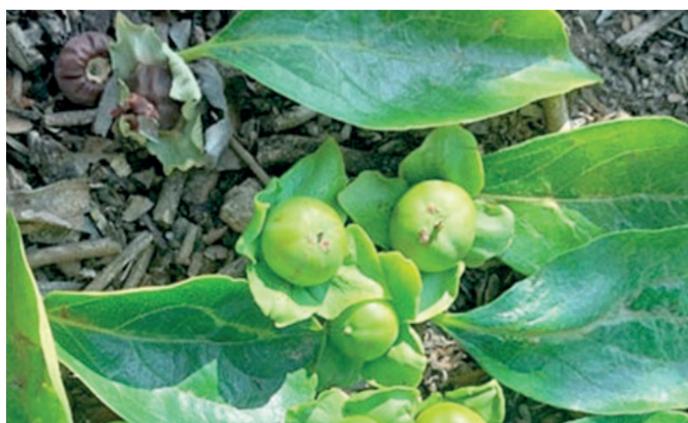
■ MEDIDAS

En consecuencia, la Conselleria de Agricultura ha demarcado las zonas donde se halla presente este organismo nocivo y ha establecido unas medidas fitosanitarias obligatorias para combatirlo.

En plantaciones al aire libre o en invernadero, parques y jardines deberán realizarse tratamientos fitosanitarios sobre la totalidad de los vegetales hospedantes con los productos adecuados autorizados para su control, instalación de trampas adhesivas cromotrópicas y limpieza de herramientas, maquinaria y vehículos utilizados en esos lugares.

En almacenes, centros de distribución y viveros, se llevarán a cabo tratamientos fitosanitarios que aseguren la correcta eliminación de la plaga de todos los lotes de ramas y flores cortadas con hojas y vegetales hospedantes contaminados.

En las zonas tampón, se vigilará intensivamente los hospedantes en plantaciones (aire libre o invernadero), viveros, parques y jardines y se instalarán trampas. Igualmente se colocarán trampas dentro de



Efecto de la plaga que ataca tanto a las hojas como a los frutos. / GVA

las instalaciones de almacenamiento y centros de empaquetado y distribución de material vegetal o en vertederos de re-

siduos cuando se encuentren dentro de la zona tampón. Asimismo, se realizará inspección y limpieza de herramientas,

La Conselleria insta a realizar tratamientos fitosanitarios, instalar trampas, extremar la limpieza de herramientas y vigilar las explotaciones por si aparecen los síntomas

maquinaria y vehículos utilizados en terrenos con especies hospedantes.

Para el resto del territorio de la Comunitat Valenciana no afectado por la zona demarcada de la plaga se establecen obligaciones para los titulares de las parcelas y para los operadores profesionales de vegetales con especies hospedantes, como la realización de prospecciones al objeto de determinar la presencia del organismo nocivo *Scirtothrips aurantii*.

Ante la existencia de indicios que puedan suponer la presencia de la plaga o cuando aparezcan los síntomas en los vegetales de su propiedad, habrán de comunicar estas circunstancias al Servicio de Sanidad Vegetal de la Conselleria.

Scirtothrips aurantii Faure es una plaga de cuarentena para la UE, que en 2022 también se detectó en Portugal (Algarve, Alentejo y Madeira). En Andalucía, además de los cítricos y kaki, también se ha encontrado en aguacate y sobre frutos rojos (fresa, frambuesa, mora y arándanos).

Se trata de una plaga de origen sudafricano, conocida como el trips sudafricano de los cítricos, que normalmente está asociado a los agrinos, pero que en su zona de origen es muy polífago, habiéndose encontrado hasta 70 especies de plantas huéspedes leñosas y herbáceas de distintas familias.

Los investigadores han observado que, debido a sus compuestos bioactivos, el extracto de la piel de estas naranjas puede tener potencial aplicación a la hora de elaborar conservantes alimenticios o productos nutracéuticos.

Uno de los inconvenientes de la naranja pigmentada es su corto periodo de conservación antes de que desarrolle síntomas de sobremadurez. El proyecto que se encuentra en una fase intermedia, pretende estudiar en la fase final, la vida postcosecha de las naranjas pigmentadas mediante la aplicación de diferentes tratamientos de conservación y evaluación de la calidad de la fruta con el fin de prolongar la vida útil de las naranjas.

Newblood ha contado con la colaboración del grupo de investigación en Citricultura del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA). Además, tiene financiación de la conselleria de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital de la Generalitat Valenciana.

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Las variedades de naranja dulce se pueden dividir en dos grupos principales: la naranja blanca, frecuentemente consumida, y la naranja sanguina o pigmentada, casi desconocida en España. Recuperar el cultivo de la naranja pigmentada, a la vez que se seleccionan las variedades que mejor se adapten al cambio climático son dos de los objetivos del proyecto Newblood, liderado por la profesora del Departamento de Producción Vegetal y Microbiología de la Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH) Pilar Legua.

Los investigadores de la UMH estudian la influencia de portainjertos adecuados para el cultivo de la naranja sanguina. Los resultados muestran que a la hora de hacer los injertos existen dos portainjertos que, al combinarlos con diferentes variedades sanguinas, son aptos para el cultivo de naranja pigmentada.

El objetivo de esta investigación es estudiar el comporta-

Un estudio de la UMH busca recuperar el cultivo de la naranja sanguina

El proyecto Newblood analiza también las variedades que mejor se adaptan al cambio climático

miento agronómico de distintas combinaciones injerto/patrón, esto permitirá hacer una selección óptima y específica a los requerimientos de agricultores y consumidores.

Pilar Legua explica que “los patrones o portainjertos se utilizan porque pueden inducir mejoras en la producción y calidad de la variedad además de adaptar las variedades a las diferentes condiciones ecológicas, edafoclimáticas, tolerancia y resistencia a enfermedades, entre otros”.

Asimismo, el grupo de investigación en ‘Fruticultura y Técnicas de Producción’ de la UMH estudia las características morfológicas, químicas y bioquímicas de las distintas variedades del fruto, así como la composición de su zumo. La finalidad es conocer el material vegetal y la calidad de los productos, así como acceder a las variedades con una mayor productividad, calidad organoléptica y valor nutricional. Durante la investigación se han estudiado ocho va-

riedades de naranjas sanguinas y se han encontrado diferencias entre ellas.

El proyecto Newblood no sólo pretende potenciar el cultivo de naranjas sanguinas en España. Además, tiene en cuenta futuras aplicaciones basadas en el aprovechamiento y la economía sostenible. En este sentido, el grupo de investigación en ‘Fruticultura y Técnicas de Producción’ de la UMH estudia la composición química de la piel de diferentes variedades de naranja sanguina.

Récord de contrataciones en Aragón para la campaña de recogida de la fruta

En el mes de julio se van a superar los 25.000 temporeros, una cifra mayor a la prevista inicialmente según datos de la Seguridad Social

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La campaña de la recogida de la fruta dulce en Aragón, de mayo a septiembre, se encuentra en pleno apogeo. Con una superficie superior a las 35.000 hectáreas dedicadas al cultivo, se espera una buena cosecha con más de 650.000 toneladas entre las diversas variedades: cereza, melocotón, nectarina, albaricoque, parguayo, ciruela, manzana, pera.

La alta producción ha repercutido en las necesidades de mano de obra y así, según datos de la Seguridad Social, el pasado mes de junio se realizaron 24.114 contrataciones en todo Aragón.

A la provincia de Zaragoza correspondieron 14.000, a Huesca 8.853 y a Teruel 1.337 trabajadores.

Dicha cifra ha supuesto un incremento del 14% respecto a las 21.107 contrataciones realizadas en este mismo periodo del año pasado.

La tendencia es que vayan en aumento y este mes de julio se superen las 25.000, una cifra mayor a las previsiones al inicio de la campaña.

UAGA cifró las necesidades en unos 22.000 trabajadores, lo que supone la realización de



Hasta 25.000 trabajadores van a participar en la recogida de fruta en Aragón. / JAVIER ORTEGA

unas 14.000 nuevas contrataciones durante toda la campaña.

Unos meses antes de comenzar la recogida los fruticultores mostraron su preocupación ante la posibilidad de no disponer de la mano de obra suficiente, al negarse algunos colectivos a las tareas del campo.

Sin embargo, la campaña transcurre con normalidad, pues los trabajadores son fijos discon-

tinuos y todas las explotaciones disponen de una plantilla que se repite cada año.

La necesidad de un mayor número de temporeros está motivando que muchos productores vendan su fruta en el árbol. Esto significa que es su cliente, una gran empresa o un almacenista, el que se ocupa de disponer de la mano de obra necesaria para recoger directamente en el

campo las toneladas compradas. En la mayoría de los casos, los empresarios disponen de alojamientos para sus trabajadores. No obstante, UAGA señala que es necesario que los ayuntamientos y otras administraciones sean conscientes de la necesidad de contar con albergues municipales, sobre todo en los pueblos más pequeños, para proporcionar ese servicio a los agricultores.



En las tareas de recolección participan cien trabajadores. / JO

■ LA CEBOLLA DE FUENTES DE EBRO

Prevé cosechar tres millones de kilos, un 20% más que la campaña anterior

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Denominación de Origen Protegida Cebolla de Fuentes de Ebro ha comenzado la recolección en una campaña en que se espera una buena cosecha con un incremento de la producción y la recuperación de las hectáreas dedicadas al cultivo.

Se espera que la producción alcance los tres millones de kilos, un 20% más que la campaña anterior que fue de 2,5 millones de kilos.

Han contribuido a ello la disponibilidad de riego y que el tiempo ha sido favorable, con un invierno suave.

La Denominación se extiende por los términos municipales de Fuentes de Ebro, Mediana de Aragón, Osera de Ebro, Pina de Ebro, Quinto y Villafranca de Ebro e integra a 12 productores y tres comercializadoras. En las tareas de la recolección participan cada campaña más de 100 trabajadores.

La superficie cultivada también se ha incrementado, con cerca de 60 hectáreas bajo la denominación, recuperando terreno y manteniendo un crecimiento sostenido del 10% en las últimas campañas.

No obstante, este crecimiento se ve limitado por la falta de permisos para utilizar nuevas hectáreas transformadas en regadío, un proyecto de 25 millones de euros que ha quedado parcialmente en suspenso.

Desde primeros de julio ya se puede encontrar cebolla de Fuentes en el mercado y las perspectivas de ventas son positivas. Sin embargo, se anticipa que el precio en origen puede ser ligeramente inferior al del año pasado.

La exportación sigue siendo limitada porque "todavía es un producto poco reconocible y apreciado en el exterior", según Jesús Berdusán, presidente de la DOP.

Asimismo, preocupan los problemas que genera el fraude, es decir, la venta como Cebolla de Fuentes de Ebro un producto que no lo es. El presidente recuerda que el consumidor debe buscar el distintivo de la denominación, la etiqueta negra que aparece en cada unidad.

La Cebolla de Fuentes de Ebro, con denominación de origen, se caracteriza por su textura tierna, sabor dulce y suave, así como por escaso picor.

Catálogo de medidas para el relevo generacional en el campo

Su elaboración correrá a cargo del Gobierno y las CCAA de acuerdo al compromiso adoptado en el foro de Pamplona

► EFEAGRO.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y las comunidades autónomas elaborarán un catálogo de medidas para fomentar el relevo generacional en el campo, basadas en las propuestas debatidas en la conferencia sectorial monográfica dedicada a los jóvenes, celebrada en Pamplona.

El foro, cuyas conclusiones ha difundido el MAPA en un comunicado, forma parte de las 43 iniciativas a las que se comprometió el Gobierno en respuesta a las protestas de los agricultores y de los ganaderos del primer semestre.

En la reunión, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, llamó a los consejeros autonómicos a "aunar esfuerzos para que la actividad agraria sea una fuente de oportunidades para los jóvenes", según el comunicado.

Planas subrayó que las ayudas de la PAC son necesarias, pero "hay que adoptar otras medidas para responder a la necesidad de incorporar jóvenes que aseguren el futuro de las actividades agrarias y del medio rural".

Por ello, el ministerio de Agricultura y las comunidades autónomas se han comprometido a elaborar un catálogo de medidas, así como posibles recomendaciones, a partir de las propuestas surgidas en Pamplona.

■ LEY DE AGRICULTURA FAMILIAR

El ministro remarcó que el futuro proyecto de ley de agricultura familiar será el instrumento regulador en el que se incluirán muchas de las modificaciones legales necesarias para concretar medidas para afrontar el desafío del relevo generacional.

En la reunión se puso de manifiesto la necesidad de trabajar en materia de sensibilización de la población sobre la actividad agraria, en el asesoramiento específico para jóvenes antes, durante y después del proceso de instalación y en la innovación, para hacer al sector atractivo y rentable.

Para dar seguridad a los jóvenes es necesario que se publique de forma anticipada los calendarios de las convocatorias de ayudas y en poner en valor el papel crucial el papel de las

cooperativas, según el ministro. También se incidió en la enorme utilidad del intercambio de buenas prácticas entre administraciones y el sector.

En cuanto a las mujeres, se hizo hincapié en la necesidad de tomar medidas específicas que contribuyan a mejorar su incorporación y su posición en la toma de decisiones.

■ ASESORAMIENTO CONTINUO

Planas mencionó algunas iniciativas del ministerio como el programa Cultiva, las ayudas a la formación o la creación del centro de innovación tecnológica La Vega Innova, como ejes para avanzar en la futura estrategia de formación del sector y en todas las iniciativas autonómicas.

Las medidas del catálogo se debatirán en una nueva conferencia sectorial sobre relevo generacional.

■ FONDOS PAC PARA JÓVENES

En cuanto a la PAC, Planas recordó que el plan estratégico nacional para su aplicación destina 220 millones anuales a las ayudas para la instalación de nuevos agricultores y gana-

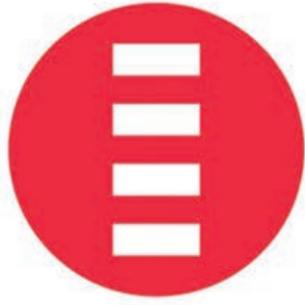


El 60% de los jóvenes que entran en la agricultura lo hacen sin ayudas de la PAC, según el MAPA. / VF

deros, 1.150 millones para el conjunto del periodo hasta 2027 (426 millones más que en el anterior marco).

El plan prevé la incorporación a la actividad agraria de unos 16.000 jóvenes.

Pero el 60% de los jóvenes que entran en la agricultura lo hacen sin ayudas de la PAC, según el MAPA. En este sentido, Planas apuntó que más que del volumen económico de las ayudas se trata de reorientarlas o mejorarlas para cubrir lo que realmente necesitan los jóvenes para que decidan dedicarse a la actividad y que lo hagan de forma exitosa, para continuar después de los cinco primeros años.



NOU MERCAT DEL CAMP
UNITAT AGROALIMENTÀRIA REUS

Información elaborada por Óscar Ortega



JORDI ESCRIVÀ / Presidente de la Asociación de mayoristas del Mercat del Camp

“El Mercat Central reúne un conjunto de mayoristas con profesionalidad y oficio”

Jordi Escrivà, presidente de la Asociación de mayoristas del Mercat del Camp de Tarragona y gerente de Fruites Cambrils, comenta diversos aspectos relacionados con la actividad de este mercado como, por ejemplo, el perfil de compradores, la campaña de verano y las implementaciones de mejora.

Valencia Fruits. Como voz autorizada del colectivo mayorista del Mercat Central, ¿expectativas para esta campaña de verano?

Jordi Escrivà. De entrada, expectativas positivas. Según las informaciones que disponemos parece que la ocupación turística en el radio de influencia del mercado será alta; ello significa, o debería significar, que habrá demanda de fruta y hortaliza. A mayor turismo, tanto nacional como internacional, mayores ventas.

Para que estas expectativas se cumplan también es fundamental que las temperaturas sean aquellas que tocan por el período estival: altas. Como se suele decir: a mayor temperatura, mayor consumo de fruta.

La campaña de verano es la época del año donde el volumen de ventas del Mercat aumenta.

Nosotros, cada uno de los mayoristas del mercado, debemos preocuparnos de ofrecer nuestra oferta y servicio. El Mercat Central reúne un conjunto de mayoristas con profesionalidad y oficio que ofrecemos una amplia oferta de fruta y hortaliza.

VF. Hablando de este mercado, ¿en qué punto se encuentra su modernización?

JE. Estos últimos años estamos implementando mejoras en el Mercat del Camp que acaparan diferentes ámbitos, desde la propia infraestructura a servicios. De hecho, como asociación el objetivo principal es modernizar y rehabilitar del Mercat del Camp.

VF. ¿Algunos ejemplos?

JE. El más llamativo fue la construcción de la entrada de pago de acceso al recinto. Era



Jordi Escrivà, presidente de la Asociación de mayoristas del Mercat del Camp de Tarragona. / ARCHIVO



Imagen del interior del Mercat del Camp de Tarragona en hora punta de venta. / ARCHIVO

“Estos últimos años estamos implementando mejoras en el Mercat del Camp”

“Cada uno de los mayoristas debemos preocuparnos de ofrecer nuestra oferta y servicio”

una demanda histórica que ha supuesto mayor seguridad y control, estadísticas de clientes y sobretodo, recaudación; una recaudación que estamos invirtiendo en obras de mejoras del Mercat del Camp. Estamos ejecutando estas obras por fases y priorizando aquellas que son más urgentes.

Hemos renovado el pavimento del mercado, instalado cámaras de vigilancia en el aparcamiento...

VF. En este sentido, ¿más proyectos?

JE. Arrastramos el proyecto de implantación de placas solares en el mercado. Es un proyecto muy costoso que requiere una inversión elevada de cada una de las empresas operadoras de este mercado.

VF. ¿Qué tipo de comprador acuden al Mercat del Camp por fruta y hortaliza?

JE. Ahora en verano gana mucho peso específico el sector hotelero y restaurador. Al hilo de la primera pregunta, el turismo reactiva toda la economía de la zona ya sea de manera directa o indirecta.

Durante el resto del año, contamos con frutereros tradicionales, comerciantes inmigrantes que regentan formatos comerciales que venden fruta y hortaliza (pakistaníes, marroquíes...) y comerciantes de mercados ambulantes.

En menor medida, también acude alguna cadena de frutería.

Hay que incentivar la entrada de nuevos clientes que vean en nuestro mercado un lugar donde puedan ser satisfechas sus necesidades.

VF. Y ahora desde la óptica de Fruites Cambrils, ¿qué comenta?

JE. En la línea de los últimos años. Mantenemos el objetivo de dar el mejor servicio posible y los mejores precios con una gama de fruta y hortaliza de excelente calidad. Para ello, contamos con la ayuda de nuestros propios agricultores, la colaboración de empresas y, sobre todo, con el apoyo fundamental de nuestros trabajadores.

Somos un negocio familiar que cuenta con la incorporación de nuevas generaciones asegurando continuidad y futuro, sabiendo que estamos en un sector competitivo y complicado.

IMPORT-EXPORT. FRUITES Y VERDURES



**FRUITES
CAMBRILS SA.**

- ▶ Camí de Reus, s/n - Apdo. Correos nº 138 - 43850 CAMBRILS (Tarragona) - Tel.: 977 36 84 03 - Fax: 977 36 54 64
 - ▶ Mercat del Camp - Pto. 4-5-25 - 43110 LA CANONJA (Tarragona) - Tel.: 977 54 81 08 - Fax: 977 54 81 42
- E-mail: info@fruitescambrils.cat

LLUIS CIVIT / Responsable de Fruites Civit

“Observamos un perfil de cliente del Mercat del Camp de Tarragona exigente”

En general, la demanda de los compradores y cómo potenciar su mayor presencia en el Mercat Camp de Tarragona y, en particular, los objetivos y novedades de la empresa son algunos temas que comenta Lluís Civit, responsable de Fruites Civit, en esta entrevista.

Valencia Fruits. Para empezar, ¿qué objetivos se plantean para este año?

Lluís Civit. Tenemos un objetivo principal que no es otro que mejorar como empresa cada año, superando el ejercicio anterior. Conseguir nuevos clientes y proveedores, consolidar la empresa en nuestra área de influencia, ofrecer una óptima relación entre calidad y precio, mantener el volumen de negocio... Aunque cada uno de estos puntos no es tarea fácil la experiencia demuestra que trabajando y evolucionando bien llegamos a los objetivos. Y siempre con alegría e ilusión.

VF. Habla de evolución, ¿por qué?

LIC. Somos una empresa con una larga trayectoria, casi 100 años, que crecemos poco a poco sin olvidar de dónde venimos.

Una empresa ha de estar en constante evolución para adaptarse a los sucesivos cambios que se presentan. El sector evoluciona y nosotros debemos evolucionar con él. Si no tuviéramos esta mentalidad no existiríamos como empresa. Prueba de ello es que Fruites Civit somos una empresa familiar ya con la cuarta generación, de la cual soy miembro, integrada en el negocio, que cuenta con equipo de personas extraordinarias y excepcionales que nos distinguimos por valores como, por ejemplo, proximidad, calidad de productos, servicio...

VF. Hablamos del Mercat del Camp y, en concreto, de los compradores...

LIC. De un tiempo a esta parte observamos un perfil de cliente del Mercat del Camp de Tarragona exigente, y muy exigente, en la relación calidad y precio del producto.

Como mayoristas somos conscientes y conocedores de los diferentes tipos de clientes y compradores que confían en nosotros, ofreciendo una relación calidad y precio, y añadido, a su medida. Cuanto más cercana es la relación con el cliente, mejor.

VF. Y sobre las ventas de verano, ¿qué comenta?

LIC. Por la ubicación geográfica y el área de influencia del Mercat, en plena Costa Dorada de Tarragona, esperamos, por un lado, que acudan el mayor número de turistas y visitantes posibles nacionales y extranjeros y, por otro, que nos acompañen las temperaturas estivales, es decir, que haga calor. Estos dos condicionantes favorecen el consumo de fruta y hortaliza y, a priori y en consecuencia directa, también favorece el aumento de las ventas del conjunto de mayoristas de este mercado.

“Somos conscientes y conocedores de los tipos de clientes que confían en nosotros”

“Tenemos un objetivo principal que no es otro que mejorar como empresa cada año”



Lluís Civit junto a su hijo Lluís, segunda generación al frente del negocio familiar. / VF

Luego cada uno de los mayoristas ofrecemos nuestra gama de oferta y servicios con nuestras particularidades. En nuestro caso concreto, completamos nuestra oferta con marcas de referencia para, de esta manera, diferenciarnos de los otros operadores.

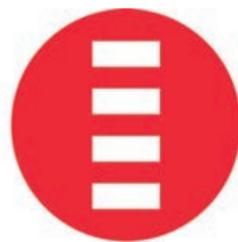
VF. Siguiendo con el mercado y los clientes, ¿qué ideas plantearía para captar más clientes para el Mercat del Camp?

LIC. Dar a conocer el Mercat Central y promocionar y potenciar sus virtudes y, en especial, nuestra oferta de fruta y hortaliza frente clientes exigentes entre la relación calidad y precio. Hay que ir a buscar nuevos clientes.

VF. Volvemos a la empresa, han renovado su página web...

LIC. Este año tenemos web nueva con la intención de ser una ventana abierta donde informamos de Fruites Civit. Dar visibilidad a la empresa, exponer nuestro catálogo de productos y servicios, compartir información... son algunos de los motivos de la nueva web.

No podemos dar la espalda a las plataformas de comunicación. En la misma línea de trabajo, estamos presentes en redes sociales. Como comentaba al principio de la entrevista, una empresa como Fruites Civit estamos en constante evolución.



NOU MERCAT DEL CAMP
UNITAT AGROALIMENTÀRIA REUS

Asociación de Mayoristas Frutas y Verduras

NOMBRE	TELÉFONO	FAX	E-MAIL	PUESTO
HNOS. FERNÁNDEZ LÓPEZ, S.A.	977 54 83 60	977 54 57 28	jsanchez@grupofernandez.es	1-2-3-23-24
FRUITES CAMBRILS, S.A.	977 54 81 08	977 54 81 42	info@fruitescambriels.cat	4-5-25
HNOS. L. SÁNCHEZ VILASECA, S.L.	977 54 63 21 / 81 07	977 54 8107	mariana@lopezsanchezvilaseca.com	6-7-8-21-22 37-38-43-44
RECIO FRUITS, S.L.	977 54 52 65	977 54 54 78	reciofruits@yahoo.es	10-11-31-32-33
AGRÍCOLA CHAVALERA, S.L.	667 73 18 83		agricolachavalera@gmail.com	12
FRUTAS VERDES TORREFORTA, S.L.	977 54 50	97 977 54 50 97	fujifrutas@outlook.es	13
ESPES FRUITS, S.L.	629 21 32 71		info.espesfruits@gmail.com	14-15
GHALMI FRUITS, S.L.	635 57 56 76		ghalmifruits@gmail.com	16
FRUITES CABRÉ, S.A.	977 54 85 33 / 89 42	977 54 72 93	fruitescabre@fruitescabre.es	17-39-40-41-42
FRUITES MARTORELL	630 91 68 30	977 55 26 16	fruitescabre@gmail.com	18
AURELIAN DIMITRU	667 825 066		distribucionjuly@yahoo.es	19
J. SALVADO, S.A.	977 54 87 21	977 54 87 21	j.salvado.reus@gmail.com	20
FRUITES CIVIT, S.L.	977 54 89 41	977 54 32 72	administracion@fruitescivit.cat	26-27-28-29-30
SERHS FRUITS	977 54 81 60	977 54 59 89	sfruits.reus@grupserhs.com	34-35-36

Carretera Canonja, nº 1 • 43204 REUS (TARRAGONA)



Fitosanitarios Agronutrientes Bioestimulantes

OPINIÓN

Bioestimulantes: imprescindibles para alcanzar los objetivos del sector agrícola



Por CAMINO GARCÍA MARTÍNEZ DE MORENTIN (*)

El sector agrícola se enfrenta a importantes retos que son vitales para el abastecimiento alimentario de la población y es por ello que las políticas europeas se han volcado en establecer unas líneas de trabajo y unas directrices que aseguren la sostenibilidad de la actividad agrícola. Resulta imprescindible aplicar cambios importantes en los sistemas de producción actuales ya que la disminución de la superficie agraria, las demandas cambiantes de los consumidores y los muy exigentes requisitos regulatorios son una constante en el día a día del agricultor que demandan una agricultura más eficiente.

