

valencia fruits

16 de julio de 2024 • Número 3.076 • Año LXII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,75 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Imagen de una reunión entre los representantes del sector cítrico y el Gobierno de Carlos Mazón celebrada el pasado mes de marzo. / GVA

El sector cooperativo rompe con Intercitrus

La decisión se ha tomado ante la situación de bloqueo que vive la interprofesional

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Cooperativas Agro-alimentarias de España ha decidido romper y alejarse, al menos de momento, de Intercitrus, y deja el futuro de la entidad en el aire. El sector cooperativo remitió el pasado 11 de julio una carta a la Interprofesional Española de la Naranja y la Mandarina, en la que comunicaba la decisión de causar baja voluntaria como socia de la organización, en aplicación del acuerdo alcanzado en su Grupo de Trabajo de Cítricos, ratificado por su Consejo Rector.

La principal razón para tomar la decisión de solicitar la baja voluntaria en Intercitrus, tal y como explicó la semana pasada Cirilo Arnandis, presidente del Grupo de Trabajo de Cítricos de CAE y presidente de Federació, “es la situación de bloqueo a la que se ha llegado, ante la imposibilidad de acordar en el seno de la interprofesional la homologación de un contrato de compraventa y el relanzamiento de la actividad promocional, clave en un momento de acusado descenso del consumo de cítricos”.

Para Cirilo Arnandis, “esta es una decisión difícil, pero necesaria, que adoptamos con espíritu constructivo y con la firme voluntad de seguir colaborando con todos los actores del sector en cualquier cuestión que sea beneficiosa para la citricultura española”.

Tal y como indican los estatutos de la interprofesional de la naranja y la mandarina, tras el envío de la carta solicitando la baja voluntaria se abre un periodo de dos meses hasta que esta sea efectiva, una etapa durante la cual Cooperativas Agro-alimentarias de España podría reconsiderar su postura actual, antes de que la baja sea definitiva.

Si tal cosa no sucediese, el presidente de Federació manifiesta “el deseo de que exista una dinámica positiva de debate y reflexión entre todos los eslabones de la cadena, que permita el avance del sector en cuestiones clave como la innovación, el seguimiento de los mercados, la apertura de opciones comerciales en terceros países, la adaptación a la creciente presión que ejerce el marco normativo vigente o la

búsqueda de la triple sostenibilidad de la actividad: económica, social y medioambiental”. A este respecto, Cirilo Arnandis ha señalado que se trata de una decisión, consensuada y meditada, que desde el sector cooperativo se considera “tan frustrante, como inevitable” y que se plantea “no como un punto final, sino como el principio de otra etapa”.

Desde Cooperativas Agro-alimentarias de España se ha informado también de esta decisión al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, mientras que por parte de Cooperativas Agro-alimentarias de la Comunitat Valenciana se ha puesto en conocimiento de la Conselleria de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalitat Valenciana.

El presidente del Grupo de Trabajo de Cítricos de CAE y presidente de Federació, Cirilo Arnandis, ha explicado en un detallado artículo de opinión, titulado “Viaje de Intercitrus: hasta aquí llegamos las cooperativas”, la trayectoria de la interprofesional y ha analizado con detalle las causas que han motivado la salida

del cooperativismo de la Interprofesional Española de la Naranja y la Mandarina.

“Después de estos dos últimos años, no podemos ocultar (y no hemos podido evitar) que la interprofesional se encuentra en un bucle: no homologamos un contrato que sin embargo utilizamos generalizadamente, y condicionamos el relanzamiento de la actividad promocional a la existencia de esa homologación, imposibilitando así emprender la iniciativa que todo el sector considera que es prioritaria”, afirma en el artículo Cirilo Arnandis.

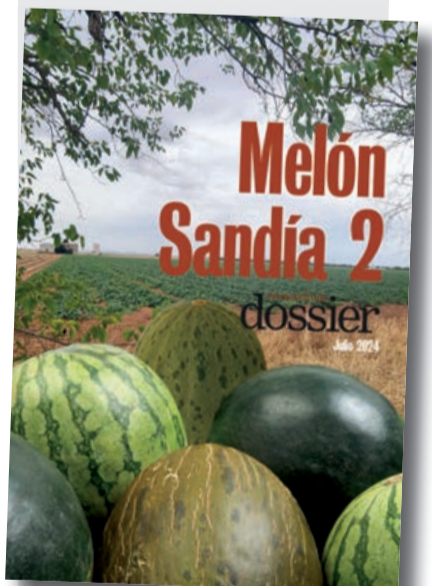
“Ese bucle es ya insostenible y, llegados a este punto, nuestros órganos de gobierno han decidido salir de él. Reorientamos nuestros esfuerzos. No estamos siendo útiles quedándonos en esa posición. Por eso, pedimos disculpas si quedaba alguna baza que no hemos sido capaces de jugar y decidimos dar un paso atrás. Un paso hacia fuera. Hasta aquí hemos llegado las cooperativas como miembros de Intercitrus”, señala Arnandis.

Más información en pág.5



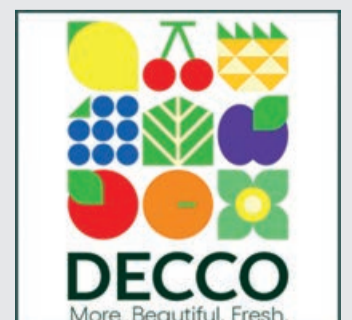
Esta semana

- 4** Huellas y claves de las protestas agrarias que marcarán el curso en el próximo semestre
- La importación hortofrutícola crece en el primer cuatrimestre
- 6** El consumo de hortalizas anota su segundo peor dato en los últimos 10 años
- Nace la primera aceleradora de emprendimiento del sector agroalimentario catalán
- 7** La campaña de fruta de verano avanza con luces y sombras: mejora la producción pero desciende el consumo
- Algunas zonas de la Axarquía no están incluidas en el riego de emergencia
- 8** La sequía y el granizo han causado daños en 186.400 hectáreas en Aragón
- 9** Cajamar intensifica sus colaboraciones con empresas y centros de investigación



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	7
Agrocotizaciones:	10
Empresas:	14



valencia
fruits

Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

RAFAEL CABO CORTELL

ALFREDO RUIZ DE ALBORNOZ

■ preimpresion@valenciafruits.com

Administración

y Suscripciones

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ suscripciones@valenciafruits.com

Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

VICENT ESCRIG ANGLÉS

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



SUCRO

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: IMPRICA V

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

Empresa Asociada:



Tribuna Abierta

Diálogo y consenso

Por GONZALO GAYO

Dialoguen y acuerden señoras y señores de la política. Recuerden a quienes verdaderamente representan. A los ciudadanos para que resuelvan sus problemas, que los hay y se esconden en falsos titulares mientras pasa el tiempo. Esfuércense en dar sentido a la política como el arte de alcanzar acuerdos en beneficio de todos. Pueden y deben hacerlo aunque sean por un tiempo en beneficio de todos, para construir un gran país que necesita respuestas a grandes desafíos como lo hicieron en otros tiempos y aún en fechas no muy lejanas. No sientan vergüenza por sentarse con sus rivales, ni justifiquen el acuerdo por los errores en el pasado de los otros. No hay mejor política que servir a los ciudadanos y en especial a los agricultores que hoy reclaman respuestas para sobrevivir y construir un futuro. Confíen en la inteligencia de los ciudadanos y dediquen el tiempo necesario para construir en vez de aniquilar al adversario. Eviten insultos y practiquen los abrazos por el deber cumplido. Les harán más fuertes. Necesitamos generosidad para un diálogo abierto en los grandes temas que preocupan y se enquistan. Dejen a un lado la guillotina en cada intervención y afronten con humildad y esfuerzo la tarea del diálogo, sin más líneas rojas que el interés de los ciudadanos. Nuestros mayores lo consiguieron y dieron a este país una democracia de todos y para todos sobre los que se asientan los pilares de la solidaridad, el progreso y la igualdad de oportunidades. Necesitamos desterrar los egoísmos para abordar tareas pendientes y devolver a la política su grandeza.

Somos un gran país, capaz de grandes hazañas cuando la pasión y el esfuerzo se dan la mano desde el diálogo. No hay meta que se nos resista si nos lo proponemos. Abran las puertas de sus despachos, agenden reuniones y pongan la voluntad necesaria para escuchar y lograr acuerdos y especialmente los hombres y mujeres del campo. Es mejor un acuerdo que mil insultos. Todos lo agradecerán, incluida su conciencia al servicio de la gente.

Hay esperanza y oportunidades donde otros ven callejones sin salida. Tenemos ejemplos en Europa donde las grandes formaciones logran acuerdos que permiten afrontar retos inimaginables como ocurrió con la pandemia o en la convergencia real de sus ciudadanos. Queda mucho por hacer especialmente en una Europa huérfana de una Constitución para su ciudadanía.



Los agricultores piden un gran pacto del agua. / GG

España necesita hoy recobrar el espíritu de aquellos Pactos de la Moncloa y de los padres/madres de la Constitución que nos dieron los mejores 40 años de nuestra historia hasta nuestros días.

Hoy hay que felicitarse en un país que rompe alianzas por defender el acogimiento de menores cuyas vidas están por escribir y su talento será también parte de nuestro futuro como han demostrado no sólo en los campos de fútbol o en las próximas olimpiadas en París.

Necesitamos la aprobación de presupuestos para el Estado en 2025 cuando aún están pendientes los del 2024 sin aprobar, y alcanzar consensos en cada comunidad autónoma.

Unos presupuestos que den el apoyo que el campo necesita para ser motor de empleo y oportunidades para los más jóvenes, con rentas justas garantizadas y el agua para poder vivir.

Necesitamos atrapar el talento de jóvenes que huye en busca de otros horizontes y de un liderazgo de las mujeres. Hoy lideran nuestra sanidad, educación, justicia y las redacciones de los medios de comunicación. Las necesitamos dirigiendo el futuro del campo y de la ciencia para el progreso de todos.

Nuestros agricultores están cansados de no ser escuchados y de tantas palmaditas cada vez que se manifiestan para pedir justicia a tanto esfuerzo. Sus rentas son hoy un 50% inferiores a la media en España mientras se

les niega el agua para sobrevivir, sin respuestas manifestación tras manifestación.

Se cumple un año de las últimas elecciones en España y en comunidades autónomas. Muchos andan afilando el colmillo para atacar en la yugular al contrario, en un río revuelto donde el insulto se convierte en moneda de cambio para alentar nuevas elecciones para que todo siga igual.

Hoy más que nunca es necesaria la cultura del acuerdo y del diálogo, con liderazgos capaces de llegar al entendimiento y concordia para afrontar la crisis del campo, la convivencia territorial, la transformación de un país moderno que genere oportunidades para jóvenes y mayores, que acoga a menores y gentes dispuestas a aportar talento y esfuerzo en un país apenas sin infancia mientras se prolonga la edad de jubilación de una generación exhausta. Hay que llegar a acuerdos que resuelvan el problema del agua para la vida y la agricultura generando oportunidades en una España vaciada mientras la otra no tiene viviendas que ofrecer a una generación aún por emancipar.