Los bioestimulantes son productos que estimulan los procesos de nutrición de las plantas con independencia del contenido de nutrientes que tengan, con el objetivo de mejorar la eficiencia en el uso de los nutrientes, la tolerancia al estrés abiótico, las características de calidad del cultivo o la disponibilidad de nutrientes inmovilizados en el suelo y la rizosfera. En Europa están regulados por la legislación de fertilizantes y sólo cuando han demostrado sus efectos en los cultivos para los que se van a comercializar, bajo unos estrictos protocolos de ensayos, cumpliendo todos los requisitos marcados por la normativa (incluyendo su seguridad para la salud y el medio ambiente) y pasando por un procedimiento de evaluación de la conformidad, pueden comercializarse.

Numerosas investigaciones y publicaciones exponen los beneficios de la utilización de los bioestimulantes como promotores del crecimiento de las plantas (aumento en la biomasa, altura de las plantas o desarrollo radicular), en la mejora de la absorción de nutrientes o en la tolerancia al estrés abiótico originado por sequías, salinidad o temperaturas extremas (por ejemplo, mediante



España es un país líder a nivel internacional en desarrollo y comercialización de productos bioestimulantes. / ARCHIVO

la mejora de la eficiencia en el uso del agua y la regulación de la transpiración). Igualmente, está documentado el aumento en los rendimientos de los cultivos tratados con bioestimulantes, su mejora en la calidad de producción (incremento del contenido de azúcar en frutas, del tamaño del grano...) o el aumento de la actividad microbiana en el suelo. Este incremento en la eficiencia en el uso de nutrientes y mejora de la predisposición de la planta ante factores abióticos externos conlleva que el uso de los bioestimulantes reduzca la necesidad de aplicar las mismas cantidades de fertilizantes convencionales y fitosanitarios químicos, promoviendo prácticas agrícolas más sostenibles para el agricultor y para el medioambiente.

■ RETOS A LOS QUE SE ENFRENTA EL SECTOR DE LOS BIOESTIMULANTES

Retos medioambientales: Las condiciones ambientales cada vez más extremas producidas

El agotamiento de los suelos, la creciente salinidad en los mismos o la presencia de contaminantes en aguas subterráneas son circunstancias que pueden reducirse con un uso más eficiente de los nutrientes

Las dificultades que impone la normativa a la puesta en el mercado de productos innovadores, eficientes y seguros para la salud y el medioambiente suponen una importante desventaja

por el cambio climático, temperaturas al alza, importantes sequías, son factores que pueden ser mitigados con el uso de los bioestimulantes y exigen que se desarrollen soluciones específicas para cada situación. El agotamiento de los suelos, la creciente salinidad en los mismos o la presencia de contaminantes en aguas subterráneas son también circunstancias que pueden reducirse con un uso más efi-

ciente de los nutrientes y permiten la reducción de aporte de químicos innecesarios al suelo.

Reto tecnológico: Es vital incorporar la tecnología al sector agrícola. La digitalización, los drones, maquinaria de última generación, Big Data, las técnicas genómicas...son herramientas disponibles que se deben utilizar para alcanzar los mejores resultados de una manera eficiente y sostenible.

De la misma manera se deben considerar los nuevos insumos como los bioestimulantes, biofertilizantes o productos de biocontrol, productos altamente tecnológicos que están desarrollados gracias a importantes inversiones públicas y privadas en I+D+i. Es necesario potenciar la investigación en el sector y dotarla de recursos, con el fin de explotar ese enorme potencial del que disponemos a nivel nacional. Es necesario recordar que España es un país líder a nivel internacional en desarrollo y comercialización de productos bioestimulantes. Igualmente, es necesario encontrar las vías para incorporar estos productos innovadores al campo, incrementando su accesibilidad e invirtiendo en la formación de agricultores y consumidores.

Retos sociales: La sociedad actual cada vez demanda más productos de origen natural, sostenibles, respetuosos con el medioambiente y que a la vez mantengan la calidad a precios siempre competitivos. Es importante la labor de comunicación de los beneficios de estos productos, aún desconocidos en muchos segmentos, haciendo énfasis en su seguridad y su probada eficacia avalada con ensayos. El consumidor debe ser consciente de la realidad de la producción agrícola, a la vez que exige ese compromiso de la industria con la sostenibilidad. La puesta en valor del esfuerzo y el trabajo de la industria en el desarrollo de soluciones innovadoras es una de las líneas de trabajo de AEFA.

Reto legislativo: Probablemente el mayor obstáculo a la que se enfrenta el sector hoy en día. Las dificultades que la normativa impone a la puesta en el mercado de productos innovadores, eficientes y seguros para la salud y el medioambiente suponen una importante desventaja para la industria europea y también para



**LÍDERES EN
BIOESTIMULACIÓN
Y PROTECCIÓN DE CULTIVOS**
RESIDUO CERO

PHYTOMA
CROPS SCIENCE

el agricultor, que no tiene disponibles herramientas que en otras zonas permiten el incremento de las producciones agrícolas. Es necesario acompañar el esfuerzo que realiza el sector innovando y desarrollando nuevos productos con un marco normativo adecuado, en el que las exigencias legales estén apoyadas en criterios técnicos claramente definidos y basados en la ciencia, con el objetivo de salvaguardar la seguridad y la salud, pero sin suponer un freno a la innovación.

Retos económico: El factor económico es siempre uno de los condicionantes que afectan más directamente al agricultor y al consumidor. Los insumos deben ser accesibles para los productores, debiendo valorarse el impacto de la economía global y las circunstancias que pueden afectar a su disponibilidad, y desde la administración es necesario aportar soluciones que permitan mejorar la accesibilidad y reducir costos. Pero el reto económico es un factor que afecta también muy directamente a la industria: los largos plazos que se requieren para poner los productos en el mercado debido a las trabas administrativas y vacíos legislativos, desincentivan a buena parte de la industria que prefiere buscar zonas donde la puesta en el mercado es más ágil, los requisitos menos exigentes y la mano de obra más barata, por lo que el retorno de la inversión hecha en el desarrollo de los productos es mucho más rápida.

(*) *Directora General de AEFA*

Estrategia de sostenibilidad de AEFA

AEFA es una asociación sin ánimo de lucro integrada por fabricantes de fertilizantes, productos especiales de nutrición vegetal, bioestimulantes y microorganismos, con sede e implantación en el territorio español. El pasado 2023 las empresas pertenecientes a la asociación facturaron, sólo en ventas de agronutrientes y bioestimulantes, más de 800 millones de euros. Su objetivo es dar una respuesta conjunta a los intereses del sector y trasladar los intereses de la industria a la administración, participando en el desarrollo de normativas y actividades que puedan definir el rumbo de un sector en desarrollo. La tecnología innovadora de las empresas de AEFA hace posible que España sea líder a nivel mundial en el desarrollo y producción de productos bioestimulantes para la agricultura.

En consonancia con las directrices europeas, en 2023 las empresas de AEFA han puesto en marcha su Estrategia de Sostenibilidad, para poner en valor su fuerte compromiso con la sostenibilidad y fomentar la puesta en marcha de iniciativas sostenibles. Se ha seleccionado internamente tres ODS representativos de los tres pilares fundamentales del pacto mundial: la sostenibilidad económica, social y medioambiental. También se han establecido indicadores medibles con los que poder analizar la situación



La puesta en valor del esfuerzo y el trabajo de la industria en el desarrollo de soluciones innovadoras es una de las líneas de trabajo de AEFA. / ARCHIVO

del sector y su evolución y potenciar actividades de mejora

ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico: Los asociados de AEFA tienen un fuerte compromiso con el crecimiento empresarial y la generación de puestos de trabajo de naturaleza indefinida, con un 5,5% crecimiento anual de empleo, promoviendo la igualdad de género, la contratación de jóvenes y la integración social.

ODS 9. Industria, innovación e infraestructura: Las empresas de AEFA desempeñan su crecimiento económico y de generación de empleo en zonas urbanas y en zonas rurales, siendo un sector altamente innovador donde la inversión en I+D+i se encuentra por encima de la media nacional y la media europea, siendo la media de inversión por empresa en I+D+i de 3,8% sobre facturación

ODS 12. Producción y consumo responsables: El sector se caracteriza desde hace años por su sólido compromiso con la recogida de envases y las iniciativas de formación continua a distribuidores y clientes, la utilización de materiales reciclables y su firme compromiso con la agricultura ecológica, comercializando el 98% de las empresas asociadas productos certificados destinados a este mercado.

Es necesario que el sector agroalimentario trabaje conjuntamente para poner al alcance del agricultor todas las herramientas fruto de la innovación que se están desarrollando, entre ellas los bioestimulantes.

Las políticas y normativas deben ser favorables y ágiles, deben defender la seguridad humana y el medioambiente, y es necesario dotar de recursos al sistema, ya que la alimentación de la población mundial y la sostenibilidad ambiental son una prioridad. ■

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

enzyneer®

El consumo de fertilizantes aumenta un 5% en 2023

El mercado se va recuperando pero sigue por debajo de las cifras de 2020

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El consumo de fertilizantes en España ha aumentado un 5% en el ejercicio 2023 en comparación con el año anterior, hasta situarse en 3,7 millones de toneladas de producto, ha señalado la patronal del sector Anffe.

La cifras elaboradas por la Asociación Nacional de Fabricantes de Fertilizantes (Anffe) muestran que poco a poco se está recuperando el mercado, si bien todavía el consumo sigue “muy por debajo” de las cifras habituales en España hasta 2020, cuando se rondaba los 5 millones de toneladas anuales.

Por tipos de producto, las ventas de abonos nitrogenados han superado un volumen de 1,9 millones de toneladas en 2023, entre las que destacan las de urea y nitratos amónicos, seguidas de las de abonos complejos (con más de 1,4 millones de toneladas). La comercialización de abonos fosfatados y potásicos ha rondado cifras de 170.000 y 240.000 toneladas, respectivamente, ha apuntado la patronal en un comunicado.

Castilla y León, Andalucía y Castilla-La Mancha han sido las comunidades autónomas con un mayor consumo de fertilizantes, coincidiendo también con la mayor superficie agrícola.

Además, las importaciones de fertilizantes han crecido el 4,5% anual, alcanzando un volumen de 3,3 millones de toneladas, y las exportaciones se han incrementado el 3,5%, hasta los 2,4 millones.

Las empresas asociadas a Anffe poseen plantas repartidas por toda España que suman una capacidad productiva global superior a los 6 millones de toneladas anuales.

EFFECTOS DE LA SEQUÍA

El mercado de los fertilizantes ha sufrido en los últimos años muchos vaivenes y condicionantes. La merma de la producción agrícola por la sequía durante el ejercicio 2022 en España llevó a un notable descenso del consumo



El aporte de fertilizantes permite mantener los suelos en condiciones óptimas para obtener buenos rendimientos. / ARCHIVO

El consumo de fertilizantes en España muestra una ligera mejoría y se situó en el ejercicio 2023 en un volumen de 3,7 millones de toneladas de producto

de fertilizantes, cuya fabricación también se vio impactada por el encarecimiento de las materias primas.

Fuentes de la Asociación Nacional de Fabricantes de Fertilizantes (Anffe) destacaron que la pandemia y la guerra de Ucrania habían llevado a una menor disponibilidad de fertilizantes en el mercado y a un aumento significativo de los precios de las materias primas para producirlos, principalmente de gas natural.

La patronal cifró en un 27% el descenso anual del consumo nacional de fertilizantes en el año 2022, que se situó en 3,56 millones de toneladas, mientras que las estadísticas del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) reflejaban un recorte de un 25%.

Anffe atribuyó ese descenso en las ventas a la importante sequía en España durante la campaña, que afectó mucho a las producciones agrícolas que se cultivan en el territorio nacional.

Además, la disminución de 2022 se sumó a la del 4% registrada en 2021, lo que mostraba un grave retroceso en la fertilización respecto a las cifras habituales de consumo de fertilizantes en el país, que solían rondar los 5 millones de toneladas.

Según el MAPA, la producción nacional de fertilizantes descendió el 3,4% en 2022, con 4,2 millones de toneladas, mientras que el mercado exterior estuvo marcado por subidas de las importaciones en un 25% (hasta 1,6 millones de toneladas) y de las exportaciones en un 35% (2,1 millones).

De cara a la campaña española 2023/2024, la asociación de fabricantes destacó la necesidad de “realizar un abonado adecuado que permita restablecer las reservas de nutrientes del suelo

y cubrir las necesidades de los cultivos en función de los rendimientos esperados”.

Puesto que los agricultores buscan obtener la máxima rentabilidad de sus explotaciones, también se requieren “planes de abonado específicos para cada explotación o incluso en cada parcela de la misma, en función del suelo, clima, tipo de cultivo y rendimiento esperado”, al tiempo que Anffe aconsejaba el asesoramiento de técnicos en fertilización. En este sentido, los fertilizantes juegan un papel esencial ya que con su aporte es posible mantener la fertilidad de los suelos, restituyendo los nutrientes que son extraídos por las plantas en cada cosecha.

UNIÓN EUROPEA

La cantidad de fertilizantes minerales (nitrógeno y fósforo) usados en la producción agrícola en la Unión Europea en el año 2022 fue de 9,8 millones de toneladas, lo que supuso un descenso del 10,3% frente a las cifras de 2021, según informó el pasado 28 de junio la oficina de estadística comunitaria, Eurostat.

La caída en 2022 se debió, en parte, al fuerte aumento de los precios de los fertilizantes tras la invasión a gran escala de Ucrania por parte de Rusia y a la aplicación de sanciones sobre Moscú, según indicó la propia oficina de estadística.

El uso de los fertilizantes a base de nitrógeno en la producción agrícola de la UE disminuyó hasta alcanzar un volumen aproximado de 8,9 millones de toneladas en 2022, equivalente a una bajada interanual del 9,4%.

La utilización de los fertilizantes a base de nitrógeno fue mayor en aquellos países que también son los principales productores agrícolas de la Unión Europea, en particular, Francia (2 millones de toneladas) y Alemania (1,1 millones de toneladas).

Por otra parte, el uso de los fertilizantes fosforados en 2022 llegó a 0,9 millones de toneladas en el club comunitario, lo que constituyó una reducción del 17,9% con respecto a 2021.

Los países con mayor uso de fertilizantes a base de fósforo en la agricultura en 2022 fueron Francia, España, Italia y Rumanía. Eurostat precisó que esos países juntos representaron aproximadamente la mitad del uso total en los Veintisiete.

El 20% de los suelos agrícolas tienen una falta grave de potasio

Un nuevo estudio en el que han participado investigadores de la UCL (University College of London), la Universidad de Edimburgo y el Centro de Ecología e Hidrología de Reino Unido, ha determinado que en muchas regiones del mundo se elimina más potasio de los suelos agrícolas del que se aporta. Según el estudio, publicado este año en la revista Nature Food, aproximadamente el 20% de los suelos agrícolas mundiales cuentan con una deficiencia grave de potasio, y varias regiones experimentan una deficiencia aún más crítica: el 44% de los suelos agrícolas del Sudeste Asiático, el 39% de los de América Latina, el 30% de los de África Subsahariana y el 20% de los de Asia Oriental. En el estudio también se presentan recomendaciones sobre el mercado y la utilización de la potasa.

Los principales desafíos tanto para la agricultura tradicional como para la agricultura moder-

na son la mejora del rendimiento de los cultivos con una utilización más eficiente de los recursos y con una estabilización del desarrollo de la planta y la producción del cultivo en condiciones de estrés biótico y abiótico (Reynolds et al., 2011).

En este sentido, el potasio juega un papel especialmente crucial en una serie de procesos fisiológicos de vital importancia para el crecimiento, rendimiento, calidad y resistencia al estrés de todos los cultivos, especialmente importantes en estos momentos de cambio climático.

Debido a esto, hay que destacar su creciente demanda mundial. En España no se le está dando todo el protagonismo que se necesita, y en muchas ocasiones las pérdidas de producción por el uso insuficiente de este nutriente son muy importantes, señalan desde la Asociación Nacional de Fabricantes de Fertilizantes (Anffe). ■



El potasio es esencial en el desarrollo de la agricultura. / ARCHIVO

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 2 al 5 de julio de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,00
Cerezas	4,00-4,50
Ciruelas	1,20
Limonas	0,90
Melocotones Rojos	1,50
Melón Piel de Sapo	1,00-1,40
Nectarinas	1,50-1,60
Nísperos	S/C
Pera Ercolini	1,50
Sandías	0,80-0,85
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga	0,33-0,35
Berenjena	1,00
Calabacines	1,00-0,90
Cebolla	0,40-0,38
Judías Verdes Perona	3,75-4,00
Patatas Calidad	0,88-0,86
Pepinos	1,00
Pimientos Verdes	1,80-1,90
Tomate Maduro	1,10
Tomate Verde	1,50

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 4 de julio de 2024, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna. Últimos precios recibidos.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	1,30
Aguaate	3,50
Almendra	7,00
Pomelo	0,90
Avellana	6,50
Kaki	0,80
Carambolas	4,00
Castañas	2,50
Cerezas	4,00
Cocos	0,80
Membrillo	1,20
Dátiles	3,50
Feijoa	8,00
Higo	4,00
Higos Chumbos	2,00
Frambuesa	1,00
Grosellas	10,00
Kiwis	3,50
Lichis	4,50
Lima	2,50
Limón	0,70
Fresa	2,00
Fresón	5,00
Granada	2,00
Mandarina Clementina	0,90
Satsuma	1,00
Otras	1,80
Mangos	2,50
Maracuyá	6,00
Melón Galia	0,80
Amarillo	1,00
Piel de Sapo	0,75
Otros	1,00
Moras	15,00
Nashi	2,10
Nectarina Blanca	1,40
Amarilla	1,40
Níspero	3,50
Nueces	3,00
Olivas	1,80
Papayas	3,50
Pera Blanquilla	1,20
Verano	3,00
Invierno	1,60
Temprana	1,00
Piña	0,70
Pitahaya	7,00
Plátanos Canario	3,00
Importación	1,00
Manzana Bicolor	1,00
Amarilla	0,90
Verde	1,10
Roja	1,10

Otras	1,35
Melocotón Amarillo	2,00
Rojo Pulpa Blanca	1,70
Rojo Pulpa Amarilla	1,70
Ciruela	1,30
Uva Blanca	3,00
Negra	2,80
Rambután	11,50
Sandía con semilla	0,60
Sin semilla	0,65
Naranja	1,00
Chirimoya	3,00
Otras Frutas	0,90

HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	1,00
Redonda	1,40
Ajo Seco	4,00
Tiemo	0,90
Apio	0,65
Acelgas	0,80
Batata	1,00
Borrajá	1,00
Brócoli	0,70
Brécol	1,25
Calçots	0,08
Calabaza	0,90
Calabacín	1,00
Cardo	1,00
Alcachofa	2,00
Cebolla Seca	0,35
Figueras	1,20
Tiema	0,75
Pepino	0,60
Col Repollo	1,20
Bruselas	1,30
Lombarda	0,65
China	0,70
Coliflor	2,20
Berros	1,50
Lechuga Iceberg	0,70
Larga	0,70
Otras	0,70
Endivia	1,10
Escarola	0,75
Espárragos Blancos	10,00
Verdes	1,80
Espinaca	0,70
Haba	1,20
Hinojo	1,00
Perejil	0,55
Judía Bobi	3,50
Perona	5,00
Fina	2,30
Otras	3,50
Nabo	0,80
Zanahoria	0,70
Patata Blanca	1,20
Temprana	1,10
Roja	1,00
Pimiento Lamuyo	1,30
Verde	1,50
Rojos	1,50
Guisante	3,00
Puerro	1,15
Rábano	0,35
Remolacha	0,70
Tomate Maduro	1,20
Verde	1,50
Chirivía	1,00
Otras Hortalizas	0,70

OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	6,50
Rovellón-Niscalo	8,00
Champiñón	2,10
Otras Setas	11,00
Maíz	0,90
Caña de Azúcar	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios	1,50

HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,93
Ajo Seco	3,75
Alcachofa	4,20
Apio	1,27
Batata / Boniato	0,95
Berenjena	1,12
Brócoli / Brecol	1,68
Calabacín	0,87
Calabaza / Marrueco	1,00
Cebolla / Chalota	0,60
Cebolleta	1,12
Champiñón	2,82
Col Repollo	0,75
Coliflor / Romanescu	1,25
Espárrago Verde	6,63
Espinaca	1,59
Judía Fina	4,30
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	3,13
Boby / Kora / Striki	2,75
Lechuga O.V.	0,74
Cogollo	1,95
Iceberg	0,78
Maíz	2,50
Nabo	0,98
Pepino	0,78
Perejil	1,75
Pimiento Verde	1,12
Rojos Asar	1,77
Puerro	1,63
Remolacha	2,00
Seta	3,88
Tomate O.V.	1,33
Cherry	2,55
Daniela	1,09
Zanahoria	1,00
Hierbabuena	2,05

PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	1,03

PATATAS	Euros/kg
Albaricoques	1,50
Cerezas	3,08
Ciruelas	1,50
Limones	1,04
Melocotones rojos	1,01

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 24 al 30 de junio de 2024. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguaates	4,05
Albaricoque	1,82
Almendra	9,45
Cereza / Picota	3,90

Ciruela	1,45
Dátil	4,48
Kiwi / Zespri	3,74
Lima	3,14
Limón	0,94
Mandarina Clementina / Fortuna / Nadorcott	1,40
Hortanique	1,05
Clemenules	1,50
Mango	3,99
Manzanas O.V.	2,39
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,51
Royal Gala / Cardinale	1,78
Starking / Red Chief / Gloster / Galaxia	1,90
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,78
Pink Lady	2,23
Granny Smith	1,99
Melocotón Baby Gool	1,88
Melón / Galia / Coca	0,95
Mora	15,40
Naranja Navel	1,18
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,12
Valencia Late / Miaknight	0,87
Nectarina	1,66
Nuez	4,25
Papaya	3,25
Paraguay	1,57
Pera Conferencia / Decana	1,70
Ercolini / Etrusca	2,52
Blanquilla o Agua	2,12
Piña	1,30
Plátano	2,76
Banana	1,22
Pomelo Rubi Start	1,30
Sandía	0,58
Uva	3,80
Otros Frutos Secos	12,45

HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,93
Ajo Seco	3,75
Alcachofa	4,20
Apio	1,27
Batata / Boniato	0,95
Berenjena	1,12
Brócoli / Brecol	1,68
Calabacín	0,87
Calabaza / Marrueco	1,00
Cebolla / Chalota	0,60
Cebolleta	1,12
Champiñón	2,82
Col Repollo	0,75
Coliflor / Romanescu	1,25
Espárrago Verde	6,63
Espinaca	1,59
Judía Fina	4,30
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	3,13
Boby / Kora / Striki	2,75
Lechuga O.V.	0,74
Cogollo	1,95
Iceberg	0,78
Maíz	2,50
Nabo	0,98
Pepino	0,78
Perejil	1,75
Pimiento Verde	1,12
Rojos Asar	1,77
Puerro	1,63
Remolacha	2,00
Seta	3,88
Tomate O.V.	1,33
Cherry	2,55
Daniela	1,09
Zanahoria	1,00
Hierbabuena	2,05

PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	1,03

PATATAS	Euros/kg
Albaricoques	1,50
Cerezas	3,08
Ciruelas	1,50
Limones	1,04
Melocotones rojos	1,01

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 2 al 5 de julio de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	1,50
Cerezas	3,08
Ciruelas	1,50
Limones	1,04
Melocotones rojos	1,01

HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	2,75
Ajo Tierno o Ajete	5,50
Blanco	4,35
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95

Melón Piel de Sapo	1,10
Nectarinas	1,76
Nísperos	3,00
Pera Ercolini	2,50
Sandías	0,75
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga	0,75
Berenjenas	0,93
Calabacines	0,93
Cebolla	0,37
Judías Verde	3,42
Patatas Calidad	0,81
Pepinos	0,78
Tomate Verde	1,37

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 25 al 28 de junio de 2024, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguaate Hass	6,97
Otras Variedades	5,45
Albaricoque Moniqui	2,45
Almendra	1,50
Cacahuete	1,65
Cereza Picota	6,27
Otras Variedades	6,45
Ciruela Otras Familia Black	1,85
Golden Japan y Songold	1,95
Reina Claudia	1,85
Coco Otras Variedades	0,95
Dátil Deglet Nou	4,45
Fresa	8,45
Fresón Otras Variedades	9,95
Higo Chumbo	2,95
Verdal	2,95
Kaki Otras Variedades	4,25
Kiwi Kivigold	5,44
Pulpa Verde	4,20
Limón Fino o Primaflori	0,98
Otras Variedades	0,98
Verna	0,97
Litchi	4,45
Mandarina Clementina	2,25
Manga Kent	4,06
Mango Tommy Atkins	1,45
Manzanas Fuji	2,05
Golden	1,94
Granny Smith	1,68
Otras Variedades	1,60
Royal Gala	2,15
Melocotón Baby Gold	1,85
Meryll y Elegant Lady	1,85
Melón Amarillo	1,05
Piel de Sapo	1,86
Naranja Valencia Late	1,02
Lane Late	1,15
Navel Late	1,15
Navel	0,98
Navelina	1,15
Otras Variedades	1,15
Nectarina Carne Blanca	1,85
Nuez	3,95
Papaya Grupo Solo y Sunrise	1,38
Papayón (2-3 kg/ud)	1,23
Paraguay Otras Variedades	1,95
Pera Conferencia	1,91
Ercolini / Morettini	2,05
Piña Golden Sweet	6,43
Plátanos Canarias Primera	1,63
Canarias Segunda	1,17
Canarias Extra	1,83
Pomelo Rojo	1,35
Amarillo	1,45
Sandía Sin Semilla	1,02
Con Semilla	1,02
Uva Red Globe	2,75
Blanca Otras Variedades	3,65
Negra Otras Variedades	3,95
Italia o Ideal	2,45
Zapote	2,95
Resto de frutas	1,30

HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	2,75
Ajo Tierno o Ajete	5,50
Blanco	4,35
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95

Melón Piel de Sapo	1,10
Nectarinas	1,76
Nísperos	3,00
Pera Ercolini	2,50
Sandías	0,75
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga	0,75
Berenjenas	0,93
Calabacines	0,93
Cebolla	0,37
Judías Verde	3,42
Patatas Calidad	0,81
Pepinos	0,78
Tomate Verde	1,37

Berenjena Morada	1,16
Berros	2,13
Boniato o Batata	2,05
Brócoli, Brecol o Brócoli	2,89
Calabacín Blanco	1,75
Verde	0,55
Calabaza De Verano	0,96
De Invierno	0,97
Cebolla Grano Oro o Valenciana	1,05
Morada	1,40
Recas o Similares	0,85
Col China o Pekinensis	1,75
Lombarda o Repollo Rojo	0,73
Repollo Hojas Rizadas	0,45
De Bruselas	3,95
Coliflor	2,86
Endivia	2,15
Escarola Rizada o Frisé	0,95
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Blanco	3,45
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Hinojo	2,45
Judía Verde Boby	4,13
Verde Otras Variedades	6,51
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,49
Maíz o Millo	0,71
Pepino Largo o Tipo Holandés	1,44
Corto o Tipo Español	1,25
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	2,35
Rojos Lamuyo	2,15
Verde Italiano	3,32
Verde Padrón	2,89
Otras Variedades	1,85
Puerro	1,00
Rábano y Rabanilla	0,65
Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	2,45
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,75
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	2,09
Liso Rojo Canario	0,85
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	1,63
Jengibre	2,25
Ñame o Yame	4,55
Yuca o Mandioca o Tapioca	2,20
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80

PATATAS (Granel)	Euros/kg
Blanca, Otras Variedades	0,95
Otras Variedades	1,55
Roja Otras Variedades	0,98
Blanca Spunta	1,15

Mercamurcia

Precios correspondientes al mercado de frutas y hortalizas, del 1 de julio de 2024. Información facilitada por Mercados Centrales de Abastecimiento de Murcia S.A.

||
||
||

MERCADOS NACIONALES

Informe Semanal de Mercados de Cítricos

Resumen informativo semanal de los mercados de cítricos de la Comunitat Valenciana. Información facilitada por la Generalitat Valenciana a través de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca, durante el periodo comprendido del 24 al 30 de junio de 2024. Precios origen. Semana 26/2024.

PRECIOS DE CÍTRICOS EN ORIGEN

Sigue la campaña de limón Verna en la Vega Baja de Alicante. Se ha vendido aproximadamente el 60% de la producción y la recolección alcanza el 50%. Las cotizaciones de esta semana se han mantenido estables respecto a la anterior. Los volúmenes de destrío son elevados por afección de plagas. Por este motivo, la disponibilidad en campo de limón de buena calidad para consumo en fresco ha disminuido y los costes de recolección superan en muchas ocasiones el precio que la industria del zumo paga por el limón no comercial. Así, los costes de recolección disminuyen el margen que le queda al agricultor. A ello debe añadirse la elevada producción de limón de la presente campaña.

PRECIOS DE CÍTRICOS A LA SALIDA DEL ALMACÉN

Ha finalizado la campaña de cítricos excepto el grupo de las naranjas blancas y el limón Verna.

Otras Variedades Nacional	3,00	Tamarindo	3,50
Lima Mejicana	2,80	HORTALIZAS	Euros/kg
Otras Variedades	2,50	Acelga Hojas Lisas, Verde	0,70
Limón Verna	0,60	Ajo Blanco	4,00
Mandarina Otras Variedades	1,20	Tierno o Ajete	5,00
Mango Haden	2,75	Morado	3,50
Tommy Atkins	3,00	Otras Variedades	3,20
Otras Variedades	2,25	Alcachofa Blanca de Tudela	4,25
Manzana Golden	1,25	Violeta	4,00
Starking o Similares	1,20	Otras Variedades	4,00
Granny Smith	1,60	Apio Verde	0,80
Fuji	1,50	Amarillento	0,90
Roya Gala	1,35	Berenjena Morada	1,10
Pink Lady	2,00	Otras Variedades	0,75
Maracuyá	2,50	Boniato o Batata	0,90
Melocotón Baby Gold	1,50	Brócoli o Brecol	2,20
Catherine	1,50	Calabacín Verde	1,00
Otras Variedades	1,25	Blanco	1,15
Andross	1,80	Calabaza de Verano	0,75
Melón Piel de Sapo	0,80	De Invierno	0,85
Galia	0,55	Otras Variedades	0,65
Amarillo	0,60	Cebolla Grano de Oro o Valenciana	0,50
Naranja Navel	1,15	Babosa	0,40
Valencia Late	0,55	Morada	0,60
Navel Late	0,85	Recas o Similares	1,50
Lane Late	1,10	Blanca Dulce de Ebro	1,50
Otras Variedades	1,20	Francesa o Echalote	1,60
Nectarina Otras Variedades	1,20	Cebolleta o Tierna	0,95
Carne Amarilla	1,50	Chirivía	1,00
Papaya Solo y Sunrise	3,80	Col Repollo Hojas Rizadas	0,90
Papayón	3,90	Lombarda o Repollo Rojo	0,70
Otras Variedades	1,50	Coliflor	1,50
Paraguayo Ufo 4	1,30	Endivia	2,25
Otras Variedades	1,00	Escarola Rizada o Frisée	1,10
Pera Ercolini / Morettini	1,85	Lisa	1,30
Agua o Blanquilla	1,35	Espárrago Verde o Triguero	2,00
Conferencia	1,25	Espinaca	1,40
Castells o San Juanera	2,00	Guindilla Verde	1,50
Piña Africana	0,85	Roja	1,40
Golden Sweet	0,95	Judía Verde Fina	7,00
Otras Variedades	0,90	Verde Bobby	3,50
Pitahaya Roja	4,50	Verde Perona	3,00
Otras Variedades	5,00	Otras Variedades	3,00
Plátano de Canarias Extra	2,75	Laurel	0,95
Canarias 1ª	2,65	Lechuga Romana	0,55
Canarias 2ª	2,25	Iceberg	0,80
Macho	1,40	Cogollo	1,25
Americano o Banana	1,10	Hoja de Roble	1,00
Pomelo rojo	0,80	Lollo Rosso	1,00
Sandia Sin Semillas	0,75	Otras Variedades	0,45
Con Semillas	0,65	Nabo	1,20
Uva Red Globe	3,80	Pepino Corto o Tipo Español	0,80
Sin Semilla Negra	3,80	Perejil	1,25
Sin Semilla Blanca	4,00	Pimiento Verde Italiano	1,10
Cardinal	3,50	Rojo Lamuyo	1,50
Negra Otras Variedades	4,50	Amarillo Tipo California	1,20

Verde Cristal	1,50
Rojo California	1,20
Verde Padrón	2,25
Puerro	0,95
Rábano y Rabanilla	1,40
Remolacha Común o Roja	0,80
Seta Champiñón	2,40
Gircola o Chopo	4,50
Hongo Shiitake	3,90
Tomate Liso Rojo Daniela /	
Long Life / Royesta	0,85
Liso Rojo Rama	1,00
Liso Rojo Pera	1,10
Cherry	1,80
Liso Verde Rambo	0,90
Liso Rojo Tipo Canario	0,90
Liso Verde Mazarrón	1,15
Asurcado Verde Raff	3,00
Kumato	2,50
Otras Variedades	1,10
Zanahoria en Rama	1,20
Nantesa	0,85
Jengibre	3,00
Ñame o Yame	1,70
Oca o Quimbombó	3,80
Tamarillo Otras Variedades	4,50
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,70
Hortalizas IV Gama	3,50

PATATAS	Euros/kg
Liseta Confeccionada	0,75
Nueva	0,88
Blanca Spunta	0,70
Blanca Agria	0,75
Rojas Otras Variedades (Granel)	0,75
Granel: Saco industrial Úbeda o malla Rachel (s/ciente) de 15, 20 ó 25 kg. Envase retornable. Confeccionada: Lavada y embolsada en distintos formatos.	

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 2 al 5 de julio de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	2,00
Cereza	3,00-3,50
Ciruelas	1,50
Limones	0,80
Melocotones rojos	1,25-1,20
Melón Piel de Sapo	1,25
Nectarinas	0,60-0,80
Nísperos	3,00
Pera Ercolini	2,00
Sandías	0,90-0,80
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga	0,55
Berenjenas	0,90
Calabacines	0,70-0,60
Cebolla	0,35-0,40
Judías Verdes Perona	3,00
Patatas Calidad	0,60-0,70
Pepinos	0,70
Pimiento Verde	1,50
Tomate Maduro	0,50-0,70
Verde	1,10-1,00

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 2 al 5 de julio de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	1,50-1,49
Cereza	3,90-3,97

Ciruelas	1,30-1,40
Limones	0,67-0,80
Melocotones rojos	1,38-1,53
Melón Piel de Sapo	1,12-1,04
Nectarinas	1,62-1,50
Níspero	2,20
Pera Ercolini	2,50-2,00
Sandías	0,73-0,71
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga	0,68-0,61
Berenjenas	0,80-0,93
Calabacines	0,80-0,75
Cebolla	0,39-0,40
Judías Verdes	1,60
Patatas Calidad	1,05
Pepinos	0,78-0,84
Pimiento Verde	0,92-1,00
Tomate Verde	1,21-1,33
Maduro	1,06-1,30

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 4 de julio de 2024. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa	
Rama campo 1ª	150,00
Rama campo 2ª	120,00
AVENA	
Avena	
Blanca	195,00
Rubia	205,00
Forraje Avena	100,00-110,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl	173,00
Pienso +62 kg/hl	179,00
CENTENO	
Centeno	179,00
GIRASOL	
Pipa	
Alto Oléico	S/C
Pipa de Girasol	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre	
Secadero	215,00
PAJA	
Paja Empacada	S/C
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	S/C
Duro Proté=12%	S/C
Extensible Chamorro	S/C
Forrajero	198,00
Gran Fuerza w 300	S/C
Media Fuerza w -300	S/C
Panificable	208,00
Triticales	190,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	450,00
Yero Grano	250,00

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 25 de junio 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	185,00
CEBADA	
Importación	204,00
Nacional P.E. (62-64)	209,00
CENTENO	
Centeno	S/C
COLZA	

Importación 34/36%	335,00
GARROFA	
Harina	320,00
Troceada	346,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	224,00
GIRASOL	
Importación 34%	290,00
Semillas de Girasol	405,00
Importación 28/3	205,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación	262,00
Importación	210,00
Importación CE	223,00
MUJO	
Importación	480,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%	440,00
Harina	
Soja Nacional 47%	450,00
Aceite Crudo de Soja	1.022,00
Salvados de Soja	168,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	172,00
Forrajero	228,00
Panificable,	
min. 11	238,00
Triticales	S/C
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
ALMENDRAS	
Común 14 mm	6.700,00
Largueta 12/13 mm	6.650,00
Largueta 13/14 mm	7.900,00
Marcona 14/16 mm	11.000,00
Marcona 16 mm	11.900,00
AVELLANA	
Negreta	
en grano	7.300,00
PIÑÓN	
Castilla	44.000,00
Cataluña	43.500,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
GUISANTE	
Forrajero	S/C
Forrajero	
Importación	S/C
ACEITE	
Palmito	
Importación	206,00
Crudo	
de Palma	1.005,00

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 3 de julio de 2024, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Pienso	S/C
Cebada	186,00
Triticale	S/C
Centeno	S/C
Avena	S/C
Maíz	211,00
COLZA	Euros/Tm
Colza Sostenible	405,00
FORRAJES	Euros/Tm
Alfafa Paquete Rama	160,00
Paquete Deshidratado	190,00
Paja 1ª Cebada	S/C
Veza forraje	125,00
Forraje	90,00
En la sesión de la lonja de León celebrada hoy en Santa María del Páramo han	

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

España: 195 Euros (IVA incluido)

Europa: 330 Euros

Resto países: 400 Euros

Anuario Hortofrutícola

Suscriptor VF: 35,00 Euros (+envío)

No suscriptor VF: 60,00 Euros (+envío)

(Anotar X en la forma elegida)

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

EMPRESA: _____

DE ACTIVIDAD: _____ DNI/NIF: _____

CON DOMICILIO EN: _____ CP: _____

CALLE: _____ NÚMERO: _____ TEL.: _____

E-MAIL: _____

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

BANCO/CAJA: _____ IBAN Nº _____

Firma

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

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 26, del 25 al 30 de julio de 2024, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Ganadería y Pesca.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>		
LIMÓN		
Limón		
Vema	0,10-0,20	Alicante
FRUTAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Melocotón		
Plana	0,45-0,50	Valencia
Paraguay	0,45-0,50	Valencia
Cereza		
Starking	3,27	Alicante
Melón		
Amarillo	0,45-0,50	Alicante
Piel de Sapo	0,51-0,77	Alicante
Piel de Sapo	1,49-1,53	Castellón
Pruna		
tipo Black	0,32-0,70	Valencia
Sandía		
Sin semillas	0,27-0,38	Alicante
Sin semillas	0,33-0,51	Castellón
Sin Semillas	0,40	Valencia
Con semillas	0,21-0,26	Castellón
Con semillas	0,35	Valencia
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,55-0,60	Alicante
Apio		
Verde	0,46	Alicante

Berenjena		
Rayada	0,37-0,69	Alicante
Rayada	1,00	Castellón
Rayada	0,70-0,79	Valencia
Negra	0,70	Castellón
Negra	0,53-0,70	Valencia
Calabacín	0,40-0,60	Alicante
Calabacín	0,60-0,85	Castellón
Calabacín	0,70-0,79	Alicante
Blanco	0,60-0,75	Castellón
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,41-0,57	Alicante
Cebolla		
Tierna	0,29-0,60	Alicante
Tierna	0,68	Castellón
Spring	0,15-0,26	Castellón
Babosa	0,38-0,60	Valencia
Col		
Lombarda	0,35-0,40	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,33	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,33	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,38	Castellón
Coliflor		
Blanca	0,85-0,90	Castellón
Espinaca	1,10-1,20	Alicante
Habichuela		
Roja	3,00-3,80	Castellón
Rojo	1,94-2,64	Valencia
Judía		

Perona	3,50-4,68	Castellón
Blanca	3,40-4,00	Castellón
Lechuga		
Romana	0,22-0,40	Castellón
Trocadero	0,44-0,64	Castellón
Maravilla	0,35-0,51	Castellón
Patata		
Blanca	0,60-0,86	Alicante
Blanca	0,52-0,68	Castellón
Blanca	0,35-0,62	Alicante
Roja	0,45-0,50	Castellón
Pepino		
Blanco	0,52-0,69	Alicante
Blanco	0,64-0,85	Castellón
Pimiento		
California Amarillo	0,50-0,95	Alicante
California Rojo	1,50-1,06	Alicante
California Verde	0,50-0,90	Alicante
Lamuyo Verde	0,40-1,19	Alicante
Lamuyo Verde	0,70-1,10	Alicante
Lamuyo Rojo	0,60-1,29	Alicante
Lamuyo Rojo	1,40-1,70	Castellón
Dulce Italiano	0,60-0,79	Alicante
Dulce Italiano	0,80-1,25	Castellón
Dulce Italiano	0,70-0,79	Valencia
Industria	0,20-0,36	Alicante
Tomate		
Acostillado	0,87-1,51	Alicante
Raff	1,00-1,15	Castellón

Daniela	0,60-0,70	Castellón
Redondo Liso	0,61-1,05	Alicante
Redondo Liso	0,55-1,10	Castellón
Redondo Liso	0,70-1,32	Valencia
Valenciano	0,90-2,40	Castellón
Valenciano	0,88-1,76	Valencia
Pera	0,85-1,06	Castellón
Pera	0,62-0,97	Valencia
Mutxamel	1,08-1,29	Alicante
Zanahoria	0,31	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	2,91-3,10	Alicante
Largueta	3,50	Alicante
Marcona	4,96-5,50	Alicante
Plantea	2,91-3,10	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	5,80-7,10	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	7,40-7,50	Castellón
Oliva Virgen Extra	7,80-7,90	Castellón
Garrafa Entera	S/C	
MIEL		
Azahar	4,35	Castellón
Milflores	3,00-3,20	Castellón
Romero	4,50-5,00	Castellón

empezado a cotizar cebada y colza a 186 /t y 405 /t respectivamente. En la provincia de Leon en la presente campaña se sembraron 17.737 ha de cebada, lo que representa una disminución de superficie del 15% respecto a las 20.819 ha que había la pasada. Los rendimientos que se están alcanzando en las primeras siegas son buenos, aunque todavía es pronto para dar datos, lo que sí se puede confirmar es una excelente calidad del grano. En cuanto a la colza, en la presente campaña ha habido un importante incremento de la superficie sembrada, pasando de 1.518 ha de secano y 815 ha de regadío el pasado año, a 3.098 ha de secano y 1.497 ha de regadío la presente, este aumento esta próximo al 100%; decir que la superficie de colza puede oscilar mucho dependiendo de cómo climatológicamente venga el otoño, puesto que si no hay lluvias a primeros de octubre o el estado de los embalses no es el óptimo para regar, no se puede sembrar por el peligro que representan las heladas invernales en las siembras tardías. Se esperan unos rendimientos de 2.200 kg/ha en secano y 3.100 kg/ha en regadío. Se pueden consultar información más detallada a través de la página web www.lonjadeleon.es.

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 1 de julio de 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALMENDRA	
Guara	3,00
Comuna Ecológica	4,80
Pelona	1,90
Belona	3,05
Constantí	3,10
Vairo	3,10
Lauranne	3,00
Común	2,85
Largueta	3,85
Marcona	4,85
PIÑÓN	
Alameda	44,00
Castilla	44,00
AVELLANA	Euros/Libra
San	
Giovanni	1,98
Tonda	1,98
Negreta D.O.P.	2,15
Corriente	1,98
Negreta	2,13

Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 1 de julio de 2024. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Blando	210,00
Cebada	
P. E. (+64)	189,00

Avena	S/C
Centeno	S/C
Tricale	S/C
Maíz (14°)	224,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Guisantes	S/C
Garbanzo	
Pedrosillano	S/C
Lenteja	
Armuña	S/C
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol (Alto Oleico)	S/C
Colza	S/C
FORRAJES	Euros/Tm
Forrajes	
(Avena)	100,00
Forraje	
de Primera	90,00
Alfafa	
Empacada	163,00
Veza (Henificada)	135,00
Paja	
Paquete Pequeño	S/C
Paja	
Paquete Grande	S/C

Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados en la Lonja de Segovia del día 4 de julio de 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALFAFA	
Alfafa	
Empacada	150,00
AVENA	
Avena	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	186,00
CENTENO	
Centeno	174,00
COLZA	
Colza	400,00
GIRASOL	
Girasol	S/C
PAJA	
Paja	
Empacada	48,00
TRIGO	
Trigo Nacional	201,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 2 de julio de 2024. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	215,00
Grupo 4	S/O
Grupo 5	210,00
Pienso Importación	S/O
TRIGO DURO	
Grupo 1	278,00
Grupo 2	266,00
Grupo 3	251,00

Grupo 4	239,00
Tríticale	
Nacional	205,00
Importación	S/O
Avena	
Importación	235,00
Nacional	S/O
Cebada,	
Igual y más de 64	195,00
Menos de 64	190,00
Importación Origen Puerto	185,00
Maíz	
Importación origen Puerto	212,00
Nacional	S/O
Habas	
Nacional	330,00
Importación	S/O
Guisantes	
Nacional	295,00
Importación	S/O
Girasol	
Alto oleico +80%	S/O
Convencional	S/O
Colza	S/O
NOTA: Toda la información de precios de esta Lonja es propiedad de la misma.	
Próxima sesión el 9 de julio de 2024.	

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cítricos de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 21 de mayo de 2024. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CÍTRICOS	Euros/Tm
Naranja	
Navel Powell, Bardfield	
y Chisslet 1°	S/O
Navel Powell, Bardfield	
y Chisslet 2°	0,19-0,22
Valenciana Delta Calidad 1°	0,22-0,25
Valenciana Delta Calidad 2°	0,19-0,22
Midnight y Barberina 1°	S/O
Naranja Industria	
Grupo Navel	0,18-0,20
Grupo Blanca	0,18-0,20

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

Última sesión de esta campaña, que ha estado marcada en los últimos meses por un mercado con poca actividad debido a la entrada de naranja de fuera de la Unión Europea, fundamentalmente de Egipto, quedando y apoca fruta en campo. Repetición general de las variedades para fresco y se deja de cotizar la naranja Valencia Midnight y Barberina 1° calidad por falta de fruta y operaciones. La parte superior de las horquillas se corresponden con fruta extra. Repetición de la cotización de industria del Grupo Navel y Grupo Blanca. La lonja agradece a todos los miembros su dedicación y esfuerzo durante toda la campaña.

Última sesión de la campaña.

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 2 de julio de 2024. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	277,00
Grupo 2	259,00
Grupo 3	245,00
Grupo 4. A	233,00
Grupo 4. B	S/C
Grupo 4. C	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	211,00
Grupo 4	201,00
Grupo 5	201,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale	193,00
Cebada	183,00
Avena	213,00
Maíz	S/C
Sorgo	S/C
Habas	323,00
Guisantes	S/C
Girasol Alto Oleico	S/C
Girasol	S/C
Colza	S/C
Próxima sesión 9 de julio de 2024.	

Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 25 de junio de 2024. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

ALMENDRAS	Euros/Tm
Floración Tardía	
Monovarietal	3,22
Soleta	3,22
Belona	3,22
Guara	3,22
Antoñeta	3,22
Constantí	3,22
Comuna	
Tradicional	3,22
Ecológica	5,20
Nota: Escasas operaciones. Próxima sesión 9 de julio de 2024.	

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 4 de julio de 2024. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2022-2023).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz	
Secadero	228,00
CEBADA	
Pienso	
+62 kg/Hl	182,00
Pienso -62 kg/Hl	176,00
AVENA	
Rubia	210,00
Pienso	200,00
TRIGO	
Duro	
Pr>12	S/C
Pienso	
+72 Kg/Hl	205,00
Fuerza	
+300w +14 pr	S/C
Fuerza	
-300 +12,5 pr	S/C

Panificable	
Pr>11, W<200	218,00
Chamorro	S/C
Tricale	193,00
Centeno	182,00
Guisante	250,00
Yeros	250,00
Garbanzo	
sin limpiar	S/C
Veza	475,00
Alfafa 1°	S/C
Paja 1° + p grande	S/C
Avena en Rama	S/C
Nota: Mercado más firme en las cotizaciones en comparación con las semanas precedentes, con repeticiones en todos los productos a excepción del maíz, que cede ligeramente. Las operaciones son muy escasas y a corto plazo, básicamente para reposición del cereal.	
Próxima reunión: viernes 12 de julio de 2024.	

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 24 al 30 de junio de 2024, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Media Fuerza	21,90
Trigo	
Pienso	20,85
Cebada	
Malta	20,70
Cebada Pienso	18,70
Maíz	S/C
Tricale	19,80

La meteorología sigue empeñada en entorpecer el ciclo habitual de los cereales de invierno en nuestra comunidad. Si en primavera, el calor y la sequía los pusieron en jaque, ahora, en verano, las lluvias y unas temperaturas por debajo de lo normal interrumpen la cosecha con el enorme peligro que esto significa. En Rioja Media y Baja, donde se habían generalizado la recogida de trigos y cebadas, se han aplazado estos trabajos hasta que el grano recupere una humedad adecuada. En Rioja Alta, se aguarda todavía a que la cosecha comience de una forma apreciable. Mientras tanto, el mercado opera con lentitud y con los precios de lonja a la baja. En nuestro mercado local, a la espera de que el grano nuevo acapare totalmente el mercado, se suspenden temporalmente las cotizaciones.

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

MERCADOS NACIONALES

Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 24 al 30 de julio de 2024.

CEREALES

■ **De invierno:** **Granada:** La campaña en las **comarcas de Iznalloz, La Vega y Montefrío**, están en recolección con buenos rendimientos en **trigo duro** y **trigo blando**, al igual que en **triticale**. La calidad está siendo baja. La **cebada** y la **avena** están alcanzando buenas producciones. **Huelva:** En zonas de la **comarca Condado Litoral y Condado Campiña**, las lluvias de la semana pasada han retrasado algo la cosecha y quedan un buen número de parcelas. En las parcelas de **trigos duros** se están obteniendo unos rendimientos en torno a 3.000 kg/ha con variedades como **Amilcar, Don Ricardo y Avispa**. Los **trigos blandos** están saliendo algo más bajos, en 2.500 kg/ha. Jaén: Hay zonas con la campaña finalizada como son **Sierra Morena, Campiña Norte y La Loma**. Los rendimientos vistos hasta la fecha son en **trigo duro** unos 2.800-3.200 kg/ha y en **cebada cervecera** unos 2.000-2.400 kg/ha. La semana pasada cayeron 5 l/m² que retrasó las parcelas más tardías. **Málaga:** Han finalizado muchas parcelas y otras están aún en recolección. En la **comarca Norte**, se han recogido **trigos blandos** con rendimientos en torno a los 3.000 kg/ha. Una de las variedades más empleadas es **Arthur Nick, Marius y Tocayo**. Las **cebas** han tenido rendimientos algo mejores. Variedades como **Planet, Pewter y Shakira**. **Triticales** con rendimientos similares a los blandos sobre 3.000 kg/ha. Algunas de las variedades empleadas han sido **Bondadoso, Tasmania y Relámpago**. **Sevilla:** Finalizada la recogida del grano del **cereal de invierno** con rendimientos en torno a los 4.000 kg/ha en el caso de los **trigos blandos**. Prosigue el empacado, transporte y acopio de la paja y comienza el laboreo de las parcelas cerealistas que ya han terminado. ■ **De primavera:** En la zona arrocer de **Sevilla**, el estado fenológico dominante es el de emergencia de plántulas con tres hojas debido a la siembra excepcionalmente tardía de esta campaña, aunque pueden verse parcelas con el cultivo en fase de 4-5 hojas e incluso iniciando el ahijado las más precoces. En **Cádiz**, el estado predominante del cultivo del **arroz** es el O3 (Plántula 4-5 hojas). Se observan parcelas en la zona de **Vejer de la Frontera** que se encuentran en fase de crecimiento vegetativo; la nascencia no ha tenido problemas. No hay plagas en estos momentos. Se prepara el abonado de cobertera.