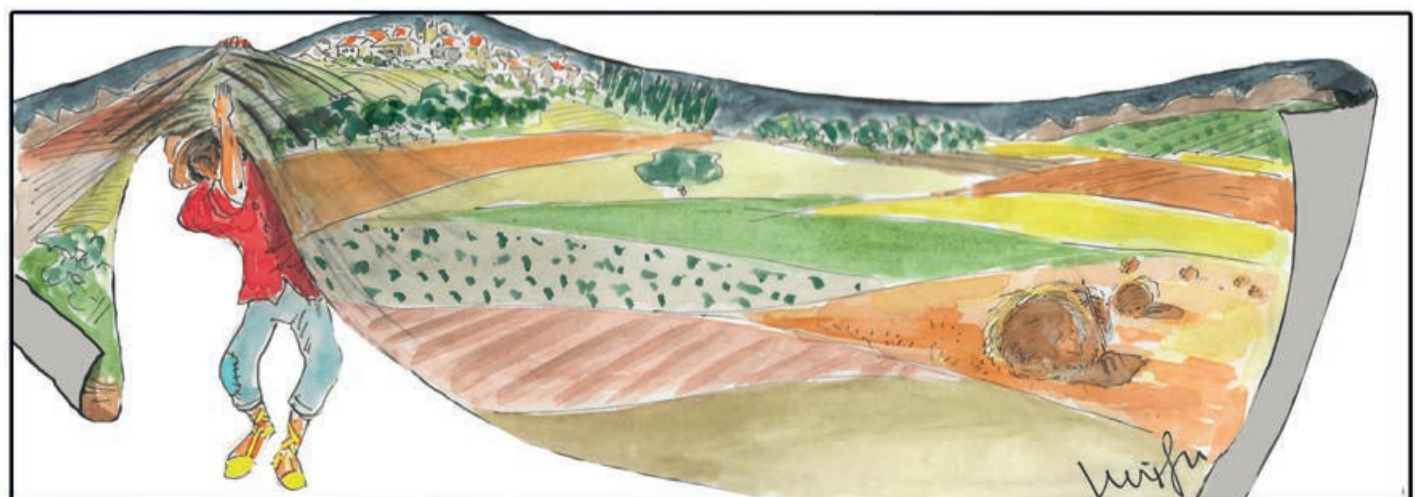
Es el tiempo de los grandes acuerdos que nos permiten construir un gran país, capaz de liderar una agricultura y sector agroalimentario que despierta admiración en el mundo por su diversidad y riqueza pero sobre el que hay serias amenazas mientras a los agricultores no se les dé respuestas a sus reivindicaciones.

Hay que hacer esfuerzos para el futuro de la agricultura con el talento de jóvenes y liderazgo de mujeres como grandes asignaturas para que el relevo generacional sea un éxito. Tenemos que ser valientes para hacer frente al desafío climático que afecta a nuestra agricultura y ganadería y supone una amenaza real para el medio ambiente y una España vaciada.

Decenas de tractores y cientos de personas protestaron el pasado viernes en Valencia, a las puertas de la Delegación del Gobierno de la Comunidad Valenciana, para reclamar medidas urgentes al Gobierno central por la sequía, las plagas y enfermedades, la superpoblación de fauna salvaje, los robos, los abusos comerciales, la competencia desleal y las exigencias medioambientales. Hablen, dialoguen y resuelvan con soluciones porque así lo demandan los ciudadanos, y sigan el ejemplo de una Europa capaz llegar a acuerdos cuando se lo propone.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Los nuevos consejeros de Agricultura

El Partido Popular de la Comunitat Valenciana, Castilla y León y Aragón nombra a sus nuevos consejeros tras la ruptura de Vox

► JULIA LUZ
NEREA RODRIGUEZ
JAVIER ORTEGA

La salida de Vox de los gobiernos autonómicos de la Región de Murcia, Extremadura, Castilla y León, Aragón y Comunitat Valenciana ha impactado de lleno en carteras de Agricultura, especialmente en estas tres últimas comunidades autónomas, al depender del partido de la ultraderecha.

Tras el anuncio del líder del partido, Santiago Abascal, que rompía el pacto de Gobierno con el PP a cuenta del reparto de menores migrantes no acompañados, el PP de la Comunitat Valenciana, Castilla y León y Aragón no ha perdido tiempo y durante la semana pasada ha ido nombrando a sus nuevos consejeros de Agricultura. Estas son las nuevas caras.

■ COMUNITAT VALENCIANA

Carlos Mazón, President de la Generalitat, cesó de sus cargos a los tres consellers de Vox en la Generalitat Valenciana después de que Santiago Abascal anunciara la ruptura de los gobiernos de coalición regionales que compartían el Partido Popular, entre ellos el de la Comunitat Valenciana.

En una comparecencia a primera hora de la mañana del viernes 12 de julio, el President explicó el movimiento de su Gobierno ante la decisión del partido de extrema derecha. "De manera unilateral, desde fuera de la Comunitat Valenciana, y en mi opinión, sin priorizarla, Vox ha anunciado su retirada del Gobierno de la Generalitat Valenciana. Y por tanto, yo he decidido cumplir con mi obligación, con mi compromiso y con el encargo de liderar y de seguir liderando en nombre del Partido Popular el cambio que los ciudadanos me encomendaron, tanto a mí como al Partido".

No obstante, el President no descartó mantener una buena relación con el partido que, hasta el momento, ha sido su socio en el Consell: "a mí no me cabe duda de que los diputados de Vox en las Cortes Valencianas apoyarán todas las medidas que sean positivas para la Comunidad Valenciana".

Acto seguido, Carlos Mazón anunció a las personas que ocuparán los cargos que deja-

ba vacíos Vox. Así, al frente de Agricultura, Agua, Ganadería y Pesca, el elegido ha sido Miguel Barrachina quien sustituye a José Luis Aguirre. "Ha sido portavoz de Agricultura, ha desarrollado y trabajado con nosotros en el programa de agricultura del PP. Es agricultor y tiene una gran vocación y una ilusión con el mundo de la agricultura y del agua que, además, conoce a la perfección", así describió el President al exmiembro del Congreso de los Diputados.

■ CASTILLA Y LEÓN

María González Corral es la nueva consejera de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural de Castilla y León. González Corral, releva a Gerardo Dueñas, tras el cese de este, por parte del presidente de la Junta de Castilla y León, Alfonso Fernández Mañueco, tras la decisión de ruptura del pacto de Gobierno de Vox.

Mañueco, tras la decisión de ruptura del pacto tomada por sus hasta ahora socios de Gobierno, ha garantizado que el Ejecutivo autonómico "seguirá ofreciendo estabilidad y certidumbre, cumpliendo sus compromisos y trabajando con eficacia para los castellanos y leoneses". Asimismo, hizo referencia al buen funcionamiento y cumplimiento del acuerdo de Gobierno en Castilla y León hasta la ruptura con el partido de Abascal.

La nueva consejera de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural es una persona conocedora del sector y también del funcionamiento y estructura de la Consejería, ya que ha sido directora general de Desarrollo Rural en el mandato del consejero Jesús Julio Carnero (julio de 2019-abril de 2022). Ese conocimiento y experiencia son fundamentales para conseguir que el complicado engranaje de la administración agraria no se paralice.

Desde las organizaciones agrarias se ha valorado también el perfil político de la nueva consejera, porque "su capacidad e iniciativa serán vitales para defender los intereses de Castilla y León ante el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación".

María González Corral, que desde abril de 2022 venía ejerciendo como consejera de



Miguel Barrachina Ros. / PP COMUNITAT VALENCIANA



María González Corral. / JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN



Javier Rincón Gimeno. / GOBIERNO DE ARAGÓN

Movilidad y Transformación Digital, es ingeniera de Caminos, Canales y Puertos (Escuela Politécnica Superior de Burgos), máster en Dirección de Proyectos (Universidad de Valladolid) y máster internacional en explotación y seguridad de presas y

balsas (Universidad Politécnica de Madrid).

■ ARAGÓN

Por su parte, Javier Rincón Gimeno, un técnico de la administración autonómica, es el nuevo consejero de Agricultura, Gana-

Los nuevos consejeros tienen lazos con la Agricultura en mayor o menor grado, no son unos desconocidos para el sector

dería y Alimentación de Aragón tras la salida de Vox del Gobierno que preside el popular Jorge Azcón.

Rincón, que sustituye en el cargo a Ángel Samper, tiene experiencia de gestión en las instituciones y conoce la Consejería que ahora va a dirigir ya que entre 2011 y 2015 fue el secretario general técnico del departamento de Agricultura con Modesto Lobón como consejero.

Nacido en Calatayud en 1968, casado y padre de dos hijos, es arquitecto especialista en Urbanismo por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Navarra. Desde 1994 es funcionario del Cuerpo de Funcionarios Superiores de la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón, Escala Facultativa Superior, Arquitectos.

Como funcionario, ha desempeñado diversos puestos en el Gobierno de Aragón, en ámbitos como el urbanismo y, sobre todo, el turismo, en el que ha sido titular de la jefatura del Servicio de Infraestructuras Turísticas desde 1999 hasta 2023.

Asimismo, ha sido jefe de gabinete del consejero de Economía, Hacienda y Fomento del Gobierno de Aragón (1997-1999) y secretario general técnico del departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno aragonés que presidió la popular Luisa Fernanda Rudi entre 2011 y 2015. Desde agosto del año pasado era el secretario general técnico de la consejería de Hacienda y Administración Pública que encabeza Roberto Bermúdez de Castro.

En sus primeras declaraciones tras tomar posesión, indicó que llega al cargo con "buen talento", dispuesto a hablar con las organizaciones agrarias para escuchar y estudiar sus reivindicaciones. Asegura que contará con todos "para ir sacando adelante el sector".

Es consciente de los retos que tiene por delante, entre ellos, "la sequía, las ayudas directas, el regadío, la modernización de las explotaciones, la agroindustria, la incorporación de jóvenes y la PAC".

Asume el cargo "con responsabilidad y con prudencia, porque este es un sector amplio, complejo, que tiene muchos problemas y en el que hay muchas cosas que aportar y muy interesantes".

Aseguró que tiene "un gran aprecio" por el mundo del campo, que conoce bien, pues hace unos años fue secretario general técnico de la Consejería de Agricultura. Aunque "han cambiado las cosas en estos años", consideró que "hay cuestiones que son más o menos como siempre, de la misma manera".

Huellas y claves de las protestas agrarias que marcarán el curso

Las movilizaciones están teniendo repercusión en la política agraria europea y española

► MERCEDES SALAS. EFEAGRO.

El campo vive la resaca de un semestre muy sonado por las protestas masivas, que han impulsado muchos cambios y que influirán en las políticas en el nuevo curso y en la nueva legislación de la Unión Europea

Las movilizaciones de los agricultores y ganaderos dieron al sector un protagonismo inédito en la campaña para las elecciones europeas de junio y su repercusión se puede reflejar en la aplicación de las políticas verdes o negociaciones presupuestarias, según expertos consultados por Efeagro.

Entre los logros destacan una revisión de la Política Agraria Común (PAC) que antes del semestre parecía intocable, un conjunto de propuestas del Gobierno o el giro en la representatividad agraria española. Estas son algunas claves del rastro de un semestre trepidante para la agricultura y de los retos a partir de septiembre.

■ CRONOLOGÍA

Los productores de la UE se movilaron contra la PAC, los requisitos ambientales y por los altos costes de producción. En España las organizaciones mayoritarias (Asaja, COAG y UPA) se unieron el 30 de enero.

En febrero se expandieron las protestas, con el protagonismo de agricultores independientes y el nacimiento de plataformas como la 6F. El Gobierno amplió su oferta de medidas a 43 (abril) y la UE reformó la PAC para hacerla más flexible (abril).

■ FRENO AMBIENTAL Y PRESUPUESTOS

El ingeniero agrónomo y experto en PAC Tomás García Azcárate ha declarado a Efeagro que en la nueva legislación de la UE "habrá más equilibrio entre agricultura y medioambiente, irán más de la mano" y aunque continuará la agenda verde se hará con más consenso.