LEGUMINOSAS

Huelva: En las **comarcas Condado Litoral y Condado Campiña**, los **altramuces** han tenido un comportamiento regular, con rendimientos por debajo de la media. Los **garbanzos** comienzan campaña en breve. Las **habas** han cogido algunos kilos más que otros años. **Málaga:** En **zonas de la comarca Norte como Antequera y Almergen** los rendimientos de las **leguminosas y proteaginosas** han sido algo mejores que en **Tebas, Cañete la Real, Ardales o Campillos**. Las **alfalfas** se siguen regando y otras empacando. Los **garbanzos** se encuentran ya amarilleando en muchas parcelas. **Sevilla:** Las **habas, guisantes y altramuces** se encuentran ya cosechados en su totalidad. En general, se han obtenido buenos rendimientos de entre 1.200-1.500 kg/ha de grano. Los **garbanzos** se encuentran en fase de maduración, secado de la mata y recolección. Maduración y secado de la **quinua**.



CULTIVOS INDUSTRIALES

La **remolacha azucarera** se encuentra con el riego cortado y en recolección. En **Sevilla** se encuentra con en torno al 25% de la superficie cosechada en regadío y el 70% en secano. En la provincia de **Cádiz**, la recolección de la **remolacha azucarera** sigue a buen ritmo. Se ha parado la semana pasada algo tras las lluvias. Los rendimientos del secano están en torno a 55 t/ha, con ¾ partes ya cogida. Es un año que se acerca más a la normalidad tras las últimas campañas que han sido pésimas. Este año no se paga la riqueza como en años anteriores. En el cultivo del **girasol** prosigue la fase de maduración, las más tardías se encuentran en floración. En **Cádiz**, la campaña en zonas como **Arcos -Villamartin** se espera que sea endeble, media-baja. Se observa mucha parcela de alto oleico como **Talento y Sy Flavio**. Se han empleado variedades **Clearfield** en muchas fincas. El estado fenológico del **algodón** es muy diverso según las zonas, observándose los primeros botones, en las parcelas más adelantadas se pueden ver empezando a mostrar las primeras flores e incluso las primeras capsulas pequeñas y en las más atrasadas en desarrollo vegetativo. Las altas temperaturas contribuyen al desarrollo vegetativo de la planta. Se le aplican regabinas, escardas, abonados y riegos según la disponibilidad de cada zona.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** Existen muchos invernaderos sin cultivo y otros en los que se han realizado nuevas plantaciones, principalmente de **pimiento**. Existen también invernaderos en los que está próxima a finalizar la recolección para dar por finalizada la campaña. En el caso de **sandía**, aún pueden verse plantaciones más tardías o que se han dejado para rebrote, principalmente en la **comarca del Levante**. En estos casos se observa en muchos de ellos, un deficiente cuajado de frutos. Sin embargo hay que considerar que la campaña de **sandía** y también de **melón** esta próxima a finalizar y en gran parte de los invernaderos se procede a arrancar las plantas, limpieza, desinfección y adecuación del invernadero para la plantación del siguiente cultivo. Continúan realizándose nuevas plantaciones de **pimiento tipo California**. En el caso de **tomate** y **berenjena** quedan pocas plantaciones en producción. Al igual que en pimiento en la mayoría de los invernaderos se está procediendo a desinfectar y acondicionar el suelo y estructura del invernadero. En el caso del **pepino** y **calabacín**, la situación es parecida. Hay algunos invernaderos en producción, pero ya están próximos a finalizar la campaña. En los semilleros continúa una gran actividad en relación sobre todo a las plantaciones más tempranas de **pimiento**. ■ **Al aire libre:** **Almería:** Continúa la recolección de **sandías** y se observan muchas parcelas en las que ya ha finalizado la recolección. Las plantaciones más tardías, se encuentran en fase de engorde de frutos y maduración. De igual forma continúa la recolección en las plantaciones más tempranas de **melón tipo Can-**

taloup, Galia y melón Amarillo. Las parcelas más tardías se observan en fase de engorde y maduración de frutos. Se siguen realizando labores preparatorias del terreno para la próxima campaña en las parcelas que se van a dedicar al cultivo de **lechuga, brócoli y coliflor**. Se están realizando aportaciones de estiércol y labores de cultivador. **Cádiz:** En la **comarca Costa Noroeste**, los rendimientos en las plantaciones de **nabos** martillo han sido de unas 60 t/ha. Hay parcelas en fase de engorde de la raíz. **Córdoba:** En la **comarca de La Campiña Baja** se observan parcelas de **melón verde** en fase de engorde. Han bajado mucho esta campaña las fincas plantadas debido a la incertidumbre de comienzos de año. **Granada:** La campaña de los **ajos** ha finalizado en la **comarca de La Vega**. Los rendimientos han sido inferiores a otras campañas, situándose entre 12.000-15.000 kg/ha. El 35-40% de los tamaños han sido Yumbo y Elefante aunque han predominado tamaños más medianos. Las **cebollas tipo Babosa** han tenido una mala campaña. Se han quedado en campo un 20% de la superficie por bajos precios de venta a pesar de los enormes gastos que este cultivo conlleva. Se están sacando **cebollas tipo grano y medio grano**. Las esparragueras se encuentran en fase de fructificación, con los frutos de color verde o cambiando de color. **Málaga:** Se recolectan **berenjenas largas negras** en la **comarca de Vélez-Málaga**. Las parcelas más tardías están en floración-cuaje y las más adelantadas se están cosechando con los frutos rematados. Se encuentran en fase de engorde los **tomates para ensalada** plantados en el mes de mayo en la **comarca de Vélez-Málaga**. Abonados ricos en potasa con diámetros de 30-40 mm. **Sevilla:** Fructificación y envero en el **tomate de industria**. Maduración y recolección de las últimas **cebollas grano y medio grano** en pérdidas. Maduración y recolección en los matos de **sandías** y **melones** tempranos, desarrollo del fruto en los de media estación. Finalizada la recolección del **maíz dulce** de ciclo primaveral.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos:** **Almería:** Se observan muchas parcelas de **almendro** con frutos alcanzando tamaño de cosecha. Las plantaciones de regadío muestran buen aspecto, crecimiento normal del fruto y brotaciones bien desarrolladas. En las plantaciones de secano se aprecian síntomas de sequía persistente en este cultivo, sobre todo en las zonas de suelo más pobre. Se comienza a observar amarillear las hojas y cargas de fruto totalmente dispar e irregular incluso dentro de la misma parcela. **Córdoba:** El estado fenológico predominante en los **almendros** es el I (Frutos engordando). Los frutos están alcanzando el máximo tamaño con riego y fertirrigación diario. Alcanzan en **zonas de Fuente Palmera** hasta los 40 mm de tamaño. Se observa un buen estado fitosanitario y sin problemas hasta la fecha. ■ **Frutales de hueso y pepita:** **Almería:** Aún pueden observarse parcelas de **albaricoqueros** por finalizar la recolección. Está próximo el inicio de la cosecha en las variedades más tempranas de **manzano y peral**. **Córdoba:** El estado fenológico predominante de los **membrillos** es el I (Frutos engordando). La evolución de los frutos es buena en las **comarcas Campiña Alta y Penibética**. No presentan problemas fitosanitarios y el calibre será medio. Variedades como **Cydora Robusta, Adams y Vranja** son de las más empleadas. **Granada:** Durante las dos últimas semanas, en la **zona de Guejar Sierra, comarca de la Vega**, se están llevando a cabo las tareas de recolección de los **cerezos**. Los calibres han ido engordando en la parte final de campaña. Se esperan producciones un 30-35% inferiores a la media anual de la zona. Los tres últimos años han sido muy malos. Se han desbrozado parcelas o aplicado herbicidas. **Huelva:** A modo de resumen indicar que la campaña de los **frutales de hueso** comenzó a primeros de abril y finalizó en el mes de mayo para la fruta en invernadero. Los rendimientos han sido de 20 t/ha tanto en **melocotones** como en **nectarinas**. Las lluvias de Semana Santa afectaron al cultivo, cayeron en la zona sobre 180 l/m² y se produjo una bajada en los grados brix del cultivo, afectando su calidad. **Jaén:** Está finalizando la campaña de recolección de la **cereza**. Se recogen las **variedades Picotas y Lapins**. Hay demanda de **cerezas** y buenas condiciones de exportación. Rendimientos de en torno a 1.000 kg/ha que han bajado las expectativas de los productores. ■ **Frutales subtropicales:** **Granada:** Se observan en la **comarca de La Costa** que las parcelas de **aguacates** se encuentran en fase de engorde del fruto. Hay zonas que están descartando fruto de forma natural. Se están regando por ser un periodo importante en el ciclo del cultivo. Se está realizando la polinización manual de la **chirimoya** en la **comarca de La Costa (Motril, Salobreña o Almuñécar)**. El cultivo lleva un retraso de una semana. Durante este mes de julio se riega a manta cada diez o doce días. **Málaga:** En la **comarca de Vélez-Málaga**, los **aguacates** se encuentran en fase de engorde. Se están regando en días alternos y aplicando materia orgánica a la arboleda. La mayoría de plantaciones de **mangos** se encuentran con los frutos en fase de engorde y avanzados. Se está regando una o dos veces a la semana. Tienen buen tamaño hasta el momento una vez producido el descarte natural de la planta.

CÍTRICOS

Almería: En las parcelas más adelantadas se encuentran los racimos completándose. Las más tardías se encuentran con los granos en fase de engorde. La poda en verde se realiza en algunas zonas. Se están aplicando tratamientos fungicidas. **Huelva:** Se encuentran en fase de envero un buen número de parcelas. Los racimos se han visto que no están completos de granos. El cultivo ha tenido problemas de mildiu con aplicaciones que han ido desde las 3 hasta las 9, según las parcelas afectadas. **Málaga:** La fenología está algo adelantada con más parcelas en fase de envero. Se ha tratado contra la araña roja en el mes de junio con azufre en polvo y una dosis de 25 kg/ha de producto. En la primera mitad del mes se le dio la última labor de cultivador. Se dan las circunstancias de que aquellas parcelas acogidas a las medidas de no laboreo fueron un desastre total en producción.

OLIVAR

Córdoba: El estado fenológico predominante es el H (Endurecimiento del hueso). En las **comarcas de la Campiña Baja, Las Colonias y Campiña Alta** se observa el hueso endurecido y que se ha pasado la época de aclareo natural. **Granada:** El estado fenológico oscila entre H (Endurecimiento del hueso) y G2 (Fruto cuajado). En las zonas de **La Vega e Iznalloz**, los **olivares** malteños se encuentran en fase de endurecimiento del hueso y las más tardías en fase de engorde de las aceitunas. No se están viendo diferencias entre las parcelas de secano y las de regadío, porque casi no se ha regado y los **olivares** venían muy castigados. **Huelva:** El estado fenológico predominante es el H (Endurecimiento del hueso). En las **comarcas Condado Litoral, Condado Campiña y zonas del Andévalo**, el estado fenológico es el de endurecimiento del hueso. Se observan **olivares** verdiales con poca **aceituna**, en picuales la situación es media y en arbequinos que es más temprana está algo mejor. **Jaén:** El estado fenológico oscila entre G2 (Fruto cuajado) y H (Hueso endurecido). El cultivo se encuentra en fase de endurecimiento del hueso en las zonas más adelantadas de las **comarcas de Sierra Mágina, Sierra Sur y Campiña Sur**. Las más retrasadas se encuentran con la **aceituna** con el tamaño de un guisante. El cultivo se desarrolla en su fecha natural. Se han dado algunas aplicaciones pero sólo en un 10% de las explotaciones. Se llevan recogidas en la zona más de 800 l/m² de precipitaciones, cerca de la media histórica. En **zonas como Campiña Norte y La Loma** el hueso está endurecido. **Málaga:** En campo se le han dado pases de cultivador y en zonas donde no es posible labrar se aplicó herbicida como Glifosato+MCPA o desbrozado manual. **Sevilla:** El estado fenológico dominante en el **olivar** es el de endurecimiento del hueso en toda la provincia, salvo en parcelas más tardías de **Sierra Sur y Estepa** donde todavía puede verse el cultivo más retrasado, en estado de fruto cuajado.

VIÑEDO

Córdoba: El estado fenológico predominante es L (Cerramiento del racimo). Se realizan labores de eliminación y/o control de malas hierbas entre calles. Se esperan rendimientos mejores a estos dos últimos años. **Jaén:** Las **viñas** se encuentran en estado fenológico de envero en las más tempranas y de cerramiento del racimo en las más tardías. Lleva un adelanto de un mes. **Málaga:** En las parcelas más adelantadas, el estado fenológico es el de envero con el racimo formado. Las más tardías con el tamaño algo mayor que un **guisante**, con el racimo hecho y engordando el fruto. Lleva una semana de adelanto en **zonas como Mollina**.

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

Champañón	Euros/Kg
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
Llegada la última semana del mes de junio, se da por terminada la campaña de champiñón con destino a industria con las últimas entregas realizadas por los cultivadores. Ahora toca proceder a la limpieza de las instalaciones antes de la parada durante los meses de verano. Los precios se mantienen estables una semana más.	

HORTALIZAS Euros/Kg

Acelga	Euros/Kg
Amarilla	0,90
Verde	0,60
Borrajá	1,00
Lechuga	
Rizada	2,55
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	2,75
Pocha	4,00
Guisante Verde	348,00-404,00
Haba Grano	S/C
Calabacín	0,60
Tomate 1º	0,80
Tomate 2º	0,60
Tomata	1,05
Pepino Corto	0,45
Pimiento Verde Crsital	1,80
Verde Italiano	1,25

Las suaves temperaturas del mes de junio mantienen contenida la oferta de hortalizas listas para su venta, permitiendo mantener el equilibrio entre la oferta y la demanda actual. En campo, las lluvias caídas durante la semana no han perjudicado a las labores de siembra y plantaciones.

FRUTAS Euros/Kg

GRUPO PERA	Euros/Kg
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+	1,05
Paraguay 70+	1,15
GRUPO CEREZA	
24-26 mm	0,70
26-28 mm	1,10
28-30 mm	2,00
+ 30	3,10

Las lluvias de esta última semana, acompañadas de granizo en la zona del valle del Tregua, han provocado serios daños en los frutales, pero con especial incidencia en los ciruelos, ya que para mediados o finales de julio estaba previsto el comienzo de la recolección, y que, sin duda, verá mermada su cosecha. Continúa la recolección de cereza y albaricoques, y esta semana se une la recogida de los primeros paraguayos.

MERCADOS NACIONALES

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS	
Común.....	0,52
Largueta.....	0,90
Marcona.....	1,09
Floración Tardía.....	0,92
Ecológica.....	1,10

A la espera de que en el mes de agosto comience a entrar la producción de nueva cosecha en los almacenes, los precios se prolongan estables.

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 21 de junio de 2024 Campaña 2023-2024.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	Sin existencias
Navel.....	Sin existencias
Navel Lane Late.....	Sin existencias
Navel Powell.....	Sin existencias
Barnfield y Chislett.....	Sin existencias

GRUPO SANGRE	
Sanguelini.....	Sin existencias
GRUPO BLANCAS	
Salustiana.....	Sin existencias
Barberina y Mid-night.....	Sin existencias
Valencia Late.....	Sin existencias

GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
GRUPO SATSUMAS	
Okitsu.....	Sin existencias
Owari.....	Sin existencias
Clemenrubi, Orogrós y Basol.....	Sin existencias
Orunules.....	Sin existencias
Marisol.....	Sin existencias
Arrufatina.....	Sin existencias
Clemenules y	
Orogrande.....	Sin existencias
Hernandina.....	Sin existencias

GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla.....	Sin existencias

Tango.....	Sin existencias
Nardocott.....	Sin existencias
Ortanique.....	Sin existencias
Ori.....	Sin existencias

Nota: Con este boletín damos por finalizada la campaña. La próxima publicación del boletín de cotizaciones coincidirá con las primeras operaciones de compra-venta en campo de la campaña 2024/2025.

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 4 de julio de 2024.

ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva.....	disponible Valencia..... S/C
J. Sendra.....	disp. Valencia..... S/C
Monsianell.....	disp. Valencia..... S/C
Fonsa.....	disp. Valencia..... S/C
Guadamar.....	disp. Valencia..... S/C
Gladío y Tahibonnet.....	disp. Valencia..... S/C
Sirio.....	disp. Valencia..... S/C
Puntal.....	disp. Valencia..... S/C
Bomba.....	disp. Valencia..... S/C

Precios según rendimientos, a granel	
BLANCO	
Vaporizado.....	disp. Valencia..... 1.050,00-1.100,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra.....	disp. Valencia..... 1.200,00-1.260,00
Guadamar Extra.....	disp. Valencia..... 1.300,00-1.370,00
Largo Índica.....	disp. Valencia..... 1.100,00-1.200,00

Precios por tonelada a granel	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro.....	disponible Valencia..... 210,00-220,00

Medianos Corrientes.....	disponible Valencia..... 480,00-500,00
Medianos Gruesos.....	disponible Valencia..... 520,00-550,00

CEREALES-LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Maíz Importación.....	disp. Puerto Valencia..... S/C
Maíz Nacional.....	destino Valencia..... 212,00

Cebada	
Nacional, dest. Val.....	202,00
Importación.....	198,00

Avena Rubia.....	dest. Navarra..... S/O
Blanca, dest. Valencia.....	235,00

Guisantes Importación.....	dest. Valencia..... S/C
Veza Importación.....	S/C
Semilla Algodón.....	destino Valencia..... 478,00-479,00

Trigo Pienso Nacional.....	S/C
Tipo 1.....	S/C
Tipo 2.....	S/C
Tipo 3.....	S/C
Tipo 4.....	S/C
Tipo 5.....	228,00
Trigo importación.....	224,00

Precios por tonelada a granel	
TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 47% baja proteína.....	disponible Valencia..... S/C
Cascarilla de Soja.....	disponible Tarragona..... 162,00
Cascarilla de Avena.....	disponible Valencia..... 130,00
Alfalfa deshidratada, D. Pellets.....	14%-15% prot., Aragón/Lérida..... 165,00-185,00
14%-15% Balas, Aragón/Lérida.....	180,00-210,00
Harina de Girasol Integral (28%).....	disponible Tarragona..... 205,00-206,00
disponible Andalucía.....	175,00-177,00
Harina de Girasol.....	

Alta Proteína (34-36%).....	disponible Tarragona..... 290,00-291,00
Palmiste.....	disp. Valencia..... S/C
Harina de Colza, dest. Valencia.....	S/C
Gluten Feed.....	disp. Valencia..... 208,00
Bagazo de Maíz.....	disp. Valencia..... S/C
Pulpa seca remolacha granulada.....	Import., disp. Tarragona..... 224,00-225,00

Pulpa Seca	
de Naranja.....	S/C
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia.....	182,00
Hojas, destino Valencia.....	S/C
Terzerillas, destino Valencia.....	S/C

Precios por tonelada a granel	
GARROFOS Y DERIVADOS	Euros/Tm
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia.....	S/O
Zona Alicante.....	S/O
Zona Castellón.....	S/O
Zona Tarragona.....	S/O
Zona Murcia.....	S/O
Zona Ibiza.....	S/O
Zona Mallorca.....	S/O

Precios tonelada a granel s/rendimientos	
Troceada Integral.....	disp. orig. 250,00-285,00
Troceada sin Harina.....	disponible origen 280,00-340,00
Troceado Fino.....	disp. origen 260,00-285,00
Garrofin.....	disp. origen 3.300,00-3.500,00

LEGUMBRES	Euros/Tm
Disponible origen	
ALUBIAS	
Redonda Manteca.....	2.700,00
Pintas.....	
Granberry.....	2.200,00

Michigan.....	1.650,00
Canellini Argentina 170/100.....	1.850,00
Blackeyes.....	1.850,00
Negras.....	1.500,00
Garrofin.....	2.850,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46.....	2.150,00
Nuevos 34/36.....	2.800,00

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.....	S/C

Precios por tonelada, mercancía envasada.	
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

Precios tonelada, mercancía envasada.	
(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

LEGISLACIÓN

El MAPA inicia la consulta pública para modificar la norma de tramitación de las IGP de calidad agroalimentaria

En esta línea, la Unión Europea registra las IGP miel de Ibiza y espárrago verde de Guadalajara

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha abierto, hasta el 22 de julio, el trámite de consulta pública sobre el proyecto de real decreto por el que se regula el procedimiento administrativo para la tramitación de las solicitudes de inscripción en el registro comunitario de las indicaciones de calidad agroalimentaria reconocidas por la Unión Europea (UE): Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG).

El real decreto regula también la tramitación de las solicitudes de modificación de los pliegos de condiciones de las indicaciones geográficas y de su cancelación. Así mismo se establecen los procedimientos de las declaraciones de oposición a todas ellas durante la fase nacional.

La tramitación de la modificación de la normativa está motivada por la entrada en vigor del Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de abril de 2024, relativo a las indicaciones geográficas para vinos, bebidas espirituo-

sas y productos agrícolas, así como especialidades tradicionales garantizadas y términos de calidad facultativos para productos agrícolas. Con el nuevo real decreto se pretende también instrumentar de un modo más eficaz los procedimientos y reducir las cargas administrativas.

Además de regular el procedimiento nacional para las DOP e IGP cuyo ámbito territorial sea superior al de una comunidad autónoma y las ETG, determinados preceptos serán también de aplicación a aquellas figuras de calidad diferenciada cuyo ámbito territorial se circunscriba solamente al de una comunidad autónoma y que administrativamente dependen, por tanto, de la correspondiente administración autonómica. También se regulan las funciones de la Mesa de Coordinación de la Calidad Diferenciada entre el Ministerio y las comunidades autónomas.

El reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo mencionado establece las normativas para las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), las

Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) y los Términos de Calidad Facultativo. Estas figuras son clave para promover la imagen de España y constituyen uno de los pilares fundamentales de la estrategia "Alimentos de España".

■ MIEL DE IBIZA

El proceso de obtención de la IGP Miel de Ibiza/Mel d' Eivissa se inició el 18 de mayo de 2022, con la publicación en el Boletín Oficial del Estado (BOE) de la Resolución de 12 de mayo de la Consejería de Agricultura de las Islas Baleares, en el que se solicitaba este reconocimiento.

La miel de Ibiza/mel d'Eivissa es producida por abejas a partir del néctar de flores específicas de Eivissa, que transforman y almacenan en panales.

Es de color ámbar, aspecto limpio y sin impurezas. El aroma es floral, fresco, con notas alcanforadas y su viscosidad de mediana a elevada. El sabor es dulce, con posibles notas ácidas y sensación refrescante.

La miel de Ibiza es también fruto de la técnica y la destreza de los apicultores ibicenses

que han sabido aprovechar las particularidades de la diversidad botánica de la isla marcada por la presencia de cuernecillos, jaras, trébol amarillo, trébol hediondo y otras leguminosas.

■ ESPÁRRAGO VERDE DE GUADALAJARA

El proceso de obtención de la IGP de espárrago verde de Guadalajara fue iniciado el 14 de febrero de 2023, cuando se dio a conocer la solicitud en el Boletín Oficial del Estado (BOE) a través de la Resolución de la dirección general de Alimentación de Castilla-La Mancha.

El espárrago verde de Guadalajara se cultiva en 43 municipios de Castilla-La Mancha y destaca por sus características únicas, tiernos y jugosos, con un equilibrio perfecto de notas dulces y amargas.

Estos logros marcan un hito en la protección y reconocimiento de la calidad de ambos productos.

Según los últimos datos disponibles, en España más de 330.000 agricultores y ganaderos elaboran productos con sellos de calidad de indicacio-

nes geográficas, con más de 1,5 millones de hectáreas cultivadas y 2,3 millones de cabezas de ganado. Esta producción de calidad tiene un valor estimado en origen de más de 7.000 millones de euros y está sujeto a un riguroso programa de control, que forma parte del Plan Nacional de Control Oficial de la Cadena Alimentaria 2021-2025 y que realizó 49.213 controles en 2022.

La política de calidad diferenciada es fundamental para el desarrollo y la sostenibilidad de las zonas rurales. La comercialización de productos que deben su especificidad al medio geográfico en el que se producen puede ser muy beneficiosa para estas áreas, especialmente las menos favorecidas, ya que contribuye a mejorar los ingresos de los agricultores y a fijar población, al tratarse de una actividad no deslocalizable, que favorece la sostenibilidad económica, social y medioambiental.

Además, estas figuras son clave para promover la imagen de España y constituyen uno de los pilares fundamentales de la estrategia Alimentos de España.

Nueva iniciativa de Zespri para una alimentación saludable

La marca lanza una campaña para mejorar los hábitos alimenticios de los españoles

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Zespri™, la marca de referencia en la comercialización de kiwis a nivel global, ha lanzado por primera vez una campaña global centrada en alentar a las personas a comer mejor para ayudar a abordar los desafíos de salud y mejorar la calidad de vida de los consumidores alrededor del mundo. Una acción de concienciación en línea con su compromiso con la alimentación saludable, que nació el pasado mes de abril, con un innovador experimento, bautizado como "Alimenta al oso Madrid", que tuvo como objetivo analizar si realmente comemos tan bien como pensamos y fomentar unos buenos hábitos alimenticios.

El proyecto consistió en una mascota virtual gigante con forma de un oso llamado Madrid, ubicado en la estación de Príncipe Pío, alimentada diariamente durante tres semanas de acuerdo a la dieta de los madrileños. Los ciudadanos iban incorporando los datos, tanto presencialmente en la pantalla como a través de una app, teniendo así una foto en tiempo real de cómo iban comiendo los madrileños. Además, para buscar en este momento inicial la mayor robustez posible en una acción de este tipo, contaron con la colaboración de un panel de 220 madrileños que irían participando durante estas tres semanas. Con toda esta información, el estado del oso Madrid fue variando según lo que comían los participantes a la vez que recibían consejos sobre nutrición en función de si lo habían hecho bien o mal.

Tras analizar los resultados y vista la persistencia de opciones alimentarias poco saludables en el día a día de los madrileños, la marca, fiel a su compromiso de promover estilos de vida y dieta saludable entre la población, decidió profundizar en el problema a través de un sondeo realizado entre 2.000 personas de toda España de entre 18 a 65 años, para analizar de forma más precisa los hábitos alimenticios de los españoles, con el propósito de comprender si están verdaderamente concienciados con la importancia de llevar una dieta saludable y evaluar su conocimiento sobre lo que es saludable y lo que no.

Este hito representa una acción significativa, habiéndose escogido el mercado español como punto desde el que lanzar la causa social a nivel mundial. Y es que, la marca lleva muchos años trabajando en fomentar buenos hábitos alimenticios concienciando sobre la importancia de consumir productos frescos y nutritivos para combatir la malnutrición y mejorar el bienestar general.

■ RESULTADO DE LA ACCIÓN

Según el análisis, aunque gran parte de los españoles está concienciada sobre la importancia de una alimentación saludable y realiza esfuerzos significativos para mantener una dieta equilibrada y nutritiva, aún persisten costumbres menos saludables



El equipo de marketing de Zespri presentando los resultados del estudio "Hábitos Alimenticios de los Españoles". / ZESPRI

La marca ha estado promoviendo durante años la adopción de buenos hábitos alimenticios, destacando la importancia de consumir productos frescos y nutritivos para combatir la malnutrición

que pueden mejorarse. En este sentido, cabe destacar que seis de cada diez españoles (64%), creen que su alimentación es 'muy' o 'bastante saludable', y más de la mitad, concretamente un 54%, se consideran bien informados sobre nutrición y alimentación equilibrada, en mayor medida, mujeres y personas en un rango de edad entre los 35 y 44 años. Signo de este interés por lo que comen, la mayoría analiza el valor nutricional de los alimentos y lee las etiquetas nutricionales antes de comprar los productos, incluso, el 38% usa aplicaciones nutricionales para informarse. Además, para más de la mitad (60%) esta información es un factor decisivo de compra, quedando solo una minoría (8%) que les influye poco en sus compras.

Siete de cada diez españoles priorizan siempre o casi siempre los productos frescos en su día a día (72%), sobre todo personas mayores de 25 años, mujeres y de clase alta. Su cesta de la compra se llena principalmente con verduras, hortalizas y frutas, lo cual es una prioridad para el 87% de los encuestados. Los arroces y pastas ocupan el tercer puesto, seguidos de los huevos y las leches y derivados. Cabe destacar que son los andaluces y los cata-

lanes quienes, en mayor medida que el resto, priorizan las frutas en su cesta de la compra. Sin embargo, es en Madrid donde encontramos el mayor porcentaje de población que nunca o casi nunca prioriza productos frescos.

De media, al día consumen frutas en mayor porcentaje las personas de 55 años en adelante, de clase social alta y que trabajan. Por otra parte, de media, consumen un mayor número de porciones de verduras al día las mujeres y de clase social alta, que llevan una alimentación muy o bastante saludable.

Sin embargo, también la comida ultra procesada tiene lugar en el día a día del 56% de los españoles, junto con la bollería (61%). Y es que, siempre hay espacio para un antojo dulce, y así lo muestran los resultados del análisis, pues 3 de cada 5 personas los consumen a diario (59%), lo que se traduce en 1,12 productos azucarados al día, un hecho que ya nos adelantaba el oso Madrid. La mayoría de las personas que consumen este tipo de productos son menores de 35 años, de clase social baja, residentes en pequeños municipios y con estudios medios o básicos. Pero no sólo son golosos, pues

siete de cada diez españoles consumen snacks salados todas las semanas, siendo este el producto ultra procesado con mayor porcentaje de consumo. En segundo lugar, están las comidas listas para consumir y los productos cárnicos procesados, que consumen semanalmente más de 3 de cada 5 españoles (64% y 63% respectivamente).

Cabe destacar que, a medida que desciende la edad de los encuestados, aumenta el consumo de todo este tipo de productos.

La planificación de las comidas es una práctica muy común, ya que unos ocho de cada diez españoles, mujeres en mayor porcentaje que los hombres, planifican sus comidas con antelación. De hecho, existe una práctica que se repite en el 48% de la población, especialmente en personas que trabajan, que es el llamado *batch cooking* o técnica de preparar varias comidas en una sola sesión para varios días de la semana.

En este sentido, el informe nos indica que los españoles comen con mayor frecuencia en su casa comida preparada por ellos mismos. En particular, los que más frecuentemente preparan y consumen comida en casa son las mujeres y las personas mayores de 35 años, así como aquellos que no trabajan y los residentes en pequeños municipios.

Con menor frecuencia, de 1 a 3 veces por semana, los españoles comen fuera de casa (41%), comen comida precocinada (39%), comen comida casera

preparada (31%) o cenar fuera de casa (36%). Lo que menos hacen es pedir comida a domicilio (el 63% lo hace rara vez o nunca y el 28% de 1 a 3 veces por semana).

En cuanto al desayuno, es una comida habitual para la gran mayoría de la población, y es que, 3 de cada 4 españoles desayuna cada día (74%), aunque las personas más jóvenes, entre 18 y 24 años, lo hacen con menor frecuencia o nunca.

Lo cierto es que los españoles son bastante clásicos a la hora de desayunar, y sus preferencias para empezar el día son la leche, para el 74%, el café (70%) y el pan (65%), y utilizan como aderezo principalmente el aceite de oliva (48%). Seguidos a cierta distancia, las frutas frescas en el 41% de los encuestados y, en menor medida, galletas (35%) y mantequilla o margarina (32%).

Una tendencia preocupante que se vio en el oso Madrid es el bajo consumo de fibra en la población. Sin embargo, es estudio apunta que prácticamente la totalidad de los españoles (97%) consume frutas y verduras a diario, con un promedio de 4,25 porciones al día. Este alto consumo resalta la relevancia de estos alimentos en la dieta diaria. Las frutas son ligeramente más populares que las verduras, con un 93% de la población consumiéndolas diariamente y una media de 2,29 porciones al día. En comparación, el 91% consume verduras a diario, con una media de 1,97 porciones diarias. Este hábito saludable es especialmente notable entre personas de 55 años en adelante y de clase social alta.

Eso sí, en cuanto a los productos integrales, el estudio realizado por Zespri revela que sólo el 43% de los españoles priorizan las opciones integrales al comprar productos de base cereal. Esta preferencia es más común entre las mujeres, mientras que los hombres y los jóvenes tienden a no dar prioridad a los productos integrales.

Relativo al consumo de proteínas, las aves son la principal fuente de proteínas en España, con un 96% de la población consumiéndolas, mayoritariamente entre 2 y 3 veces por semana. El consumo de pescado y mariscos también es elevado, con un 90% de la población comiéndolos al menos una vez a la semana. Las carnes rojas son consumidas por el 85%, principalmente una vez a la semana. Cabe destacar que el embutido es consumido por más de 8 de cada 10 españoles, o un 83% de la población consumiéndolos regularmente. Por el contrario, son las carnes procesadas lo menos consumido, con un 64%. Cabe destacar que son los hombres, en mayor medida que las mujeres, quienes consumen carne roja, embutidos o carnes procesadas.

En relación a las grasas, las monoinsaturadas son las más consumidas en España, con un 93% de la población incluyéndolas en su dieta semanalmente. Le siguen las grasas poliinsaturadas (80%), las grasas saturadas (74%) y las trans (63%). Estas dos últimas son más frecuentes a medida que desciende la edad. Los hombres, en mayor medida que las mujeres, consumen semanalmente grasas saturadas.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las cooperativas de la Comunitat Valenciana celebraron su gran día 'a la valenciana' en un emotivo acto organizado por la Confederació de Cooperatives de la Comunitat Valenciana (Concoval). Con motivo del Día Mundial del Cooperativismo, el Museu de les Ciències congregó a más de 250 representantes del cooperativismo valenciano en un año, además, en el que la ciudad de València es Capital Española de la Economía Social.

Durante la apertura de la jornada, el presidente de Concoval, Emilio Sampedro, dio la bienvenida a los asistentes, precisamente, anunciando que "el gran acto central de esta capitalidad se celebrará los días 14 y 15 de noviembre en el Palau de la Música de València. A su vez, Sampedro incidió en la importancia del Día Mundial del Cooperativismo para poner en valor el modelo cooperativo que pone en el centro a las personas. "Las cooperativas estamos con lo local y con lo global. Somos grandes y pequeñas. Somos tan variadas como lo son las empresas de cualquier otra fórmula empresarial, pero siempre estamos comprometidas con el territorio. Las cooperativas ni se venden ni se van. Y siempre miramos la actividad económica con las 'gafas' de lo social puestas", explicó.

La primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de València, María José Ferrer San Segundo, se sumó a las palabras del presidente de Concoval de celebrar 'a la valenciana' el gran día de las cooperativas: "Es importante visibilizar fortaleza de un sector que es tractor de la economía valenciana, de la creación de empleo y de la responsabilidad social. El cooperativismo está de moda, pero esta expresión se queda corta, ya que el cooperativismo alcanza muchas más dimensiones. Ha demostrado ser un modelo sólido, sostenible, que crea empleo y equilibra los intereses de las personas, a las que pone en el centro. Es un modelo que funciona".

A continuación, Aicha Belassir, directora general de la Economía Social y de la Responsabilidad Social de las Empresas del Gobierno de España, tomó la palabra para subrayar que "València sabe adaptarse a las demandas de la ciudadanía", explicando que "las cooperativas promueven la igualdad de oportunidades, son pioneras en la inclusión de mujeres, jóvenes y otros grupos de personas tradicionalmente apartados". En este sentido, Belassir también puso como ejemplo a las tres cooperativas valencianas impulsoras de la Capital Española de la Economía Social: "Consum, Anecoop y Caixa Popular son claros ejemplos de éxito en sectores tan distintos como el comercio, la producción agraria o la banca".

Finalmente, el Conseller de Educación, Universidades y Empleo, José Antonio Rovira, puso en valor el lema elegido para conmemorar el gran día de las cooperativas valencianas, 'Por un futuro mejor para todas las personas', explicando que "esta frase tiene una especial aplicación en la Comunitat Valenciana". El representante del Consell, además, se comprometió a que, desde la Generalitat, "fomentaremos el mantenimiento de este modelo económico y social mediante la mejora de las ayudas, impulsaremos convenios

■ DÍA MUNDIAL DEL COOPERATIVISMO

Más de 250 cooperativistas reivindican su contribución económica y social a la Comunitat Valenciana

Caixa Popular, Anecoop y Consum, homenajeadas como cooperativas valencianas impulsoras de la Capitalidad Española de la Economía Social



Mazón y Sampedro junto a los representantes de Caixa Popular, Grupo Anecoop y Consum. / CONCOVAL



Emilio Sampedro durante su discurso de inauguración. / CONCOVAL

Las cooperativas no sólo tienen un impacto económico significativo, sino que también juegan un rol crucial en el desarrollo regional y social, abordando problemas como el desempleo, la transición energética y la discriminación

con agentes del sector; modernizaremos el registro de cooperativas para agilizar los trámites de la creación de nuevas sociedades, así como colaboraremos estrechamente con el sector, Concoval y sus federaciones".

■ CONFERENCIAS

Tras las aperturas institucionales llegó el turno de dos ponencias a cargo de referentes para el tejido cooperativo. En primer lugar, Marta González, consultora experta en sostenibili-

dad e impulsora de Marcas con Valores, ofreció una inspiradora ponencia titulada "Optimismo colaborativo: De utopía a realidad" en la que abordó cómo los principios cooperativos pueden transformar utopías en realidades tangibles, impulsando el bienestar social y económico. Ante contextos y prácticas como el greenwashing, la ponente hizo un llamamiento a los centenares de cooperativistas presentes: "Vosotros sí que podéis decir que la sostenibilidad en vuestro

ADN, porque es una parte fundamental del modelo cooperativo".

Tras la intervención de González-Moro, Federico Buyolo, director Cultural de la Fundación Ortega-Marañón, presentó su ponencia "Legado para generaciones futuras", enfocándose en cómo ha planteado la ONU forjar un nuevo consenso mundial de cara a salvaguardar el futuro, cuáles son los retos y compromisos de cara a elaborar ese Pacto por el futuro. "La mejor manera de predecir el futuro es liderarlo, ser protagonistas de él". En este sentido, y en referencia al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Buyolo subrayó al papel de los jóvenes, a los que no hay que dejar solos: "Los que vamos a decidir el futuro de la Agenda 2030 no voy a ser yo, pero tenemos que ayudar y estar codo con codo con la generación que liderará este Pacto".

■ HOMENAJE

Tras las conferencias llegó uno de los momentos más especiales del evento. El presidente de la Generalitat, Carlos Mazón, presidió el homenaje a las tres cooperativas valencianas impulsoras de la Capitalidad Española de la Economía Social.

Por parte de Caixa Popular, su director general, Rosendo Ortí, fue el encargado de recoger el galardón. Fundada en 1978 en Valencia, es una cooperativa de crédito que se destaca por su compromiso con los valores y principios del cooperativismo.

Propiedad de sus socios, quienes participan activamente en su gestión, reinvierte los beneficios en mejorar los servicios y apoyar iniciativas locales. Promueve la solidaridad, equidad y transparencia, consolidándose como una referencia en España, contribuyendo al desarrollo económico y social de la comunidad.

Después, por parte de Anecoop, su presidente, Alejandro Monzón, recogió el reconocimiento a esta cooperativa agroalimentaria fundada en 1975, que integra y comercializa la producción de más de 21.000 agricultores pertenecientes a 67 cooperativas y empresas socias en España. Es la principal productora hortofrutícola española y un referente en cítricos, kakis y sandías, con una red comercial en Europa, Asia y Estados Unidos que permite llegar a 70 países. Dedicó recursos a I+D+iT a través de su Fundación Anecoop, con proyectos en sus Campos de Experiencias en Valencia y Almería. Promueve la sostenibilidad y pertenece a la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Finalmente, Antonio Rodríguez, director general de Consum, subió al escenario para recoger el distintivo a la mayor cooperativa del arco mediterráneo español. Cuenta con 933 supermercados, entre propios y franquiciados Charter, distribuidos por Cataluña, Comunidad Valenciana, Región de Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón. Con más de 4,5 millones de socios-clientes y 21.216 trabajadores, Consum es la única empresa de distribución con el Certificado de Empresa Familiarmente Responsable (Efr). La huella de carbono de la Cooperativa se ha reducido un 81,1% desde 2015. Además, es la primera empresa del sector de la distribución alimentaria que obtuvo el sello "Reduzco" del Ministerio para la Transición Ecológica (MITECO).

Tras reconocer a las tres cooperativas valencianas impulsoras de la Capital Española de la Economía Social, el presidente de la Generalitat, Carlos Mazón, clausuró la jornada agradeciendo la labor de los cooperativistas valencianos: "Gracias por existir. En la Comunitat Valenciana estamos batiendo récords de creación de empleo y no paramos de crecer. Todo esto no se podría entender sin la realidad cooperativa y su influencia en la sociedad valenciana".

■ LAS CIFRAS

La celebración del Día Mundial del Cooperativismo en la Comunitat Valenciana ha coincidido con la reciente publicación del informe con las magnitudes autonómicas de este modelo, destacando la importancia económica y social de las cooperativas en la región. Con un total de 2.704 cooperativas activas, estas entidades proporcionaron en 2023 empleo directo a 61.073 personas, reflejando un crecimiento notable en número y empleo generado.

Más de la mitad de la población ha participado en cooperativas, mostrando una aceptación generalizada del modelo cooperativo.

Las cooperativas no sólo tienen un impacto económico significativo, sino que también juegan un rol crucial en el desarrollo regional y social, abordando problemas como el desempleo, la transición energética y la discriminación.

Relájate con nuestro sistema de consumo inteligente.

Tu tranquilidad es sinónimo de CATsystem®.

Descubre más.



smart consumption . cat system





AgroBank

2 Sara Rubira

La consejera anuncia una campaña positiva y unas exportaciones al alza en Murcia

4 Proexport

Abelardo Hernández destaca la adaptabilidad del sector hortofrutícola

murcia fruits

9 de junio de 2024 • Suplemento • Año LXII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,75 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962

Murcia potencia el desarrollo de nuevas variedades de fruta de hueso de alta calidad

El Imida ha desarrollado y registrado 23 variedades con interés comercial

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Región de Murcia se reafirma como potencia en la investigación y el desarrollo de nuevas variedades de fruta de hueso de alta calidad gracias al trabajo impulsado desde el Gobierno regional, a través del Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (Imida), y que consigue un producto mejor adaptado a las condiciones climáticas actuales para ponerlas a disposición de los agricultores y permitirles acceder a los mercados en condiciones ventajosas.

La consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, destacó durante una visita a la finca experimental del Imida, ubicada en Abarán, que “el desarrollo de nuevas variedades permite a los agricultores producir de forma temprana, en épocas donde no existe oferta de estos productos y cubrir, además, el periodo completo de producción, con la finalidad de abastecer a los mercados y que el consumidor pueda adquirir estos productos durante un periodo más amplio de tiempo”.

Para ello, el Imida ha desarrollado 23 nuevas variedades de fruta de hueso como melocotón, paraguay, nectarina o ciruelo, entre otros, de alta calidad gustativa y que optimizan la producción. La titular de Agricultura aseguró que “este proyecto forma parte de la línea de trabajo de mejora genética de diversos cultivos impulsada por el Gobierno regional para adaptarlas al cambio climático, mejorar la producción y asegurar la calidad del producto”.

Rubira explicó que “los investigadores del Imida desarro-



Así luce el paraguay Siroco, variedad desarrollada por el instituto murciano. / IMIDA

llan proyectos innovadores con la finalidad buscar soluciones de base científica para transferirlas al sector, que permitan aumentar su eficiencia y competitividad, así como dar respuesta a los retos medioambientales y ecológicos actuales”.

Entre las nuevas variedades presentadas a los agricultores destacan los paraguayos de la serie Siroco, las nectarinas de carne amarilla Bora, los melocotones amarillos serie Levante y las ya consolidadas Alisio, así como las ciruelas Lucía y

Victoria, ambas de carne roja. Todas estas frutas de hueso se caracterizan por ser de producción temprana, de alta calidad gustativa, buen calibre, ser productivas y tener una vida poscosecha suficiente para satisfacer las demandas de los comercializadores.

■ MEJORA GENÉTICA

El Departamento de Mejora Genética de Frutales del Imida ha desarrollado y registrado 23 variedades de interés comercial con características óptimas

para el agricultor, muchas de las cuales se encuentran en producción por cumplir las cualidades que demandan los ciudadanos y comercializadores de todo el mundo. Para ello, ha evaluado agrónomicamente más de 50.000 cruces intervarietales de melocotón desde sus inicios. En la actualidad están evaluando otras que, si ofrecen los resultados esperados, pronto podrán ser registradas e iniciar también su comercialización.

Los diferentes departamentos del instituto de investigación llevan décadas desarrollando programas de búsqueda de nuevas variedades, cuyo trabajo puede llevar hasta cinco o diez años para que comiencen a ser productivas, como la uva, la fruta de hueso o los cítricos.

Estas líneas de investigación de mejora genética forman parte de uno de los ejes estratégicos de los nuevos programas de I+D+i que lleva a cabo el Imida, financiados con fondos FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y cofinanciados por el Gobierno regional.

■ EXPORTACIONES

La Región de Murcia exportó el año pasado 132.439 toneladas de fruta de hueso por un valor de 235,3 millones de euros, es la segunda provincia exportadora tras Lleida y representa el 18% de las exportaciones nacionales.

La Región se ha consolidado como la primera exportadora de albaricque de España con 19.910 toneladas, el 26% del total nacional en 2023.

El 92% de las exportaciones de fruta de hueso tiene como destino Europa y los principales mercados son Alemania, Francia e Italia.

Esta semana

6 El Imida desarrolla hidroaccolchados más sostenibles, eficientes y que aumentan la productividad



8 José Ángel Abellán: “Horizonte 2027, la incertidumbre hídrica o la oportunidad”



9 López Miras: “En España no se habla de agua y es lo más importante”



10 Pascual Hortelano: “Murcia tiene fruta de hueso durante toda la campaña”

11 Alimer se consolida con la adhesión de Yefrut



12 IGP Melocotón de Cieza presenta su nueva campaña de promoción



13 Love Klabaza logra incrementar el consumo de calabaza en España un 20%

14 Limonar de Santomera, premiada por su campaña ‘El pueblo que sonríe al limón’

15 Sanifruit: 35 años a lado de los exportadores de cítricos

La agricultura ecológica multiplica por 28 la superficie certificada en los últimos 25 años



La Región + Eco de Europa

SARA RUBIRA / Consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia

“Esperamos una campaña positiva y unas exportaciones al alza”

El agua siempre es protagonista en Murcia. Por escasez o por llegar en tromba. Por innovación o por restricciones políticas. Pero el agro murciano logra sobreponerse, a pesar de que hasta el sequero extremo se ve afectado, y este año se espera que las campañas de fruta de verano den un respiro al sector, según detalla Sara Rubira en una entrevista en la que no deja de reivindicar la solidaridad hídrica y la necesidad de adaptar los seguros agrarios a la realidad climatológica actual.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN

Valencia Fruits. Una vez más tenemos que hablar de agua y climatología adversa en la Región de Murcia, ¿cuál es la situación actual después de una severa sequía y tras las lluvias que obligaron a pedir la declaración de zona catastrófica?

Sara Rubira. La situación es hoy peor que hace unas semanas, porque la sequía extrema se mantiene generando una gran incertidumbre entre los agricultores y ganaderos, que a la vez han sufrido graves daños por las lluvias torrenciales y el granizo del mes pasado. Hablamos de más de 7.500 hectáreas afectadas, pérdidas que superan los 48 millones de euros y cultivos de frutales, almendro y olivar seriamente perjudicados. Esperamos que el Gobierno de España adopte las medidas necesarias y ofrezca a los afectados las ayudas económicas necesarias para paliar las pérdidas.

VF. ¿Qué se puede hacer para paliar los efectos de estos fenómenos en el agro murciano? Además de los seguros, ¿hay otros caminos para la prevención?

SR. Hacer frente a la climatología es algo realmente complejo. Podemos tratar de poner herramientas que frenen sus daños, pero no evitar que se produzcan los fenómenos tan dañinos que venimos sufriendo. La protección de cultivos, especialmente de frutales, mediante elementos protectores de las lluvias y el granizo, ayuda a paliar en cierta medida los daños. Pero lo que realmente es necesario es contar con un modelo de seguro agrario que sea útil para todos aquellos que pierden sus cosechas o sufren daños en las explotaciones. Algo que, en estos momentos, no existe dado que hablamos de un modelo obsoleto que no responde a la realidad.

VF. Una de las características definitorias del sector en la Región es su innovación y capacidad de tecnificación, ¿qué novedades encontramos en agricultura que ya se están aplicando en los campos murcianos?

SR. La innovación y la aplicación de la tecnología son sinónimos de la agricultura de la Región de Murcia. Durante décadas el desarrollo agrario ha ido de la mano del trabajo en laboratorios y fincas experimentales, lo que nos ha permitido poner a disposición de agricultores y ganaderos las mejores técnicas, variedades y mejoras para sus explotaciones.

Un ejemplo de ello es la reciente comercialización de 23 nuevas variedades de fruta de hueso de alta calidad gustativa y que se adaptan mejor a la situación climatológica actual, desarrolladas y registradas por el Ins-



Sara Rubira analiza la situación del agro murciano. / CARM

“La situación es hoy peor que hace unas semanas, porque la sequía extrema se mantiene generando una gran incertidumbre entre los agricultores y ganaderos, que a la vez han sufrido graves daños por las lluvias torrenciales y el granizo del mes pasado. Hablamos de más de 7.500 hectáreas afectadas”

“Lo que realmente es necesario es contar con un modelo de seguro agrario que sea útil para todos aquellos que pierden sus cosechas o sufren daños en las explotaciones. Algo que, en estos momentos, no existe dado que hablamos de un modelo obsoleto que no responde a la realidad”

tituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario (IMIDA), en el marco de los proyectos que lleva a cabo dentro del programa de mejora genética.

VF. El uso escrupuloso y maximizado de los recursos hídricos también es característico en esta

zona productora, ¿qué reivindicaciones siguen vigentes y sin respuesta en el reparto del agua?

SR. Necesitamos agua y necesitamos la certeza de que los agricultores y ganaderos van a poder disponer de ella en un futuro. Y eso es precisamen-

“Necesitamos agua y necesitamos la certeza de que los agricultores y ganaderos van a poder disponer de ella en un futuro. Y eso es precisamente lo que no hay, certidumbre”

te lo que no hay, certidumbre. Porque el Gobierno de España inició en el año 2018 un camino decidido para cerrar el Trasvase Tajo-Segura y cada golpe que le han asestado así lo corrobora. Frente a ello nosotros abogamos por un Pacto Nacional del Agua que sienta en la misma mesa a todas las regiones de nuestro país, que recoja infraestructuras y la financiación necesaria, porque hay recursos para abastecer a todas las comunidades. La solidaridad debe primar frente al sectarismo hídrico.

VF. ¿Qué tipo de proyectos se están desarrollando en la modernización de regadíos?

SR. En la actualidad, mayoritariamente en la Región destacan los proyectos relacionados con la mejora de eficiencia energética y uso de fuentes de energía renovable para autoconsumo. Esto es debido a los altos costes energéticos actuales y a que una reducción de estos conlleva una repercusión inmediata en los costes de los agricultores, aumentando la rentabilidad de la agricultura y evitando así el abandono de la actividad.

También destacan los proyectos relacionados con la gestión de recursos hídricos e incorporación de aguas no convencionales: balsas, infraestructuras para incorporar aguas desaladas y regeneradas. Todo ello ante la difícil situación de sequía, los recortes al Trasvase y el fin de la sobreexplotación de aguas subterráneas prevista para 2027.

VF. Las reivindicaciones de los agricultores están siendo una constante este año, ¿cuáles son ahora los puntos de desencuentro? ¿En qué líneas están trabajando para llegar a acuerdos y encontrar soluciones?

SR. Hay cuestiones que se perpetúan en el tiempo porque el Gobierno de España no ofrece soluciones. Problemas como la escasez de agua no hacen sino agravarse con el paso del tiempo, el incremento de los costes de producción y de las materias primas, la excesiva burocracia o la falta de un seguro agrario que de verdad cumpla con su función, son algunos de ellos.

Otro aspecto que actualmente nos preocupa es la situación del sequero extremo de la Región de

Murcia, que en los últimos dos años ha sufrido pérdidas de 289 millones de euros por la falta de precipitaciones. Estamos trabajando, de la mano de las organizaciones agrarias y cooperativas a nivel nacional, para lograr un acuerdo al que se podrán sumar otras comunidades que permita salvar al sequero y para lo que será necesario un paquete de ayudas del Gobierno de España.