Lo más decisivo, ha añadido, es que la UE debe negociar su



Las protestas de los agricultores se han sucedido a lo largo del primer semestre del año. / ARCHIVO

presupuesto para 2028-2035 y que, si antes de las movilizaciones se temía que bajaran los fondos agrícolas, "ahora hay más optimismo y cabe esperar que al menos se mantengan."

Según las presidentas de la Asociación Española de Economía Agroalimentaria, Eva Iglesias y Marga Brugarolas, pese a la emergencia climática, las protestas han puesto freno a la ambición ambiental "dejando patente que es necesario un mayor diálogo, más flexibilidad y un periodo de transición más largo".

Iglesias (Universidad Politécnica de Madrid, UPM) y Brugarolas (Universidad Miguel Hernández de Elche) han señalado, en respuestas escritas, que "siguen existiendo reivindicaciones de algunas voces del sector en aspectos que consideran pendientes". Entre ellos, las impor-

Entre los logros de las movilizaciones destacan una revisión de la PAC que antes del semestre parecía intocable, un conjunto de propuestas del Gobierno o el giro en la representatividad agraria española

taciones de productos de terceros países o las exigencias de la ley de la cadena alimentaria.

Por su parte, el catedrático de Economía y Política Agraria de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos de la UPM, Alberto Garrido, ha señalado que los cambios no son sustantivos, en la PAC o en el campo, sino "retoques" y opina que la repercusión mediática fue puntual.

■ LA NUEVA COMISIÓN

Los expertos coinciden en que todo depende del nuevo equipo de la Comisión Europea y de

su responsable de Agricultura; el Comité de Organizaciones Agrarias y Cooperativas comunitarias (Copa-Cogeca) ha pedido una vicepresidencia agrícola.

García Azcárate ha aventurado que el nuevo comisario tendrá una cartera más reforzada y más peso político que el actual, Janusz Wojciechowski (de la familia política de Vox), cuya inacción ha sido criticada.

■ CASO ESPAÑOL

Respecto a España, García Azcárate ha opinado que hay paralelismo con la UE, ya que antes

de las protestas se vieron discrepancias entre los ministerios de Transición Ecológica "que ejerció una presión muy fuerte" y el de Agricultura, Pesca y Alimentación. El experto ha confiado en un resto de legislatura nacional más agrícola.

No obstante, ha augurado que el ambiente político dificultará acuerdos en las comunidades autónomas, no tanto por el color de los partidos, sino por la polarización.

Como ejemplo ha apuntado a la controvertida Ley comunitaria de Restauración de la Naturaleza, a la que algunas autonomías se han opuesto "frontalmente", lo que plantea dudas sobre su aplicación.

■ REPRESENTACIÓN AGRARIA

Otro resultado evidente es la representatividad de las organizaciones agrarias ante el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). Frente a las mayoritarias que inicialmente se movilaron juntas —Asaja, COAG y UPA—, Unión de Uniones ha ganado portavocía al suscribir el acuerdo con el MAPA.

García Azcárate ha celebrado ese reconocimiento; por el contrario, ha mostrado inquietud por los movimientos "radicales" surgidos, que "desbordan" al sindicalismo agrario clásico.

El ingeniero agrónomo y experto en PAC ha señalado que, tras las elecciones, empieza ahora un periodo estable en el que sería deseable "un gran acuerdo" entre el Gobierno y el sector.

Según Iglesias y Brugarolas, las restricciones ambientales, que elevan los costes de producción, se perciben como las causantes de la pérdida de competitividad de los agricultores de la UE.

Por ello, ven importante "poner el acento en una estrategia de alimentación" que promueva que los consumidores reconozcan el valor y la calidad del producto comunitario y español.

La importación hortofrutícola crece en el primer cuatrimestre

Desde Fepex señalan que los datos analizados siguen confirmando la tendencia alcista de los últimos años

► VF. REDACCIÓN.

La importación española de frutas y hortalizas frescas en el primer cuatrimestre del año creció un 6% en volumen y un 16% en valor respecto al mismo periodo de 2023, totalizando 1,5 millones de toneladas y 1.800 millones de euros.

Estos datos confirman la tendencia al alza de los últimos años.

La importación de hortalizas de enero a abril de 2024 ascen-

dió a 840.842 toneladas, con un crecimiento interanual del 9%, aumento que en valor alcanzó el 17%, totalizando 641,9 millones de euros. La patata supuso el 65% del volumen total de hortalizas importado por España en el periodo analizado y el 41% del valor, situándose en 548.000 toneladas y 264 millones de euros, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria, procesados por Fe-

pex. En cuanto a las frutas, la importación se situó en 730.265 toneladas, un 3,6% más que en el primer cuatrimestre de 2023, por un valor de 1.158 millones de euros, un 15% más. El plátano, con 122.897 toneladas, es la fruta más importada, seguida de la manzana, con 69.813 t; el aguacate, con 66.212 t; la naranja, con 65.148 t y la piña, con 59.613 t. Según Fepex, las estadísticas hasta abril muestran de nuevo el dinamismo del



De nuevo, la patata ha representado el volumen más alto de las hortalizas importado por España durante el periodo analizado, con un 65% sobre el total. / ARCHIVO

mercado de importación español, en la mayoría de las frutas y hortalizas, preocupando es-

pecialmente el crecimiento en productos de gran arraigo en la producción española.

OPINIÓN

Viaje de Intercitrus: hasta aquí llegamos las cooperativas

Por CIRILO ARNANDIS (*)

Cooperativas Agro-alimentarias de España solicitó la semana pasada su baja de la interprofesional citrícola, Intercitrus. Como presidente de la sectorial citrícola de esta organización me gustaría explicar nuestra decisión, consensuada y muy meditada. Cooperativas decide dar ese paso —tan frustrante, como inevitable— no como un punto final, sino como el principio de otra etapa, otro proyecto, quizá.