VF. Además, también se está buscando que los agricultores se impliquen en el diseño de la PAC, ¿qué objetivo buscan alcanzar?

SR. El Gobierno de la Región de Murcia va siempre de la mano con los profesionales del campo, porque si defendemos sus intereses debemos ser capaces de sentarnos en la misma mesa y compartir objetivos. Y el objetivo no es otro que lograr las modificaciones necesarias para que la política agraria común recoja las singularidades de nuestra tierra a la hora de definir el reparto de ayudas. Para ello debe recogerse, por ejemplo, un ecorregimen de desertificación, atendiendo a la realidad del sureste español.

VF. Uno de los frentes abiertos al optimismo es la agricultura ecológica, ¿cuáles son las perspectivas a corto y medio plazo?

SR. La superficie certificada de cultivos ecológicos en la región se ha multiplicado por 28 en los últimos veinticinco años, lo que nos ha convertido en la provincia europea con más superficie dedicada a estos cultivos con el 32%. Hoy en la Región hay 117.000 hectáreas dedicadas al cultivo ecológico en las que trabajan más de 5.000 operadores. Para seguir potenciándola, hace unas semanas publicábamos la próxima convocatoria que pueden empezar a solicitar los interesados y que estará dotada con 79 millones para los próximos 4 años. Una partida que se incrementó con 15 millones de euros de fondos propios, gracias al compromiso del presidente López Miras y que nos hace atisbar un futuro de éxito para la agricultura ecológica.

VF. Con campañas en marcha tan importantes como melón, sandía, fruta de hueso y uva, ¿qué esperan de este verano en la Región de Murcia?

SR. Esperamos una campaña positiva y unas exportaciones al alza, ya que las temperaturas cálidas en el centro de Europa favorecen el consumo, tanto de melón y sandía como de fruta de hueso y uva de mesa. Estamos en el inicio de los primeros cortes, de las variedades extratempranas de uva de mesa, la cual ha tenido una cosecha buena, al igual que en melón y sandía donde las recientes lluvias no afectarán a su calidad.

Respecto a la fruta de hueso, estamos en la última fase de recolección, y a excepción de los daños producidos por el pedrisco recientemente, la calidad de la fruta ha sido excepcional y el consumo en los países importadores de centro de Europa lo podemos calificar como positivo.



La Región + Eco de Europa



Región



de Murcia

ABELARDO HERNÁNDEZ / Director técnico de Proexport

“Estamos preparados para avanzar en la dirección que nos pide la sociedad”

Queríamos hablar con Abelardo Hernández sobre sostenibilidad y hemos acabado hablando de investigación, innovación y futuro. Quizás porque son conceptos totalmente interdependientes. El trabajo constante de innovación de los socios de Proexport se traduce en una evolución continua en ese gran objetivo de producir alimentos para la población. Y, mirando hacia adelante, teniendo en cuenta las dificultades que atraviesa el sector mientras aceptan el desafío de seguir mejorando, no se puede obviar que “un futuro perfecto pasa por una estrategia estable de apoyo al sector agrícola”.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN
Valencia Fruits. En Proexport “sostenibilidad” es mucho más que la palabra de moda, ¿qué significa para los socios de Proexport buscar la sostenibilidad en su negocio?

Abelardo Hernández. Tradicionalmente hablamos de las tres patas de la sostenibilidad: ambiental, social y económica, aunque las que suelen centrar los debates son la social y la ambiental, que es donde durante los últimos años el desarrollo normativo ha sido más intenso. No obstante, creo que la sostenibilidad económica no es una pata más, sino una condición necesaria ya que sin ella el resto de acciones ni siquiera se podrían dar. Al fin y al cabo la sostenibilidad económica es la condición de todo negocio por lo que, sin ella, todo lo demás no existiría. En este sentido, para los productores asociados a Proexport es crucial mantener un equilibrio que les permita atender de forma balanceada todas las formas de sostenibilidad.

VF. ¿Cómo se conjuga la tradición aparejada esencialmente al campo con la innovación y la investigación?

AH. La agricultura tiene miles de años y ha ido evolucionando, poco a poco o a pasos agigantados, dependiendo de la época, pero hay cosas que no han cambiado y que nunca cambiarán: trabajamos con seres vivos, las plantas, y dependemos de condiciones que no podemos controlar que son las climáticas. El resto de aspectos relacionados con la agricultura han evolucionado gracias a la innovación y a la investigación, adaptándonos a la sociedad en la que nos desarrollamos y que nos demanda avanzar con ella y, por supuesto, a los avances científicos. Por eso no termino de entender cuando alguien reclama “vuelta a los métodos tradicionales”, me temo que no tenemos ya bueyes para labrar la tierra y afortunadamente hemos podido erradicar el cornezuelo del centeno gracias a la mejora genética y a los fitosanitarios. La agricultura se apoya, y así tiene que seguir, en la mejor ciencia disponible y en las mejores y más avanzadas tecnologías aplicables a la producción.

VF. ¿Por qué la innovación es imprescindible en la gestión de una empresa agroalimentaria de cualquiera de los eslabones de la cadena de valor?

AH. El proceso de convertir una semilla en un alimento es largo y complejo, con múltiples



Abelardo Hernández recuerda que la sostenibilidad económica es la condición de todo negocio. / PROEXPORT

eslabones y fases muy distintas que involucran a personas, maquinaria, fertilizantes, fitosanitarios... Todo un complejo mundo dedicado a hacer llegar comida a los consumidores o a otras cadenas de producción como ganadería, industria o cosmética. Sin innovación no sería posible. La innovación resuelve problemas, permite acelerar procesos, mejora los cultivos, las técnicas de defensa de las plantas, la conservación de los productos y, lo que es más importante, nos permite tener información y control sobre cada una de las fases. Ahora podemos activar un sistema de riego desde el móvil, pero antes debemos tener la información del estado hídrico del suelo y conocer la previsión meteorológica y, por supuesto, saber si tengo reservas suficientes de agua o no en la finca, la calidad del agua, el gasóleo del cabezal de riego, etc.

VF. Proexport cuenta con decenas de socios, ¿en qué áreas están innovando en la actualidad?

AH. Podemos decir que en todas y cada una de ellas: probamos nuevas variedades de lechuga, de brócoli, de melón, o de sandía con más sabor, con más vitaminas, más resistentes a la sequía, con color rojo o con pintas amarillas, con mayor rendimiento para la industria de la IV gama o de las hamburguesas,

“Para los productores asociados a Proexport es crucial mantener un equilibrio que les permita atender de forma balanceada todas las formas de sostenibilidad”

“La innovación resuelve problemas, permite acelerar procesos, mejora los cultivos, las técnicas de defensa de las plantas, la conservación de los productos y, lo que es más importante, nos permite tener información y control sobre cada una de las fases”

“En todas y cada una de las fases interviene la innovación y los socios de Proexport lo tienen claro”

“Tenemos una de las agriculturas que más producen por metro cúbico de agua utilizado del mundo”

“Las nuevas tecnologías en general y la digitalización en concreto son las líneas a las que la agricultura está dedicando mayor esfuerzo en los últimos tiempos”

desarrollamos técnicas de lucha contra las plagas a base de insectos auxiliares o tratamientos fitosanitarios localizados sólo don-

de está el problema, utilizamos drones para conocer el estado de los cultivos y sondas de humedad que envían la información a la

“El proceso de convertir una semilla en un alimento es largo y complejo”

nube para que un algoritmo evalúe las necesidades de agua, combinamos cultivos para mejorar la estructura del suelo, y hacemos siembras de variedades capaces de captar nitrógeno ambiental, usamos acolchados que se biodegradan con los microorganismos del suelo y fertilizantes capaces de potenciar su desarrollo. Eso sin contar con la parte que más está avanzando que es la digitalización para medir, controlar y mejorar cada uno de los procesos. En todas y cada una de las fases interviene la innovación y los socios de Proexport lo tienen claro.

VF. Conseguir y gestionar agua con la máxima eficiencia es una constante con la que trabaja el agro murciano, convirtiéndose en referente mundial, ¿podría comentarnos alguna de las líneas en las que están trabajando sus asociados?

AH. Pasar de riego de superficie a riego localizado supuso un esfuerzo monumental y significó un ahorro de agua superior al 60%, de forma que tenemos una de las agriculturas que más producen por m³ de agua utilizado del mundo. Este avance significó la creación de una impresionante infraestructura de embalses reguladores, tuberías, cabezales de riego, sistemas de instalación y retirada de goteros, etc.

El siguiente paso está siendo el de mejorar aún más la utilización del agua, aumentando la eficiencia y la producción por m³. Así, por ejemplo, en vez de utilizar datos “zonales” para determinar las necesidades de los cultivos instalamos sondas de humedad que permiten conocer el estado hídrico en una parcela concreta y en función de la información recogida iniciar o parar el riego, consiguiendo mantener los cultivos en el punto óptimo de humedad y reduciendo las pérdidas de agua por percolación. También estamos innovando en técnicas para mantener la humedad del suelo como acolchados y polímeros y en técnicas de riego deficitario.

VF. ¿Cuáles son las líneas de innovación y desarrollo en las que cree que van a trabajar en los próximos años las empresas de Proexport?

AH. Las nuevas tecnologías en general y la digitalización en concreto son las líneas a las que la agricultura está dedicando mayor esfuerzo en los últimos tiempos. Obtener información en tiempo real sobre los diferentes procesos de la cadena de producción de alimentos es una herramienta formidable para intervenir en ellos y mejorarlos. Si este proceso ya está avanzado en fases posteriores a la recolección, el siguiente reto es desarrollarlo en la producción agrícola propiamente dicha. Pero aquí resulta más complejo por la enorme extensión que se debe supervisar y porque hay variables que no están bajo nuestro control.

Los aspectos puramente agronómicos son otro campo en el que trabajamos de forma continua, mejorar las técnicas

(Pasa a la página 6)



¿qué es

GOOD MOVE?

La nueva campaña de promoción para el limón y el pomelo

ES UN ESTILO DE VIDA

ES UNA POSTURA

ES SER ACTIVO

ES INCORPORAR

ES NO ESPERAR

ES FACILITAR

ES SACAR PECHO

ES LA ACTITUD

ES ESTAR AL DÍA



PLAN DE ACCIONES

1. EMBAJADORES DEL DEPORTE

Atletas de élite promueven el limón y el pomelo en eventos deportivos.

2. PATROCINADORES DE LAS GRANDES CITAS

Juegos Olímpicos de 2024 en París, el Open de Tenis de Australia, carreras populares y otros.

3. PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES

Tik Tok, YouTube, Twitch, Facebook, Instagram y Spotify.

4. INFORMACIÓN Y CONSEJOS

Website con información de la campaña y perfiles always-on en Facebook e Instagram.



GABINETE DE PRENSA Y RELACIONES PÚBLICAS

5 RETOS

NUTRICION + DEPORTE

ESTILO DE VIDA SALUDABLE

FRUTAS Y VERDURAS: ¡FÁCILES Y DELICIOSAS!

LIMÓN Y POMELO: ESTRELLAS NUTRITIVAS

EUROPA = CALIDAD + SOSTENIBILIDAD

¿QUÉ?

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN + DIVULGACIÓN + INFORMACIÓN SOBRE HÁBITOS SALUDABLES

¿CÓMO?

MENSAJES FRESCOS Y TRANSPARENTES HÁBITOS ALIMENTICIOS, ESTILO DE VIDA

¿CUÁNDO?

2024

2025

2026

¿A QUIÉN?

EUROPEOS 18 - 34 AÑOS BUSCAN ALIMENTOS SALUDABLES Y DE CALIDAD FÁCILES DE PREPARAR

¿DÓNDE?

FRANCIA + POLONIA + ESPAÑA



Cofinanciado por la Unión Europea

ENJOY IT'S FROM EUROPE

“Estamos preparados...”

(Viene de la página 4)

de lucha contra las plagas, desarrollar técnicas de control de plagas con insectos auxiliares que reduzcan la dependencia de los fitosanitarios, por otro lado cada vez más escasos y de uso más restringido, o mejorar la fertilización de los cultivos aumentando la eficiencia de los fertilizantes y potenciando los efectos beneficiosos de los microorganismos, son algunas de las líneas que despiertan más interés entre los miembros de Proexport.

VF. Al margen de financiación y recursos propios, ¿qué necesitan las empresas para poder garantizar la continuidad de la investigación?

AH. Proexport y sus miembros somos sector productor, no investigador, por lo que investigación, como tal, no la realizamos. Nuestro campo es el de la innovación, “inventos” que ya existen los adaptamos a nuestras necesidades, dándoles nuevos usos y aplicaciones en la resolución de problemas concretos o para mejorar procesos o aumentar eficacias. Como Proexport coordinamos proyectos concretos de innovación, aparte de que cada productor tiene sus propias líneas de innovación y colaboramos y realizamos proyectos conjuntos con los centros de investigación. La colaboración entre el sector productor y el sector científico ha demostrado ser muy fructífera y beneficiosa para todos, incluida la sociedad en general. Como ejemplos citaré el proyecto sobre biodegradación de acolchados con microorganismos que desarrollamos en colaboración con el CEBAS-CSIC, el CETEC y el Imida, o el de inhibidores de la nitrificación que hicimos con la Universidad Politécnica de Cartagena. Aparte de los



El director técnico de Proexport recuerda que la agricultura no es un sector independiente de la sociedad sino que “avanzamos con ella”. / PROEXPORT

“Obtener información en tiempo real sobre los diferentes procesos de la cadena de producción de alimentos es una herramienta formidable para intervenir en ellos y mejorarlos”

“La colaboración entre el sector productor y el sector científico ha demostrado ser muy fructífera y beneficiosa para todos”

“Si los costes de producción suben, los precios no tienen más remedio que subir, de lo contrario no cumpliríamos con la sostenibilidad económica”

resultados obtenidos, la colaboración y la creación de grupos de trabajo multidisciplinares va más allá de la duración del proyecto, sentando las bases de la “innovación continua”.

VF. ¿Cómo sería el futuro perfecto para las empresas de Proexport y, por extensión, para el sector productor y exportador murciano?

AH. La agricultura no es un sector independiente de la sociedad, avanzamos con ella, con sus desarrollos tecnológicos, con la información científica que produce y por supuesto con sus demandas y necesidades de producción de alimentos. Estamos preparados para avanzar y desarrollarnos

en la dirección que nos pide. Por eso no entiendo que en los últimos tiempos hemos visto cierta reacción hacia un sector que hace su trabajo y al que se le ponen requisitos de cuyas consecuencias también se culpa. Si los costes de producción suben, los precios no tienen más remedio que subir de lo contrario no cumpliríamos con la sostenibilidad económica, así que un futuro perfecto pasa por una estrategia estable de apoyo al sector agrícola y la creación de un marco normativo que nos permita trabajar, producir los alimentos que consumimos y contribuir al progreso de la sociedad en la que nos encontramos.

El Imida desarrolla hidroacolchados más sostenibles, eficientes y que aumentan la productividad

Los hidroacolchados reportan beneficios como la disminución de costes, la reducción de insumos y la mejora del suelo y la rentabilidad

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (Imida), dependiente de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, ha desarrollado nuevos hidroacolchados, derivados de residuos vegetales reciclados, que son más sostenibles, eficientes y aumentan la productividad y rentabilidad de los cultivos.

El director del instituto, Andrés Martínez Bastida, aseguró, durante una jornada celebrada recientemente en las instalaciones del centro, dentro del proyecto del Plan Complementario de Agroalimentación (Agroalnext), que “se trata de un sustitutivo del plástico y que utiliza diversos restos vegetales para su fabricación, por lo que cuando se degrada se convierte en nutrientes naturales para los cultivos”. Martínez Bastida



Imagen de los ensayos realizados por el Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental. / IMIDA

destacó que el proyecto, liderado por Josefa López-Marín, del Equipo de Horticultura, “ha constatado que hay una reducción en el consumo de insumos,

entre los que destaca el aporte de nutrientes a la planta por fertirrigación, la disminución del consumo de agua o la aplicación de herbicidas, por lo que es

más sostenible y respetuoso con el medioambiente”.

“Además, ha demostrado que aumenta la producción, la precocidad de los cultivos y, por tanto, el incremento de la rentabilidad”, indicó el director del Imida.

El hidroacolchado está basado en formulaciones derivadas de residuos reciclados. Los restos vegetales en estudio son de cultivo de pimiento, alcachofa, melón, tomate, restos de poda de melocotón, limonero, naranjo, almendro y vid.

■ CALIDAD DEL SUELO

El descenso en el consumo de agua y el aumento de la precocidad está basado en el efecto barrera que ofrece el hidroacolchado orgánico. A lo largo del ciclo de cultivo se va degradando y ello genera un aporte de nutrientes al suelo y, por

consiguiente, estos van a estar disponibles para la planta, que lo puede absorber a través de la raíz. Además una vez finalizado el cultivo, este material al ser orgánico se puede enterrar y mejorar la calidad del suelo, tanto mineral como de la microbiota.

La optimización de esta técnica a los diferentes cultivos de la Región de Murcia, como pueden ser el melón, la lechuga, el brócoli, el pimiento, e incluso frutales y cítricos, presenta numerosos beneficios para el agricultor, como la disminución de costes, ya que el productor se podrá fabricar su propio acolchado, además de la reducción de los insumos (agua, fertilizantes, herbicidas).

Desde el instituto Imida se están realizando estudios de alternativas a los acolchados plásticos de polietileno, como es el hidroacolchado, mediante el desarrollo de dos proyectos de investigación, ‘Nuevos hidroacolchados como alternativa al uso de plásticos en cultivos hortícolas para control de malas hierbas y mejora del uso eficiente de agua’, financiado por el ministerio de Ciencia e Innovación; y el proyecto Agroalnext ‘Circularidad de nutrientes, reducción de insumos y residuos’, financiado por la Unión Europea-NextGenerationEU y la comunidad autónoma de Murcia, a través de la Fundación Séneca.

¡Hacia una agricultura sostenible e innovadora!

Los productores asociados a PROEXPORT son garantía de confianza, progreso y futuro del sector.



PRODUCTORES ASOCIADOS



OPINIÓN

Horizonte 2027, la incertidumbre hídrica o la oportunidad



Por JOSÉ ÁNGEL PÉREZ ABELLÁN (*)

Tan sólo dos años y medio nos separan de la llegada del año 2027, un tiempo muy corto en el que la administración hidráulica puede emprender dos vías para resolver los grandes retos que se deben afrontar para garantizar las necesidades hídricas de la agricultura del Levante: el de la planificación hidrológica, en su significado más amplio, o el de dejar que pase el tiempo y que los problemas se engrosen, manteniendo una determinación perversa para la permanencia del regadío, como es la que aparece en las disposiciones normativas del Plan Hidrológico de la Demarcación del Segura, donde ya se prevé la reducción progresiva de usos, para equiparar demandas y disponibilidad de recursos.

Desde el Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura (SCRATS), nos mostramos colaboradores para contribuir a la búsqueda de acciones que permitan aportar seguridad a estos importantes desafíos, pero el camino hay que recorrerlo con rapidez y sensata determinación, si queremos llegar a tiempo. Sabemos, que no podemos excluir ninguna fuente de suministro, porque por no hacerlo desde hace muchos años y por disponer de una vasta infraestructura hidráulica en la cuenca del Segura, hoy, con una cuenca que languidece desde hace meses, manteniendo un volumen almacenado en sus embalses que no supera el 25%, no hemos llegado al colapso del sistema. Y eso es hacer de la necesidad virtud, y debe ser el espejo en el que se debieran mirar otras zonas del país, para desarrollar la verdadera planificación hidrológica. Aquí hemos alcanzado un nivel de optimización del agua muy elevado y estamos dispuestos a seguir avanzando en ese sentido, pero es imposible hacerlo más rápido; por ello, se mira a estas tierras como ejemplo internacional, de lo que otrora fuera Israel.

El primer objetivo debiera ser alejar el funcionamiento del Trasvase Tajo-Segura de las derivas geopolíticas vinculadas al entramado territorial de nuestro país. No existe rotundidad técnica, ni intención alguna de buscar la concertación que requiere la planificación hídrica, en las reducciones que no dejan de llegar sobre la regulación de los recursos trasvasados con destino a regadío en la cuenca del Segura, con base en estudios que siempre se inclinan hacia un lado de la horquilla de datos y las consiguientes modificaciones normativas que buscan encubrir restricciones adicionales. El propio plan de esta demarcación, porque no es su competencia entrar en otros entresijos, sigue estableciendo que para el año 2027, del Trasvase Tajo-Segura y de acuerdo a las



El embalse del Talave recibe el agua procedente del Trasvase Tajo-Segura. / SCRATS

actuales reglas de explotación, el volumen medio de aportaciones será igual al recibido en el periodo 1980-2018, es decir, 197 hm³ para atender las superficies regables del ATS.

Por otra parte, advierte, que ese volumen mermará en 78 hm³ de materializarse las previsiones de aumento de caudales mínimos en el eje del río Tajo, y remarca que ese escenario supondría un coste desproporcionado para demarcación, desde todos los puntos de vista. Además, esta merma tiene serias posibilidades de aumentar, en el caso de incrementar las transferencias desde el acueducto Tajo-Segura destinadas a abastecimiento a través de la eufemísticamente hablando, “tubería de la llanura manchega” (según el Plan Hidrológico del Guadiana, a partir del año 2027, podrían suministrarse 15,5 hm³/año a 56 municipios), y de tener que garantizar los aumentos de demanda anual en los sistemas de Cabecera y Tajo Izquierda (aproximadamente, 10 hm³, a la vista del Plan del Tajo). Como se puede desprender de estos datos, si las previsiones iniciales de volúmenes objeto de trasvase para regadío se referían a 400 hm³, en el mejor de los casos en el año 2027 esos volúmenes no alcanzarían ni 100 hm³. Y ahora, nos debemos preguntar ¿con qué objetivo se supedita el estado del río Tajo, hasta el embalse de Valdecañas (Cáceres), al sistema que conforman los embalses de Entrepeñas y Buendía, en la cabecera de esa cuenca? ¿No existen aportaciones significativas aguas abajo de esos embalses, que puedan garantizar los caudales mínimos de ese río? ¿alguien oye hablar de los 8 trasvases que hoy tienen su origen en el río Ebro?

Por otra parte, y para más inri, el Plan del Segura pone negro sobre blanco en una cuestión que también, de materializarse, traería honda repercusión en diversas zonas regables

“Sabemos, que no podemos excluir ninguna fuente de suministro, porque por no hacerlo desde hace muchos años y por disponer de una vasta infraestructura hidráulica en la cuenca del Segura, hoy, con una cuenca que languidece desde hace meses, manteniendo un volumen almacenado en sus embalses que no supera el 25%, no hemos llegado al colapso del sistema. Y eso es hacer de la necesidad virtud”

“El primer objetivo debiera ser alejar el funcionamiento del Trasvase Tajo-Segura de las derivas geopolíticas vinculadas al entramado territorial de nuestro país”

“Se debe realizar un planteamiento coordinado y urgente, entre administración y usuarios, para no abocar muchas zonas, como por ejemplo las comarcas murcianas del Noroeste, Vega Alta y Altiplano, a un callejón sin salida”

“Seguimos creyendo en que avanzar en dotar de seguridad al regadío de las provincias de Alicante, Almería y Murcia es aún posible”

del trasvase Tajo-Segura y sobre el conjunto de la demarcación. Se trata de la reducción de explotación prevista para las aguas subterráneas procedentes de masas en riego de no alcanzar el buen estado cuantitativo. Hablamos de 213 hm³ que por mandato legal dejarían de ser objeto de aprovechamiento en el año 2027 —casi nada—, si no se plantea alguna excepción que permita disponer de tiempo para adoptar las posibles soluciones a este respecto.

Ese volumen está llamado a ser sustituido por aguas procedentes de la desalinización, allá donde eso sea físicamente

posible. Pero es cierto, que estos datos en muchos casos, se apoyan en una red de seguimiento piezométrica que resulta claramente escasa, y que se están constatando sensibles mejoras en algunas masas de aguas subterráneas, por la utilización de otros recursos alternativos, por lo que se debe realizar un planteamiento coordinado y urgente, entre administración y usuarios, para no abocar muchas zonas, como las comarcas murcianas del Noroeste, Vega Alta y Altiplano, a un callejón sin salida.

Tampoco podemos reducir que la solución a todo venga de

la mano de los recursos aportados por la manida desalación (poco más podemos estrujar de los recursos de aguas regeneradas por estos lares). Una fuente de recursos hídricos tan necesaria como complementaria con el resto de orígenes de agua, con un porcentaje de utilización efectiva ya muy alto (que ha llegado al 86% en años hidrológicos anteriores) y que nos mostramos conformes con seguir desarrollando a medio plazo, porque es evidente que aporta seguridad en la garantía de suministro, pero que mantiene los siguientes inconvenientes: las altas necesidades energéticas, los desequilibrios minerales que hacen tener que aumentar los costes de fertirrigación (si no es posible la mezcla con aguas continentales, supone empeoramiento de los suelos) y los contenidos en boro (cuya toxicidad sigue planteando problemas en algunos cultivos y en cuyos estudios estamos inmersos a través de la UPCT).

Si hacemos un resumen, nos encontramos ante un escenario donde los volúmenes disponibles tienen la seria posibilidad de reducirse en 316,5 hm³/año, toda una involución. Y ante esa afrenta, el incremento de recursos procedentes de la desalación con destino al regadío podría ser de 38 hm³/año (20 hm³ de la desaladora de Torre vieja, 5 hm³ de Águilas y 13 hm³ de Valdelentisco), lo que supondría compensar en un insignificante 12% esas nuevas reducciones que se plantean en el año 2027; todo un despropósito, traducido en dos zancadas hacia atrás y un pasito hacia delante. De poco servirá proporcionar mayor conectividad entre estas instalaciones desaladoras y los canales del postravase si se plantea una reducción de caudales de tal magnitud.

Pese a todo, seguimos creyendo en que avanzar en dotar de seguridad al regadío de las provincias de Alicante, Almería y Murcia es aún posible. Hagámoslo, desde la sostenibilidad, con todas sus acepciones (ambiental, social y económica), con la condición de contorno impuesta en un transparente y riguroso análisis técnico, que permita conjugar los planes hidrológicos de cuenca, que hoy se conciben como islas, bajo una visión global de estado.