No hace falta que recordemos en detalle el recorrido de Intercitrus, que ya tiene más de 25 años. La historia simplemente se podría resumir en tres actos.

Primero, una fase de más de una década, en la que la organización fue pionera y logró aglutinar los intereses del sector citrícola español generando un foro de diálogo e intercambio y —sobre todo— construyendo un proyecto de promoción del consumo, precursor, materializado a iniciativa de productores, cooperativas, comercio e industria, que recibió el respaldo de las administraciones y el reconocimiento del sector citrícola español. Sin ser pretencioso ni resultar excesivamente nostálgico, creo que no es exagerado afirmar que Intercitrus fue entonces un modelo a seguir para otras interprofesionales españolas y quien abrió camino para que el sector agroalimentario español emprendiera acciones colectivas de promoción sectorial al amparo de la política que las apoyaba desde Bruselas. Actualmente hay 26 interprofesionales reconocidas en España, muchas de ellas con exitosas campañas de promoción plurianuales en marcha, beneficiarias de ese apoyo financiero comunitario.

Segundo acto: en un momento dado, los miembros de la organización fuimos incapaces de poner nuestros objetivos comunes por delante de algunos particulares y, de la noche a la mañana, se apagó la luz, en 2012. Se paralizó la promoción, se perdieron los fondos públicos, se entró en una fase de latencia y la interprofesional desapareció del mapa.

Tras 8 años de oscuridad (que cada uno habrá sobrellevado como habrá podido —en mi caso con una profunda rabia e impotencia—), en 2020, decidimos encender, otra vez juntos, una candela. Cooperamos todos generosamente y fuimos capaces de actualizar administrativamente la organización, de dotarle de medios físicos y personales y de reanudar cierta actividad de interlocución (interna, además de con las administraciones autonómicas, estatales, comunitarias y con otras organizaciones europeas) que resultó de gran utilidad, particularmente en el terreno de la política fitosanitaria. En efecto, la interprofesional contribuyó al empujón final necesario para que España recibiera de



Cirilo Arnandis analiza la trayectoria de Intercitrus y argumenta las razones de la salida de las cooperativas de la interprofesional. / CAAE

“Después de estos dos últimos años, no podemos ocultar (y no hemos podido evitar) que la interprofesional se encuentra en un bucle: no homologamos un contrato que sin embargo utilizamos generalizadamente, y condicionamos el relanzamiento de la actividad promocional a la existencia de esa homologación, imposibilitando así emprender la iniciativa que todo el sector —todo— considera que es prioritaria”

“Ese bucle es ya insostenible y, llegados a este punto, nuestros órganos de gobierno han decidido salir de él. Reorientar nuestros esfuerzos. No estamos siendo útiles quedándonos en esa posición. Por eso, pedimos disculpas si quedaba alguna baza que no hemos sido capaces de jugar y decidimos dar un paso atrás. Un paso hacia fuera. Hasta aquí hemos llegado las cooperativas como miembros de Intercitrus”

Bruselas ¡por fin! un refuerzo de la protección fitosanitaria en la frontera de la UE que llevábamos años reclamando. Fueron años de muy buena predisposición por todas las organizaciones miembro y no puedo sino reconocer la generosidad de las tres personas que han ocupado sucesivamente la presidencia, así como la implicación de la directora de la organización, durante este periodo que sería el “tercer acto”.

En verano de 2022, Cooperativas Agro-alimentarias de España accedió a la presidencia y propuso dos grandes objetivos para su mandato anual, a través de los cuales consolidar el relanzamiento de la interprofesional: uno, consensuar un modelo de contrato de compraventa de mandarinas y naranjas y, dos, relanzar un proyecto de promoción del consumo

de ambos productos. Esos mismos objetivos guiaron también nuestra actividad como vicepresidentes en la campaña 2023-2024.

El primer objetivo podría haber sido inmediato si se hubiera optado por —simplemente y modestamente— plasmar en un contrato tipo estrictamente las estipulaciones referidas en la nueva “Ley de la Cadena”, es decir, las mismas condiciones que se están —en la práctica— ya aplicando por los operadores en el campo de la citricultura española, nos gusten estas más o menos. Desde cooperativas no hemos sabido entender, sinceramente, las motivaciones para negar esa posibilidad “de mínimos”. Nuestra organización es la menos concernida por esta cuestión, a pesar de lo cual hemos intentado mediar entre las

dos posiciones desavenidas. Ha sido sin éxito, ¡Lo lamento!

El segundo objetivo debería haber sido irrefutable. Irrefutable, a la vista de los varios factores que confluyen actualmente y que nos obligan a remangarnos —todos— ineludible y urgentemente para mejorar la posición de nuestras naranjas y mandarinas en los mercados, aprovechando los apoyos a la promoción a nuestro alcance: la cofinanciación por la UE (de hasta el 80%) y la herramienta recaudatoria de la extensión de norma. Citaré cinco de esas razones ineludibles: 1. La grave tendencia a la baja del consumo de cítricos; 2. La creciente presión de las importaciones hacia la UE de producto de terceros países y la necesidad de poner en valor el “made in EU” para diferenciarse en el mercado comunitario y atraer y fidelizar al consumidor europeo; 3. Los vientos —insuficientes desde la opinión pública y de las administraciones— que corren a favor de una dieta más saludable, más vegetal; 4. La necesidad de recuperar para nosotros los atributos positivos que son propios y característicos de las frutas y hortalizas frescas pero de los que se está apropiando la industria de ultraprocesados... 5. La demostración, por la experiencia, de que cuando los distintos actores del sector han colaborado para hacer promoción, el trabajo en común fue muy eficaz.

A pesar de todos esos argumentos de peso, tampoco hemos sido capaces de reunir los suficientes apoyos para este tipo de iniciativa. ¡Lo lamento mucho más!