No nos conformamos con dar mayor campo de acción a las plantas rodadoras, en unas tierras que, por circunstancias sobradamente conocidas, son intensamente fecundas, de lo que no tenemos culpa los que aquí habitamos, ni los que tienen el legítimo derecho de generar perspectivas de fortalecimiento de la actividad agraria. En definitiva, transformemos entre todos este panorama de incertidumbres hídricas en forjar futuras oportunidades.

(*) *Secretario General del Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura*

López Miras: “En España no se habla de agua y es lo más importante”

El presidente de Murcia reclamó en el Foro Económico y Social del Mediterráneo un Pacto Nacional del Agua “sin ideologías, basado en el diálogo, el rigor y la ciencia”

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

“El agua es lo más importante. Sin agua no hay nada y en España, no se habla del agua”. Con esta contundente afirmación, Fernando López Miras, presidente de la Región de Murcia, reclamó un Pacto Nacional del Agua durante su intervención en el I Foro Económico y Social del Mediterráneo, organizado por Prensa Ibérica en colaboración con la Fundación La Caixa, donde se desgranaron los pormenores económicos, sociales y culturales de las regiones del arco Mediterráneo. López Miras subrayó la urgencia de que el tema del agua se asuma con un enfoque apolítico, basado en el diálogo, el rigor y la ciencia.

“La gestión del agua en España necesita una visión global y decisiones que tengan en cuenta el bien común para no dejar a nadie atrás”, subrayó López Miras tras la mesa redonda en la que se analizaron las demandas hídricas de autonomías como la Comunidad Valenciana, Andalucía y la Región de Murcia.

En este sentido, el presidente hizo hincapié en que “los recursos naturales son de todos los españoles, y quien tiene que administrar eso es el Gobierno y todos debemos pagar lo mismo tal como dice la Constitución. Esta se basa en el principio de solidaridad e igualdad. Lo mismo pasa con la energía, la sanidad o la educación”.

Sobre la falta de una política nacional en esta materia, añadió que “es evidente que algo se está haciendo mal cuando vemos que en unas provincias hay que poner restricciones al consumo mientras en otras se tiene que soltar agua de los pantanos cuando exceden su capacidad. Esto no es cuestión de ideologías, sino de sentido común”.

López Miras también agradeció el papel de Prensa Ibérica por traer al primer plano de la actualidad nacional el debate sobre los recursos hídricos en



López Miras agradeció a Prensa Ibérica traer al primer plano de la actualidad el debate de la gestión del agua. / CARM

estos tiempos de cambio climático, de problemas de escasez y de tan bajos índices de reservas en las cuencas hídricas de España. “Estáis supliendo la ausencia de los debates importantes de España. Llevamos mucho tiempo hablado de leyes de Amnistía o de Cataluña y no se habla del verdadero debate”, lamentó López Miras.

■ MURCIA COMO EJEMPLO

Para el presidente, “hay agua suficiente y es posible dar respuesta a todas las necesidades de nuestro país y de cada uno de sus sectores”. Además, López Miras alertó del riesgo que amenaza al Mediterráneo español, porque “somos el lugar más cercano a un desierto que avanza y que, merced al cambio climático, se va a imponer si no somos capaces de hacerle frente”.

Así, el máximo responsable del Ejecutivo murciano resaltó que su región solo usa el 3% del agua y produce el 25% de las frutas y hortalizas del país, además de depurar “el 99% del agua, frente al 9% de media en España, y el 5% en Europa”. “Somos una región competitiva”, puntualizó.

“Los recursos naturales son de todos los españoles, y quien tiene que administrar eso es el Gobierno y todos debemos pagar lo mismo tal como dice la Constitución. Esta se basa en el principio de solidaridad e igualdad”

“La gestión del agua en España necesita una visión global y decisiones que tengan en cuenta el bien común para no dejar a nadie atrás”

“Con este foro estáis supliendo la ausencia de los debates importantes de España. Llevamos mucho tiempo hablado de leyes de Amnistía o de Cataluña y no se habla del verdadero debate”

“Hay agua suficiente y es posible dar respuesta a todas las necesidades y sectores de nuestro país”

■ CONSEJO DEL AGUA

Durante la segunda jornada del Foro del Mediterráneo tuvo lugar el Consejo del agua, donde Gonzalo Delacámara, del

‘Center for Water & Climate Adaptation’ de IE University; Paco Cabezas, profesor de la Universidad de Murcia y José Claramonte, director general

de FACSA, debatieron sobre la gestión del agua en el actual contexto marcado por el cambio climático y la escasez de recursos hídricos. Para estos expertos, la solución pasa por apostar por fórmulas convencionales, como los trasvases o las aguas superficiales y subterráneas, pero también por otras menos habituales, como la reutilización y la desalación del recurso hídrico.

“El modelo de inversión fue desarrollado entre los siglos XIX y XX y se basa en llevar el agua de donde se tiene a donde se necesita, pero ese modelo no sirve para atender los desafíos actuales. La seguridad hídrica a largo plazo está vinculada al cambio climático. Hay que apostar por el ‘mix’ en su conjunto”, planteó Delacámara.

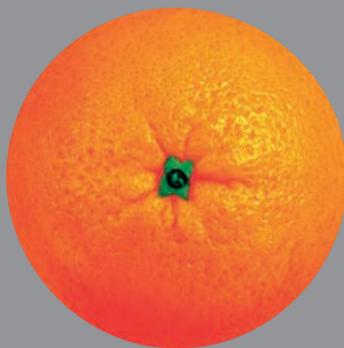
En la misma línea que Paco Cabezas, quien consideró que la combinación a elegir dependerá de la necesidad. “Hay cuatro fuentes, la ponderación que se les da es distinta y depende de la necesidad imperiosa que se tenga del uso del agua y del precio. El acierto será elegir la combinación para movilizar los recursos de los que se dispone racionalmente”, explicó.

Por su parte, el director general de FACSA apostó por la regeneración y reutilización de aguas residuales como el principal planteamiento para aquellas zonas con más demanda. No obstante, por si sola la regeneración de aguas no será suficiente, sino que requerirá del apoyo de otras fórmulas, como la reutilización y desalación, según plantearon los expertos.

■ I FORO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL MEDITERRÁNEO

La ciudad de Valencia congregó durante dos días a expertos, empresas y políticos en el I Foro Económico y Social del Mediterráneo, una gran apuesta de Prensa Ibérica en colaboración con la Fundación La Caixa. Algunas sesiones destacadas fueron las de Javier Moll, presidente de Prensa Ibérica y Sergi Loughney, director de Relaciones Institucionales de la Fundación La Caixa. Asimismo, en el evento intervinieron también personalidades tan destacadas como la ministra de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, Elma Saiz, y expertos como Robert Kaplan o Mariana Mazzucato, hasta presidentes autonómicos como Carlos Mazón, por la Comunitat Valenciana; alcaldes, como el de Málaga, Francisco de la Torre; y líderes empresariales como Ángel Simón de Critería o Francisco Reynés de Naturgy, entre otros.

HISPA 
group



30
Años
CONTIGO

EXPERIENCE • WORLDWIDE COMMITMENT • QUALITY

WWW.HISPAGROUP.COM

PASCUAL HORTELANO / Representante de fruta de hueso en Fecoam

“Murcia tiene fruta de hueso durante toda la campaña”

Desde la Vega de Cieza, Pascual Hortelano despliega su amplio conocimiento del sector frutícola y cooperativo murciano basado en la experiencia de décadas. En esta entrevista desgrana las peculiaridades de una campaña de fruta de hueso que por las características del territorio murciano abarca desde abril hasta septiembre con una oferta amplia y de calidad. También va más allá y apunta a los retos del sector en un momento complejo en el que planea la falta de relevo generacional y la necesidad de un mayor apoyo institucional.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN
Valencia Fruits. ¿Cómo está yendo esta campaña de fruta de hueso en la Región de Murcia?

Pascual Hortelano. Esta pregunta tiene muchas respuestas. Ha habido un adelanto histórico de hasta quince días en algunas variedades. Esta campaña ha sido un poquito mejor que las anteriores, en general. Estamos en el 80-90% de la campaña, aunque todavía no se ha terminado. La demanda de los mercados llegó pronto y nos dio un plus en la primera parte de la temporada, que comenzó en abril. Afortunadamente, no tuvimos daños climatológicos significativos en el inicio, lo cual ayudó a un buen desarrollo.

De hecho, hasta el 20 de mayo, los precios han sido bastante buenos. Siempre hay quien piensa que podrían ser mejores, pero comparado con otros años, los mercados se han comportado bien. Sin embargo, a partir de junio, cuando empieza la campaña más fuerte con las variedades de media temporada, tuvimos dos tormentas graves los días 7 y 10 de junio que causaron daños significativos.

Esto afectó la calidad de la fruta y, aunque se sigue recolectando, no se hace con el mismo entusiasmo.

VF. ¿Cuál es la situación actual con la fruta dañada por las tormentas?

PH. La fruta ha sufrido daños por granizo. Algunos socios tienen el 100% de su producción afectada. Otros, no tanto, pero la calidad ha bajado. En el caso de la pavia, por ejemplo, aunque ha habido granizada, el mercado nacional es más permisivo y acepta algunos daños menores, como pequeñas marcas de granizo. Sin embargo, los calibres pequeños se están pagando muy mal en los mercados, lo cual afecta la rentabilidad de los agricultores en esta segunda parte de la temporada.

VF. ¿Cuáles van a ser entonces los resultados de los agricultores?

PH. Va a haber una gran diferencia entre el agricultor que tenga fruta temprana y extratemprana, hasta mayo, con buena calidad, aunque con pequeño calibre, y muchos kilos, y el que tenga de media temporada y tardía, con los problemas por la climatología y la concurrencia de con otras

zonas productoras obtendrá cotizaciones más bajas. Ya no hay el mismo ambiente, los mercados están más tensos. La campaña ha cambiado.

VF. ¿Cómo está recibiendo el consumidor estos cambios en la calidad de la producción?

PH. El consumidor final generalmente no percibe estos problemas porque la gran distribución se encarga de asegurar que el producto en los supermercados cumpla con los protocolos de calidad.

VF. Y entran en juego otras zonas productoras...

PH. En este momento hay más oferta y concurre con producciones de otras zonas como Lérida, Aragón o Extremadura. Murcia sigue teniendo una ventaja con la fruta extratemprana, lo cual nos sitúa bien en el mercado en las primeras semanas de la campaña de hueso.

Pero la Región tiene fruta de hueso durante toda la campaña, desde primeros de abril hasta agosto, porque tiene zonas

“Murcia sigue teniendo una ventaja con la fruta extratemprana, lo cual nos sitúa bien en el mercado en las primeras semanas de la campaña de hueso al estar prácticamente solos”

“Las cooperativas tienen un papel crucial. Tenemos que sentirnos orgullosos porque aglutinan entre el cincuenta y el sesenta por ciento de la producción total de fruta en la Región de Murcia”

“A menos que haya cambios significativos en las políticas de apoyo a los agricultores, la estructura agrícola actual podría desaparecer en 10 o 15 años, dando paso a otra forma de agricultura”



Desde Fecoam, el representante de fruta de hueso señala que es crucial mejorar los seguros agrarios para que “los agricultores puedan proteger mejor sus cosechas frente a desastres naturales”. / ARCHIVO



Pascual Hortelano apunta que necesitan más apoyo y políticas que defiendan lo nacional para que “no desaparezca este modelo de agricultura”. / FECOAM

con diferentes climas y la concurrencia y las circunstancias de cada año condicionan los resultados dentro de la propia Región a lo largo de la campaña de fruta de hueso. El agricultor ya sabe que con la extra-temprana tiene más facilidad en el mercado, pero son variedades que dan menos kilos. Mientras, las zonas de segunda parte de campaña encuentran mayor competencia, pero también, en un año normal, producen más kilos.

El agricultor profesional conoce bien las características de cada terreno y cada variedad y sabe cómo adaptarse y reinventarse año tras año.

VF. Hablando de agricultores, ¿cuál es la importancia de las cooperativas en la producción de fruta de hueso en Murcia?

PH. Las cooperativas tienen un papel crucial. Tenemos que sentirnos orgullosos porque aglutinan entre el 50 y el 60% de la producción total de fruta en la Región.

VF. ¿Ve un futuro en el cooperativismo?

PH. Sí, pero con desafíos. El modelo cooperativo, aunque no perfecto, es el menos malo. Para ser competitivo en los mejores mercados hay que ser uno de los grandes y la mayoría de los agricultores somos media-

nos y pequeños si no nos organizamos. Este modelo también ofrece sostenibilidad y permite a las familias vivir de esto. Además, las cooperativas no especulan. Sin embargo, los gastos de producción están estrangulando a los pequeños agricultores. La renta es cada vez menor y los costes, más altos, lo que complica mucho la situación. La solución pasa por tener más producción y eso se convierte en la pescadilla que se muerde la cola. Es el gran debate que tenemos abierto ahora.

VF. ¿Y qué hay del futuro de la agricultura en Murcia? ¿Qué se puede hacer para mejorar?

PH. El futuro es incierto. Necesitamos más apoyo y políticas que defiendan lo nacional para que no desaparezca este modelo de agricultura. La gente joven no está tan interesada en continuar con la agricultura, lo cual es preocupante para el futuro del sector.

A menos que haya cambios significativos en las políticas de apoyo a los agricultores, la estructura agrícola actual podría desaparecer en 10 o 15 años, dando paso a otra forma de agricultura en manos de grandes inversores con cambios en la estructura de producción. Al final lo que permanece en el territorio es la propia tierra.

También es importante que los agricultores cuenten con un buen asesoramiento técnico para adaptarse a las nuevas condiciones y variedades más productivas. Lo que no se produzca aquí, vendrá de fuera porque lo que no van a faltar serán productos en el supermercado. En definitiva, si hay falta de rentabilidad, dificultades y poco interés de continuar por parte de la gente joven es difícil pensar en un futuro a 10-15 años.

VF. ¿Cuál es el papel de las administraciones en este contexto?

PH. Las administraciones deben enfocarse en apoyar al pequeño y mediano agricultor, ofreciendo ayudas para afrontar los altos costos de producción. También es crucial mejorar los seguros agrarios para que los agricultores puedan proteger mejor sus cosechas frente a desastres naturales. Sin un apoyo adecuado y sin relevo generacional, el sector agrícola puede enfrentarse a una crisis aún mayor.



INFORMACIÓN PROFESIONAL

La comercialización de ciruelas durante los meses de noviembre y diciembre plantea un desafío importante debido a la necesidad de mantener la calidad y la seguridad alimentaria de la fruta postcosecha. DECCO Ibérica, una empresa comprometida con la innovación y la calidad en el sector hortofrutícola ofrece una serie de soluciones tecnológicas para abordar estos desafíos. A través de productos como Naturcover+, DECCO Said, y la combinación de DECCO Pyr Pot y FruitSmart, se busca extender la vida útil de las ciruelas y preservar sus características organolépticas durante los meses de almacenamiento y distribución.

FACTORES QUE AFECTAN A LA VIDA ÚTIL DE LA CIRUELA

Varios factores pueden afectar la vida útil de las ciruelas, siendo los hongos *Geotrichum candidum* y *Rhizopus stolonifer* dos de los más temidos. *Geotrichum candidum*, conocido como podredumbre amarga, es un patógeno de campo que prospera en condiciones de alta humedad y temperaturas elevadas. Su incidencia aumenta en años con aguaceros al final de la primavera. Por otro lado, *Rhizopus stolonifer* es un hongo oportunista que ha visto aumentar su incidencia debido a la mejora en el control de *Monilinia* spp. Este hongo se encuentra en diversas partes de la planta y prefiere ambientes con alta humedad relativa y temperaturas sostenidas.

El control efectivo de estos hongos en el proceso postcosecha es fundamental para asegurar que las ciruelas se mantengan en buen estado durante los meses de almacenamiento y distribución. La combinación de productos como DECCO Said para la desinfección, Naturcover+ para la protección y conservación, y DECCO Pyr Pot y FruitSmart para el control de hongos y retraso de la senescencia, proporciona una solución integral para la comercialización de ciruelas en noviembre y diciembre.

RECUBRIMIENTOS: NATURCOVER+

Naturcover+ es un recubrimiento comestible de origen natural diseñado para formar una película semipermeable sobre las frutas de hueso, permitiendo la respiración natural de la fruta y alargando su vida útil. Este producto ha demostrado ser eficaz en la reducción de la pérdida de peso y el arrugamiento de las ciruelas, conservando su pruina intrínseca y aspecto natural. En ensayos realizados, Naturcover+ redujo la pérdida de peso en un 38% y el arrugamiento en un 46% en la variedad



¿Es posible comercializar ciruelas en noviembre y diciembre?

Flavor Coat, destacando su potencial para mantener la calidad de las ciruelas durante periodos prolongados de almacenamiento.

El recubrimiento de Naturcover+ no solo prolonga la vida útil de las ciruelas, sino que también mantiene sus características organolépticas, cruciales para satisfacer las expectativas del consumidor final. La capacidad de este recubrimiento para permitir la respiración natural de la fruta mientras se retrasa la senescencia es fundamental para la comercialización de ciruelas en meses tardíos como noviembre y diciembre.

DESINFECCIÓN: DECCO SAID

El control de patógenos en el proceso postcosecha es crucial para mantener la calidad de las frutas de hueso. DECCO Said, un producto a base de ácido peracético, es un potente agente antimicrobiano que se descompone rápidamente en sustancias no tóxicas, sin dejar residuos. Este producto es altamente eficaz en la neutralización de microorganismos en el agua de tratamiento, previniendo la formación de biopelículas y limitando el desarrollo de patógenos.

DECCO Said es particularmente útil en la sanitización del agua utilizada en las balsas de volcado, un punto

crítico en el proceso postcosecha. Al mantener el agua de tratamiento desinfectada, DECCO Said reduce el riesgo de contaminación cruzada y asegura que las ciruelas lleguen al consumidor en perfectas condiciones de seguridad alimentaria.

CONSERVACIÓN: DECCO PYR POT Y FRUITSMART

La conservación de las ciruelas es un aspecto esencial para garantizar que los consumidores disfruten de una fruta con todo su sabor y en perfectas condiciones. DECCO Pyr Pot y FruitSmart son dos productos que, combinados, ofrecen una solución eficaz para mitigar la incidencia de podredumbre y retrasar la senescencia de la fruta.

DECCO Pyr Pot es una herramienta versátil que proporciona alta eficacia contra una amplia gama de hongos, incluyendo *Monilia*, *Botrytis*, *Penicillium* y *Alternaria*, entre otros. Este producto puede ser utilizado como tratamiento único o complementario, y es especialmente útil en largas conservaciones.

FruitSmart, por su parte, es una solución basada en 1-metilciclopropeno, una molécula que inhibe el efecto del etileno en los frutos. Este producto retrasa la maduración y el desarrollo de la senescencia, conserva la firmeza de las ciruelas, y reduce los daños por frío, como el pardeamiento interno y la translucidez de la pulpa. Además, FruitSmart ayuda a mantener el color de la piel y reduce la harenosidad en melocotones, lo cual es beneficioso para abarcar mercados de exportación.

CONCLUSIÓN

La posibilidad de comercializar ciruelas en noviembre y diciembre depende en gran medida de la implementación de prácticas postcosecha efectivas. DECCO Ibérica, con su combinación de tecnología, conocimiento y productos innovadores, ofrece soluciones que protegen la calidad de las ciruelas y garantizan que lleguen al consumidor en su mejor estado. A través del uso de Naturcover+, DECCO Said, DECCO Pyr Pot y FruitSmart, es posible extender la vida útil de las ciruelas y asegurar su calidad y seguridad alimentaria, haciendo viable su comercialización durante los meses de otoño e invierno.

Información elaborada por



VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La cooperativa agroalimentaria Alimer, asociada a la Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia (Fecoam), celebró a mediados de junio su XVIII Asamblea General y la IX edición de los Premios Fundación Alimer.

Durante el encuentro se dio a conocer a todos los integrantes de la entidad los resultados del último ejercicio, así como los proyectos futuros. Además, se aprobó por unanimidad la adhesión a Alimer de Yefrut, lo que supone la entrada de 112 nuevos socios a la cooperativa. Una jornada que sin duda sirvió para consolidar aún más la estructura de la empresa. Para la celebración de la novena edición de los Premios Fundación Alimer se contó con la presencia de Sara Rubira, consejera de Agricultura, Ganadería, Agua y Pesca de la Región de Murcia; Mari Ángeles Túnez García, alcaldesa de Puerto Lumbreras; Tomás Rubio Carrillo, alcalde de Cieza; Ángel Ramón Meca Ruzafa, teniente alcalde y concejal de Agricultura y Ganadería de Lorca; y Miriam García Navarro, senadora y concejala de Agricultura y Ganadería del Ayuntamiento de Hellín, entre otros representantes políticos, de organización y entidades que acudieron al acto.

La primera galardonada fue Marisa Sasiain, por sus 25 años en el equipo de trabajadores de Alimer, y el resto de premiados en esta edición fueron Gregorio Muñoz Sánchez en la sección Calidad Leche de Cabra; Antonio Corbalán Marín en la sección Flor Cortada y Planta Ornamental; las empresas Hortimeca y



Imagen de los representantes de Alimer junto con las autoridades invitadas a la decimoctava asamblea general. / ALIMER

Alimer se consolida con la adhesión de Yefrut

La cooperativa celebra su XVIII Asamblea General Ordinaria y la IX edición de los Premios Fundación Alimer

Los Plácidos en la sección Suministros; José Francisco Piñera Marín y Ángel Piñera Marín en la sección Fruta de Hueso; Francisco Gómez Segura y Encarna García Escudero en la sección Hortalizas; Juan Ángel López Risueño en la sección Piensos; y Juan Artero Sánchez en la sección Ganadería.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO

La asamblea sirvió para conocer algunos de los proyectos de futu-



La incorporación a Alimer de Yefrut se aprobó por unanimidad. / ALIMER

ro que tiene previsto desarrollar la cooperativa, una entidad comprometida con la innovación y el desarrollo sostenible en la agricultura. En esta línea, a través de la Fundación Alimer, se ha iniciado un proyecto de agricultura de precisión utilizando drones en colaboración con el servicio de formación y transferencia tecnológica de la Consejería de Agricultura de la Región de Murcia.

El proyecto, que se desarrolla en la finca de demostración agraria del Centro Integrado de Formación y Experiencias Agrarias (Cifea) de Lorca, está empleando tecnología avanzada para optimizar el cultivo de hortalizas, cítricos y almendros con el objetivo de mejorar la gestión y el rendimiento de los cultivos mediante el uso eficiente de recursos y la automatización de procesos.

El dron empleado se encuentra equipado con una cámara de seis sensores que captura datos precisos en diversas bandas del espectro de luz, proporcionando información detallada sobre el estado de las plantas, imperceptible a simple vista. Estos datos se procesan y analizan con software de código abierto, permitiéndonos crear mapas y planes de acción personalizados para cada cultivo. Las imágenes también incluyen datos GPS, facilitando tratamientos fitosanitarios exactos y automatizados, lo que reduce costos y mejora el seguimiento de los cultivos.

En Alimer creen en el poder de la tecnología para la agricultura y este proyecto supone un avance hacia un futuro más sostenible y eficiente en la Región de Murcia.



El acto contó con la presencia de Sara Rubira, consejera de Agricultura, y Tomás Rubio, alcalde de Cieza, entre otros representantes institucionales. / IGP MELOCOTÓN CIEZA

IGP Melocotón de Cieza presenta su nueva campaña de promoción

‘Compartimos lo más único que tenemos’ es el lema elegido para establecer una relación directa entre la calidad de este melocotón y su origen

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Indicación Geográfica Protegida Melocotón de Cieza presentó el pasado 25 de junio su nueva temporada de producción, comercialización y promoción de las variedades de melocotón recogidas bajo la IGP. Una campaña que arranca bajo el lema ‘Compartimos lo más único que tenemos’.

El acto de presentación se celebró en la Plaza de España del municipio de Cieza y contó con la presencia de Sara Rubira, consejera de Agricultura de la Región de Murcia; y de Tomás Rubio, alcalde de Cieza, entre otros representantes de gobierno e instituciones. Además, el conocido futbolista ciezano de primera división, Isi Palazón, acudió a la cita para ser presentado como padrino de este melocotón de excelente calidad.

Durante el acto celebrado en la localidad de Cieza, Manuel Ruiz, presidente de la Indicación Geográfica Protegida Melocotón de Cieza, explicó que se ha tratado de un arranque de campaña especialmente difícil marcado por las fuertes lluvias que han ido retrasando la fecha de recolección de las variedades Baby Gold 6 y Romea, las dos



Bajo el lema “Compartimos lo más único que tenemos” los productores pretenden que su pueblo se sienta orgulloso de la tierra de la que vienen. / IGP MC

variedades recogidas bajo la IGP. “Por ello, en esta ocasión los productores han decidido presentar la nueva campaña en su tierra, Cieza, sintiéndose así arropados por sus vecinos y amigos”, apostilló Manuel Ruiz.

La nueva campaña, bajo el lema ‘Compartimos lo más único que tenemos’ trata de estable-

cer una relación causal directa entre las cualidades únicas de este melocotón y las características únicas de la ciudad de Cieza. Los productores afirman que pretenden ante todo que su pueblo se sienta orgulloso, tanto de su melocotón único como de la tierra de la que vienen. Posicionar un producto autóctono

Posicionar un producto autóctono en los principales mercados supone un auténtico privilegio y una gran satisfacción para los agricultores, que desean que toda la connotación de calidad asociada al producto también recaiga en su origen

en los principales mercados supone un auténtico privilegio y una gran satisfacción para los agricultores, que desean que toda la connotación de calidad asociada al producto también recaiga en su origen. El spot publicitario presentado en el acto inaugural de campaña se comparte ya en las redes sociales de la IGP Melocotón de Cieza y en página web ipgmelocotondecieza.org.

El presidente de la Indicación Geográfica Protegida Melocotón de Cieza declaró que “este sello de calidad que nos

permite poner en valor el prestigio de nuestro melocotón, es tanto una garantía de calidad para el consumidor como un gran reconocimiento para todos los productores”.