Después de estos dos últimos años, no podemos ocultar (y no hemos podido evitar) que la interprofesional se encuentra en un bucle: no homologamos un contrato que sin embargo utilizamos generalizadamente, y condicionamos el relanzamiento de la actividad promocional a la existencia de esa homologación, imposibilitando así emprender la iniciativa que todo el sector —todo— considera que es prioritaria... Es un bucle incomprensible y absurdo, en el que Cooperativas Agro-alimentarias de España se encuentra atrapada con enorme impotencia y frustración. Volvimos a dejar pasar el tren de la convocatoria de ayudas comunitarias a la promoción (convocatoria 2024) y percibimos que este barco no llegará a ningún puerto.

Ese bucle es ya insostenible y, llegados a este punto, nuestros órganos de gobierno han decidido salir de él. Reorientar nuestros esfuerzos. No estamos siendo útiles quedándonos en esa posición. Por eso, pedimos disculpas si quedaba alguna baza que no hemos sido capaces de jugar y decidimos dar un paso atrás. Un paso hacia fuera. Hasta aquí hemos llegado las cooperativas como miembros de Intercitrus.

Tengo la firme convicción de que esta decisión de nuestros socios, no es destructiva, es constructiva. Ponemos un punto y aparte y, desde ya, estamos a disposición y apoyaremos incondicionalmente cualquier iniciativa que el sector citrícola español pueda imaginar para el futuro, que tenga por objetivo prioritario la promoción que tanto necesitamos, así como tantos otros proyectos en los que podríamos colaborar (el seguimiento de los mercados intra y extra comunitarios, la innovación, la apertura de mercados en terceros países, la adaptación del sector a la creciente regulación medioambiental y de sostenibilidad, seguir reivindicando una política comunitaria de protección fitosanitaria en frontera eficaz serían algunos de ellos).

Respecto a ese futuro proyecto —nuevo o renovado— que espero que algún día prospere para bien de nuestros productores de naranja y mandarina, sugeriría, que apliquemos las lecciones aprendidas en estos años y, a modo de despedida, me atrevería a destacar 5 de esas lecciones:

1. A pesar de las diferencias entre eslabones de la cadena y organizaciones, existen motivos e instrumentos para colaborar y trabajar en objetivos comunes en el sector de las naranjas y las mandarinas español (y europeo) y grandes posibilidades de éxito, si sobreponemos el interés general del sector, por encima de objetivos cortoplacistas o personalistas.

2. La fórmula de la interprofesional, que está funcionando en tantas otras producciones puede servir también a nuestro sector, aunque corrigiendo ciertas limitaciones que en su día nos autoimpusimos. Dos ejemplos: adoptar las decisiones por unanimidad, debe ser un objetivo, pero no una obligación; la presidencia plurianual (y no rotatoria cada año) es necesaria para dar cierta estabilidad al proyecto y comprometer más a sus miembros.

3. La ubicación de la sede no puede condicionar ni servir de excusa para que nadie quede fuera del proyecto: en el contexto actual, donde el teletrabajo, las conexiones online y otras herramientas colaborativas han facilitado enormemente la conexión a distancia, la sede social puede estar en cualquier región productora, o en Madrid, o en Finisterre, o ser itinerante o virtual... y esa ubicación no debería condicionar en nada la actividad de la organización.

4. Necesitamos a todos los eslabones de la cadena y a todos los representantes; nadie que quiera contribuir debería quedar fuera; tenemos demasiadas tareas pendientes de interés general, como para prescindir de ningún músculo.

5. Siendo conscientes de la amplitud del margen de maniobra de una interprofesional y teniendo en cuenta los intereses de las partes, deberíamos centrarnos en sacar adelante el objetivo de la promoción (objetivo urgente, necesario e incontestable) y, además, ampliar el radio de acción hacia los otros objetivos compartidos.

(*) Presidente del Grupo de Trabajo de Cítricos de Cooperativas Agro-alimentarias de España

El consumo de hortalizas anota su segundo peor dato en 10 años

Los españoles han consumido hasta marzo 49,7 kilogramos/per cápita de hortalizas frescas, una cifra que está lejos de los 60,6 kilos de 2015

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

A diferencia de las frutas, las hortalizas frescas han conseguido amortiguar la caída de su consumo gracias a una leve subida respecto al año pasado. Aún así, los datos del último año móvil hasta marzo de 2024 suponen el segundo peor registro en la última década.

En total, los españoles han consumido hasta marzo de este año 49,7 kilogramos/per cápita de hortalizas frescas, una cifra que está lejos de los 60,6 kg/per cápita de 2015 y que acentúa el descenso en la ingesta de los productos frescos.

La cifra de consumo de 2023 supone el peor dato de los últimos diez años sólo por detrás de 2013, cuando los españoles hicieron una ingesta de 49,2 kg/per cápita, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Con este aumento de apenas 0,5 kg por persona y a pesar de haber caído más de 10 kg en la última década, las hortalizas han conseguido, por ahora, amortiguar la caída y remontar su consumo en los últimos meses, un hecho que no ocurre en el caso

de la fruta fresca. La ingesta de estos productos se encuentra, desde hace una década, en caída libre, con una disminución de un 24,8% desde 2013, según los últimos datos del Ministerio de Agricultura.

■ EL TOMATE, LA HORTALIZA QUE MÁS CAE

De todas las hortalizas analizadas por el Departamento en el Panel de Alimentación 2023, los tomates registran un doble récord, tanto a nivel positivo como negativo. Por un lado, es la hortaliza preferida dentro de la categoría de hortalizas frescas, con un total de 11,5 kg/per cápita: por otro, se posicionan entre aquellos productos que han registrado un descenso más abultado en su ingesta. En total, los españoles han dejado de comer 2,6 kg de este producto, pasando de los 14,1 kg/per cápita en 2015 a los 11,5 kg/per cápita hasta marzo de 2024.

En cuanto el resto de hortalizas frescas analizadas por el Ministerio de Agricultura, los datos revelan que, hasta marzo de este año, se ha producido una bajada generalizada en todas las categorías.