Por su parte, la consejera de Agricultura de la Región de Murcia, Sara Rubira, afirmó que el melocotón de Cieza “es el mejor del mundo y el objetivo es que cada vez se consuma en más hogares y más países”. La titular de Agricultura ensalzó el trabajo de la IGP y sus agricultores, “que cultivan buscando la sostenibilidad que demanda el consumidor, generando cada año miles de puestos de trabajo en la que se ha convertido en la zona con mayor producción de fruta de hueso de Europa”.

Sara Rubira resaltó la calidad, la experiencia, la innovación y el compromiso del sector. “Si juntamos la pasión de nuestros agricultores con la labor que desde los laboratorios se está llevando a cabo, el éxito está asegurado”, concluyó.

CAMPAÑA

El melocotón con sello de la IGP ya ha comenzado a comercializarse en el arranque de la campaña. Las cinco empresas productoras de esta fruta tan selecta son: Alimer, Distinet, La Vega de Cieza, Pitiso y Thader Cieza.

Entre las acciones promocionales de la Indicación Geográfica Protegida previstas para esta nueva campaña se han rotulado dos camiones con un acuerdo de colaboración con la empresa Logistic Group C&T de Grupo Cosoltrans, que realizan recorridos internacionales. Se ha colocado una valla publicitaria en Mercabarna y otra en Mercamadrid.

Se ha desarrollado también una estrategia de posicionamiento enfatizando el vínculo de pertenencia en la ciudad de Cieza con vallas y mupis en el Ayuntamiento de Cieza.

Se va a realizar una campaña de etiquetado especial para que este melocotón sea fácilmente identificable en los puntos de venta. Además, la marca sigue con su estrategia de posicionamiento en redes sociales: Instagram, Facebook, X y LinkedIn para llegar a todos los públicos. Los representantes de la IGP también estarán presentes en las ferias Fruit Attraction y Fruit Logistica de la mano de sus productores. Como elemento especial este año han desarrollado una pulsera promocional especial de la campaña.

Bejo fortalece sus variedades de lechuga frente a las nuevas razas de Bremia

Las variedades de alta resistencia ofrecen un alto nivel de protección y una mayor oportunidad de éxito en la cosecha

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El pasado 1 de julio, el Comité Internacional para la Evaluación de Bremia de la UE (IBEB-EU) identificó oficialmente otra nueva raza en la lechuga, BI:41EU. En 2023 ya se anunciaron tres nuevas razas. Ante estas amenazas, Bejo comunica que las variedades de lechuga de la firma

con alta resistencia a BI:29-40EU también tienen alta resistencia a BI:29-41EU.

La Bremia, también conocida como mildiu veloso (*Bremia lactucae*), es una de las enfermedades más destructivas de la lechuga. El hongo es genéticamente muy variable y muta con frecuencia, lo que explica que



La firma ofrece una amplia gama de variedades de lechuga de alta resistencia. / BEJO

en dos años se hayan anunciado cuatro nuevas razas.

A pesar de la identificación de cuatro nuevas razas de Bremia en dos años, casi todas las variedades que componen el catálogo de Bejo siguen siendo muy resistentes. Ofrecen una amplia gama de variedades de alta resistencia (BI:29-41EU), que incluye Iceberg, Batavia, Butterhead, mini romana y lechugas especiales. Esta primavera ha sido muy propensa a la Bremia, debido a las circunstancias húmedas y relativamente cálidas. Combinadas con las medidas preventivas habituales, las variedades de alta resistencia ofrecen un alto nivel de protección y una mayor oportunidad de éxito en la cosecha.

► ÓSCAR ORZANCO. MURCIA.

La III Butternut Conference abordó la semana pasada las novedades y avances en mejora vegetal para el cultivo de calabaza, las tendencias de consumo, las oportunidades de negocio o cómo la publicidad y la comunicación son claves a la hora de incrementar las ventas, la necesidad de innovar en nuevos formatos y las formas de conectar con el consumidor.

El evento, organizado por Sakata y Love Klabaza, la asociación de productores de calabaza *butternut* de España y Portugal, reunió a más de 100 asistentes de todos los eslabones de la cadena, desde el sector dedicado a la mejora vegetal hasta los chefs, pasando por los productores, la industria y la distribución.

Con un escenario muy positivo para la calabaza, el objetivo de la tercera edición de Butternut Conference se centró en analizar las oportunidades de negocio. 'Ya tenemos calabaza nacional los doce meses del año, y gracias a la mejora vegetal y a la profesionalización de los agricultores, hemos conseguido un producto de gran calidad. ¿Cuál es la clave para que haya más presencia en el supermercado y se consuma más?', planteó durante la presentación Javier Bernabéu, gerente de Sakata Seed Ibérica.

Además, el dirigente de la firma de semillas remarco que "necesitamos colaborar todos juntos en promocionar el consumo de frutas y hortalizas, y el modelo Love Klabaza es un buen ejemplo de esta unión".

■ UN CASO DE ÉXITO

Durante la mesa redonda celebrada bajo el título 'El poder de la comunicación y la publicidad' quedó patente la preocupación del sector ante el descenso continuado del consumo de frutas y hortalizas que se está produciendo en Europa durante los últimos años. De hecho, los datos de los estudios realizados constatan que un tercio de la población europea no consume ni una sola ración al día de frutas y hortalizas.

Sin embargo, en este sombrío escenario hay iniciativas que escapan a esta tendencia. Es el caso del proyecto Love Klabaza, coordinado por la firma de semillas Sakata, que en sólo tres años ha logrado incrementar el consumo de la calabaza en España una media de un 20%, sobre todo en IV gama. Una iniciativa que aglutina la participación del 85% de los productores de España y Portugal.

Love Klabaza logra incrementar el consumo de la calabaza en España un 20%

El proyecto de Sakata aglutina la participación del 85% de los productores de España y Portugal



Piedad Coscollá, Daniel del Toro y Cari Plaza fueron los participantes de una de las mesas redondas de la jornada. / ÓO

Para Cari Plaza, directora de marketing y comunicación de Sakata Seed Ibérica, el éxito de este modelo se basa en tres pilares: unión, confianza y participación.

Unión porque con la creación de esta marca paraguas de categoría los productores apuestan por el interés general frente al individual. Confianza en los equipos de marketing y comunicación para diseñar las acciones promocionales, y una alta participación porque los productores se sienten integrados como parte del proyecto.

Actualmente, los objetivos de esta iniciativa se centran en desestacionalizar el consumo de calabaza, incrementar la frecuencia de compra y conquistar a los consumidores más jóvenes.

La tercera edición de Butternut Conference se centró en analizar las oportunidades de negocio de la calabaza

Durante la celebración de esta mesa redonda, Piedad Coscollá, directora de marketing de Anecoop, señaló, en referencia al descenso de consumo de frutas y hortalizas, que "es necesario unirse para revertir esta situación. El único camino posible es avanzar todos juntos en la misma dirección, productores, distribuidores y restauración".

Por su parte, Daniel del Toro, influencer gastronómico, indicó que "es muy importante visibilizar y comunicar las posibilidades que ofrece un producto como la calabaza. Hay que ponerlo en las mesas y que el consumidor elija".

Como conclusión quedó claro que el marketing y la comunicación sí aumentan el consumo de las ventas de frutas y hortalizas. Además, los tres participantes en la mesa resaltaron la importancia de etiquetar el producto porque una de las claves está en mostrar al consumidor cómo utilizar la calabaza. En esta línea, la introducción de códigos QR permite conectar con el consumidor ofreciéndole consejos, recetas y todo tipo de información. Además, es necesario alinearse y conectar con los intereses de las nuevas generaciones, ya que este segmento de población va a cambiar el consumo.

■ SUPERMERCADOS

Sobre el potencial de la calabaza en el supermercado, tema central de otra mesa redonda, José María Lezcano, responsable de frutas y hortalizas de Ahorramas, destacó que "las ventas de calabaza han experimentado un crecimiento del 201,51% en fresco y del 164,83% en la IV gama en los últimos 5 años". Una tendencia global en todos los supermercados, según confirmó Gonzalo Trenor, director de Ramafruit, empresa de IV gama proveedora de Mercadona. "Constantemente probamos nuevos formatos, con algunos hemos conseguido resultados muy positivos, como la calabaza cortada, pelada y envasada o la calabaza en segunda piel", señaló Trenor.

Como conclusión de la mesa, Amparo Pellicer, Food Chain Manager de Sakata, incidió en que la continuidad de esta tendencia "dependerá de los objetivos que nos marquemos desde la producción y el punto de venta y la capacidad de innovar y dar visibilidad al producto para atraer a nuevos clientes".

■ COMUNICACIÓN

Nuevos formatos y estrategias de comunicación son necesarios para conseguir mayor visibilidad en el lineal y acceder al consumidor. Es el objetivo de Love Klabaza, una marca paraguas que está consiguiendo resultados muy satisfactorios con sus campañas de publicidad. "Con 20.000 seguidores en redes sociales y 600 apariciones en medios, Love klabaza pone en valor el producto, enseñando a diferentes tipos de consumidores la versatilidad de un producto cuya demanda ha aumentado un 20%", informó Cari Plaza.

Una de las novedades de esta campaña es que el próximo otoño Love Butternut, la versión inglesa de la marca estrena campaña en Reino Unido con varias acciones de marketing para fomentar su consumo entre la población británica.

Por último, Andy Stalman, experto mundial en marcas conocido como Mr. Branding, clausuró el evento analizando las claves para el éxito de la marca Love Klabaza. "Los consumidores no buscan comprar un producto, buscan ser partícipes de la historia de la marca y de todo lo que hay detrás de ella, comprender los procesos y saber qué hay detrás, en este caso, de una calabaza", señaló.

Calabaza todo el año

Joaquín Navarro, responsable de desarrollo de calabaza y melón de Sakata Seed Ibérica, mostró las nuevas variedades que ha lanzado al mercado la compañía y destacó que "actualmente, con la superficie y las variedades tipo cacahuete cultivadas en España y Portugal podemos cubrir un calendario comercial de doce meses. Producir calabazas no es tan complicado, lo difícil es tener oferta durante todo el año. Y hay empresas que ya lo están haciendo".

Joaquín Navarro y Sebastián Barber, técnico asesor de Valmuragro, señalaron durante la celebración de la jornada que para contar con oferta los doce meses del año hay que combinar diferentes zonas de producción, como Andalucía, Murcia, Comunitat Valenciana, Castilla-La Mancha o Navarra, y también diferentes variedades.

La calabaza es un cultivo en expansión que continúa creciendo y ya se encuentra en producción una superficie aproximada de 5.000

hectáreas entre España y Portugal. Otros países europeos también están apostando por este cultivo. "Cuando pensamos en la calabaza, pensamos en un cultivo secundario. Pero ahora ya no es así porque en los últimos 10 o 15 años está teniendo un gran éxito, proporcionando buena rentabilidad a los agricultores y comercializadores", señaló Joaquín Navarro.

El responsable de desarrollo de calabaza mostró a los asistentes la variedad Estrella, una calabaza que, gracias a su elevada vida útil, ha permitido cerrar el ciclo y contar con oferta los doce meses de año.

Como novedades, Sakata Seed Ibérica ha lanzado al mercado dos nuevas variedades. Orión, con características muy similares a Estrella pero algo más productiva, y Carlota, una calabaza enfocada a la IV gama que permite obtener frutos con un peso que oscila entre los dos kilos y medio y los cuatro kilos. ■



Joaquín Navarro muestra una de las nuevas variedades. / ÓSCAR ORZANCO

Limonar de Santomera, premiada por su campaña 'El pueblo que sonríe al limón'

La cooperativa murciana ha sido galardonada en la XXII edición de los Premios Alce

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La cooperativa Limonar de Santomera, asociada a la Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia (Fecoam), ha sido premiada en la XXII edición de los Premios Alce, veterano certamen publicitario que tiene como objetivo poner el foco en los mejores trabajos desarrollados e ideados en la provincia de Alicante.

En esta última edición, el falso documental de investigación "El pueblo que sonríe al limón", protagonizado en casi su totalidad por habitantes reales del municipio de Santomera, donde está radicada la firma, y de la Región de Murcia, se alzó con el gran premio del festival publicitario.

Este proyecto, desarrollado por la agencia Utopicum, fue reconocido unánimemente por el jurado, que elogió la ejecución creativa y la efectividad de la campaña.

Como explica el presidente de la cooperativa, Joaquín Rubio, con esta campaña "Limonar de Santomera ha querido compartir con el mundo lo que los limones le han dado a lo largo de sus más de 40 años de historia: prosperidad y felicidad".

Un reconocimiento a una entidad fundada en 1982 "y que ha crecido hasta convertirse en la mayor cooperativa productora de limón de Europa, moderna, automatizada, eficiente, que no olvida sus raíces, que sigue siendo una cooperativa humilde, trabajadora y llena de alegría. Una cooperativa capaz de garantizar la viabilidad económica de las más de 350 familias que forman parte de ella como socios y de sus más de 500 trabajadores", remarca Rubio.

Por su parte, Willy Villanueva, director de arte de Utopicum, destaca que han querido trasladar "el sentimiento de pertenencia



El jurado de este certamen publicitario elogió la ejecución creativa y la efectividad de la campaña. / LIMONAR DE SANTOMERA

cia de un pueblo a través de un producto tan presente en sus vidas como es el limón". Nacido en Santomera, Villanueva explica que "representar el sol, el calor y, sobre todo, el carácter de nuestro pueblo fue un proceso muy enriquecedor y, a la vez, sencillo. Es una ficción mucho más real de lo que pueda parecer".

■ EL MISTERIO DEL LIMÓN DE SANTOMERA

¿Qué cara pones tú cuando te comes un limón? Los habitantes de Santomera, en lugar de poner una mueca a causa de la acidez, muestran la mejor de sus sonrisas. En este misterioso y peculiar caso se centra el tráiler del docu-

Mezclando intriga con toques de humor, el documental habla de las raíces, tradiciones y la pasión de los habitantes de Santomera por un fruto que va más allá de un simple alimento

mental 'El pueblo que sonríe al limón', la campaña de Limonar de Santomera.

El falso documental sigue al Dr. Rashavink, un experto en emociones humanas decidido a descubrir el porqué de la sonrisa ácida. El doctor viaja hasta el pueblo de Santomera para llevar a cabo su investigación y, a través de un exhaustivo estudio de campo, se adentra en la vida y

las costumbres de esta población para descubrir cuál es el secreto de estos limones. Mezclando intriga con toques de humor, el documental habla de las raíces, tradiciones y la pasión de los habitantes de Santomera por un fruto que va más allá de un simple alimento.

Desde el inicio del tráiler, se sumerge al espectador en la atmósfera de Santomera. Las lo-

calizaciones crean un escenario único y fiel a la realidad para la investigación del Dr. Rashavink. Los testimonios de los habitantes revelan sus experiencias y la fuerte presencia del limón en la vida de los santomeranos.

Tanto, que todas las personas presentes en la campaña, a excepción del doctor, son de la localidad murciana. Socios de la cooperativa, trabajadores de Limonar de Santomera y vecinos del pueblo se convierten en los actores del documental que pretende reflejar con humor, pero fidelidad, las costumbres de Santomera. De esta forma, se amplifica la emotividad de cada momento, y aunque el documental es ficción y presenta un humor que tiende a la exageración, no se aleja tanto de la realidad que viven los vecinos de Santomera.

'El pueblo que sonríe al limón' es una producción que rinde homenaje a la estrecha relación entre el pueblo de Santomera y la tradición limonera que ha estado presente en los habitantes de la localidad durante generaciones. Es una acción que pone énfasis en la emoción vinculada a los limones de esta localidad, un fruto que nos ha dado y nos dará muchísimo a los santomeranos.

La producción ha sido un éxito rotundo para Limonar de Santomera y una experiencia inolvidable para todos aquellos que decidan sumergirse en esta fascinante historia. Sin duda, 'El pueblo que sonríe al limón' deja a todos con una sonrisa en el rostro.

El tráiler se puede visualizar al completo en www.elpuebloquesonrieallimon.com.

■ REFERENTE INTERNACIONAL

En la actualidad Limonar de Santomera es un referente en el sector cítrico, y concretamente en el cultivo y comercialización de limón. Dispone de unas 1.200 hectáreas de cultivo, comercializa más de 50 millones de toneladas de fruta y exporta a más de 20 países, convirtiéndose en una de las principales empresas comercializadoras a nivel mundial, en lo que a limón se refiere.

Además, es pionera en el sector de cítricos bio con su línea de productos 'eco', con más de 16 años de experiencia en la citricultura ecológica, con una producción ecológica que alcanza cerca del 40% de su producción total.

Melones el Abuelo centra en Murcia la segunda parte de su campaña 'No es magia, es naturaleza'

► VF. REDACCIÓN.

Melones el Abuelo lanza la segunda fase de su campaña anual 'No es magia, es naturaleza', trasladándose ahora a la Región de Murcia. Con este lema, la empresa invita a descubrir los impresionantes parajes naturales que esta región ofrece y a sumergirse en la magia que sólo la naturaleza puede proporcionar.

La campaña, que comenzó en Almería, ahora enfoca sus esfuerzos en Murcia, destacando la asombrosa belleza natural de esta región. La esencia de 'No es magia, es naturaleza' radica en la creencia de que la natura-

leza en sí misma es asombrosa y mágica. Al disfrutar de ella, las personas pueden sumergirse en un mundo lleno de maravillas y belleza. Desde paisajes montañosos de interior hasta las serenas playas del Mediterráneo, cada rincón de Murcia ofrece una oportunidad única para disfrutar de la grandeza del mundo que nos rodea.

El gerente de Melones el Abuelo, Celedonio Buendía, comenta que quieren "recordar que los momentos más simples suelen ser los más extraordinarios, y que la verdadera magia está en la naturaleza que nos rodea. Con nuestra campaña 'No es

magia, es naturaleza', queremos invitar a reconectar con la belleza de nuestro entorno natural".

El viaje a través de las tres zonas de producción de Melones el Abuelo continúa con su parada en Murcia, una región que se distingue por su diversidad paisajística y riqueza natural.

Desde las montañas de Sierra Espuña, pasando por los parques naturales de Calblanque y las Salinas de San Pedro del Pinatar, hasta las playas vírgenes del litoral murciano. Cada lugar ofrece una ventana a la increíble biodiversidad y belleza natural que hacen de Murcia un destino único.



La empresa invita a descubrir los parajes naturales que ofrece esta región. / MEA

Para llevar a cabo esta campaña, Melones el Abuelo ha preparado una serie de vídeos breves que compartirán diferentes parajes naturales de Murcia, con el objetivo de motivar a disfrutar y apreciar la naturaleza en su máxima expresión. Estos vídeos se compartirán semanalmente en sus redes sociales, mostrando la riqueza y diversidad de los

paisajes murcianos. Esta fase de la campaña no sólo celebra la belleza natural de Murcia, sino que también resalta el compromiso de Melones el Abuelo por el entorno natural en el que cultivan sus melones. La empresa invita a todos a seguir este emocionante recorrido y a descubrir la verdadera magia de la naturaleza en cada esquina de Murcia.

Sanifruit: 35 años al lado de los exportadores de cítricos

► SANIFRUIT.

La conservación postcosecha es un reto para la industria de los cítricos. La frescura, aspecto y calidad de la fruta determinará su valor final en el mercado. Las empresas exportadoras de cítricos requieren soluciones postcosecha que les ayuden a alargar la vida comercial de su fruta, reduciendo las pérdidas que generan las mermas y aumentando su rentabilidad.

En Sanifruit llevamos más de 35 años escuchando sus necesidades. Por eso desarrollamos soluciones naturales, innovadoras en este sector marcadamente tradicional en los tratamientos postcosecha. No sólo ayudamos a las empresas exportadoras a ser más rentables, sino también, más comprometidas con la sostenibilidad y más competitivas que otras empresas de su sector.

¿Qué beneficios obtienen las empresas que utilizan nuestras soluciones?

1. Aumento de la rentabilidad y reducción de reclamaciones

Uno de los desafíos más significativos en la postcosecha de cítricos es la deshidratación, que puede conllevar pérdidas considerables. La aplicación de nuestras soluciones ecológicas para cítricos les ayuda a crear una barrera protectora que reduce la pérdida de agua, manteniendo la frescura y el peso de la fruta. Esto no sólo aumenta la rentabilidad al reducir las mermas, sino que también disminuye el porcentaje de reclamaciones por parte de los clientes, garantizando un



Las empresas exportadoras requieren soluciones postcosecha para alargar la vida comercial de su fruta. / SANIFRUIT

Sanifruit no sólo ayuda a las empresas exportadoras a ser más rentables, sino también, más comprometidas con la sostenibilidad y más competitivas que otras empresas de su sector

producto de alta calidad desde la cosecha hasta el consumidor final, que, además, es inocuo para su salud.

2. Retraso de la oxidación por agentes externos

Los cítricos son susceptibles a la oxidación, especialmente a través de heridas y daños por frío. En Sanifruit hemos desarrollado soluciones que retrasan este proceso oxidati-

vo, protegiendo la fruta de los daños externos. Al minimizar la oxidación, los cítricos mantienen su apariencia y calidad por más tiempo, lo que es crucial durante el almacenamiento y el transporte.

3. Prolongación de la vida comercial

La vida comercial de los cítricos es un factor decisivo en su valor de mercado. La aplicación de nuestras soluciones no sólo mejora la apariencia de la fruta, sino que también asegu-

ran que los cítricos mantengan su firmeza y frescura a lo largo del proceso de empaque y comercialización. Esto permite a los productores y distribuidores ofrecer un producto de alta calidad durante más tiempo, aumentando su competitividad en el mercado.

4. Acceso a mercados más restrictivos

Con regulaciones cada vez más estrictas en muchos mercados globales, la reducción de materias activas en los tratamientos postcosecha es esencial.

Nuestras soluciones cumplen con estas normativas, permitiendo a los productores acceder a mercados más restrictivos sin comprometer la calidad de sus productos. Esto abre nuevas oportunidades comerciales y aumenta el potencial de exportación.

5. Prevención de la contaminación fúngica

La contaminación fúngica, incluyendo infecciones por *Geotrichum* y otros agentes externos, puede causar pérdidas significativas en la postcosecha de cítricos. Nuestras soluciones incluyen agentes antifúngicos que protegen la fruta de estas contaminaciones, asegurando que los cítricos lleguen al consumidor en perfectas condiciones. Esta protección es vital para mantener la salud del producto y la satisfacción del cliente.

En Sanifruit somos un aliado estratégico para las empresas exportadoras de cítricos, a las que les ofrecemos además una asesoría técnica cercana que les ayuda a aplicar nuestras soluciones de la manera óptima.

También disponemos de equipos para aplicar en exclusiva nuestras soluciones, dando un servicio integral a las empresas del sector.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La superficie murciana certificada de cultivos ecológicos se ha multiplicado por 28 desde la creación del Consejo de Agricultura Ecológica de la Región de Murcia hace ahora 25 años. Actualmente, hay 117.000 hectáreas dedicadas a este modelo de producción en las que trabajan más de 5.000 operadores. Estos datos han convertido a esta zona productora en la provincia europea con más superficie dedicada a estos cultivos con el 32%.

Durante el acto celebrado en Murcia en junio por el aniversario del Consejo de Agricultura Ecológica, la consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, resaltó el compromiso del Ejecutivo regional con el sector ecológico y anunció que ya se había comenzado a abonar el pago de las ayudas de la anterior convocatoria. En total 21,3 millones de euros que recibirán más de 3.700 agricultores.

Además, para potenciar la producción ecológica ya se ha publicado la próxima convocatoria que estará dotada con 79 millones para los próximos 4 años. Una partida que se incrementó con 15 millones de euros de fondos propios de la comunidad gracias al Plan de Financiación Plurianual que organizaciones agrarias y el presidente firmaron hace unos meses.

■ MERCADOS ECOLÓGICOS

Una de las iniciativas que se va

La agricultura ecológica multiplica por 28 la superficie certificada en los últimos 25 años

La Región es la provincia europea con más porcentaje de superficie dedicada a cultivo ecológico con un 32%



Actualmente hay 117.000 hectáreas con este modelo de producción en las que trabajan más de 5.000 operadores. / ARCHIVO

a poner en marcha en los próximos meses para fomentar el consumo de productos ecológicos en la Región es una red de mercados locales que se celebrarán mensualmente. "El primero que está confirmado es en la ciudad de Murcia a partir del mes de septiembre. Esta iniciativa se complementará con acciones internacionales en ferias, donde se

realizarán degustaciones de productos ecológicos maridados con vinos ecológicos de la Región", indicó la consejera Sara Rubira.

El número de industrias con certificado ecológico en la Región de Murcia es de cerca de 500, que pertenecen a sectores tan variados como la elaboración de aceites y grasas vegetales, elaboración y conservación de frutas

y hortalizas, pescados o carnes, y elaboración de productos panadería o la fabricación de piensos, entre otros. Estos productos cada vez son más demandados y valorados en todo el mundo. Europa es el principal destino de las exportaciones de cultivo ecológico, con un 85% del total, con Alemania, Francia y Reino Unido como principales países.

■ ANIVERSARIO

El Consejo de Agricultura Ecológica de la Región de Murcia (CAERM) conmemoró sus 25 años de vida el pasado 15 de junio. Este evento, que tuvo lugar en el Cuartel de Artillería de la ciudad de Murcia, reunió a todos los que han formado parte de este proyecto desde sus inicios. Durante la celebración se hizo entrega de un reconocimiento a diferentes representantes que han protagonizado la historia de esta entidad.

Durante la jornada, los asistentes pudieron disfrutar de un mercado ecológico de productos de la región con diferentes actividades, como un concurso de gazpacho ecológico o un 'show-cooking' de David López, del restaurante Local de Ensayo.

Además, el CAERM realizará más actividades durante 2024 para conmemorar este aniversario. En septiembre tendrá lugar el II Congreso de Agricultura Ecológica de la Región de Murcia, que tiene como objetivo convertirse en un encuentro científico y técnico entre investigadores, profesionales del sector agrario, agricultores, administraciones, empresas ecológicas y tecnológicas, y que pretende crear un espacio de análisis, por parte de ponentes expertos, sobre las principales preocupaciones relativas al sector, así como el estudio y difusión de las novedades normativas que nos afectan.

Apoyamos el sector agroalimentario con oficinas en más de 2.000 municipios

Conoce nuestro Hub de Innovación



Lo bueno de tener a alguien cerca es que te escucha

Descubre AgroBank en CaixaBank.es

Tú y yo.

Nosotros.

paralímpicos



AgroBank