El tomate se posiciona entre las hortalizas que han registrado un descenso más abultado en su ingesta. / ARCHIVO

La cifra de consumo de 2023 supone el peor dato de los últimos diez años sólo por detrás de 2013, cuando los españoles hicieron una ingesta de 49,2 kg/per cápita

Aquellas que registran un menor descenso son las cebollas, que pasan de los 6 kg/per cápita durante este año a los 7,5 kg/per cápita en 2015 y las coles que, a su vez, se posicionan como las menos consumidas junto con las judías verdes.

■ LOS PRECIOS

Y si el consumo ha caído en estos últimos diez años, el precio de estos productos ha realizado el camino inverso, registrando un incremento de su coste en los lineales de los supermercados.

Según los últimos datos del Ministerio de Agricultura, las hortalizas frescas (en este caso también incluidas las patatas) han visto aumentar su precio

medio un 7,9% hasta marzo de 2024, respecto al mismo periodo del año anterior. Al detalle, el precio medio de las hortalizas frescas se ha situado en 2,05 euros/kg en el último año móvil, mientras que el año pasado fue de 1,90 euros/kg.

A cierre del ejercicio 2023, el gasto per cápita se ha incrementado en un 7,5%, cerrando en 114,89 euros por persona y año, según los datos del Informe del Consumo de Alimentación en España 2023.

■ CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN

En este contexto generalizado de bajada de consumo de productos frescos, tanto de frutas como de hortalizas, los productores

apuestan por fomentar las campañas de promoción e información sobre los beneficios de estos alimentos.

Por ejemplo, la federación de productores y exportadores Fepex considera que “sería positivo” reforzar las campañas de información al consumidor ya que, de esta forma, “se revertiría la tendencia de retroceso de la demanda”.

También comparte esta opinión el responsable del sector de las frutas y hortalizas de la organización agraria COAG, Andrés Góngora, quien ha mostrado la “preocupación” del sector por la caída del consumo de frescos debido, ha deslizado, por la subida de su precio.

“Es necesario un incentivo para el consumo de este tipo de productos, sobre todo en las edades más inferiores, que es donde se crean los hábitos de consumo”, concluye el dirigente agrario.

Nace la primera aceleradora de emprendimiento del sector agroalimentario catalán

Impulsada por Afrucat y FEMAC, esta nueva iniciativa busca desarrollar el talento en el sector agrario y alimentario

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

FEMAC (Clúster de la maquinaria y medios de producción agrícola) y Afrucat (Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña) han presentado la primera “Aceleradora de Emprendimiento del sector agroalimentario” en Cataluña.

La aceleradora de emprendimiento tiene como objetivo buscar, dar visibilidad e impulsar el talento (joven o no) y el emprendimiento de proyectos empresariales viables en el sector agrario y alimentario catalán. España es el tercer país, detrás de India y los EEUU en empresas emergentes (startups) del sector agrotech.

Pero a la vez, encuestas realizadas en los últimos años muestran como una de las principales motivaciones de futuro del estudiante universitario catalán es trabajar por cuenta

ajena o ser funcionario público. Y sin duda la base empresarial y emprendedora del sector agrario y ganadero del país se sustenta y tiene sentido gracias a los productores y productoras, ganaderos y ganaderas, que con su propio proyecto empresarial son la base del sistema alimentario catalán. Aun así, los desequilibrios comerciales oferta-demanda, la atomización del sector, y las inclemencias climatológicas, aportan incertidumbre, riesgo y, por lo tanto, esto nos está llevando a una carencia de relevo generacional en nuestro campo. Por este motivo que resulta imprescindible innovar, digitalizar, promocionar, visibilizar y hacer, en definitiva, más atractivo el sector agrario a las nuevas generaciones de jóvenes. Nuevas generaciones que valoran mucho las nuevas tecnologías, el respeto medioambiental,

y la compatibilización entre el tiempo de trabajo y el tiempo personal.

El impulso y la promoción del emprendimiento es, por lo tanto, capital para el futuro del sector agroalimentario. Con este objeto nace EMPRENA-GRO.CAT, la nueva plataforma que quiere dar visibilidad al talento, a los emprendedores y a los proyectos innovadores en el sector agrario, ganadero y alimentario. La aceleradora abre convocatoria pública para la presentación de proyectos hasta el próximo 15 de septiembre. A partir de esta fecha hasta diciembre se proporcionará a los candidatos un programa de formación empresarial, en emprendimiento, innovación y liderazgo empresarial. Además, se contará con sesiones de mentorías por parte de profesionales acreditados en función del



Presentación del proyecto enfocado al sector agroalimentario catalán. / AFRUCAT

perfil y necesidades del candidato emprendedor.

La aceleradora hará una mención y reconocimiento especial a los mejores proyectos emprendedores, celebrando una clausura del programa a finales de año y otorgando premios de 1.000 euros, 750 euros y 500 euros a los mejores proyectos.

En esta primera convocatoria se pueden presentar candidatos de diferente perfil: estudiantes de ciclos y grados superiores en FP o de escuelas agrarias; jóvenes e hijos de agricultores que se quieren incorporar a la explotación familiar y “vienen con nuevas ideas”; estudiantes de grado de la universidad que quieren aprender sobre

emprendimiento; académicos y trabajadores de empresa que quieren emprender una aventura empresarial; y trabajadores en situación de paro.

Los candidatos se pueden inscribir en el programa mediante el portal: www.emprenagro.cat.

La aceleradora está impulsada por la FEMAC, Afrucat y la consultora Imak, y cuenta con la colaboración y el apoyo de Agrobank, Global Lleida Inversores, CIDA, Parque AgroBiotech, Clúster Innove, Clúster Food Retail y Link Up. El proyecto recibe el apoyo del Departamento de Empresa y Trabajo del programa ‘Primero por Aceleración’ de la Generalitat de Cataluña.

Agrocultivos

La campaña de fruta de verano avanza con luces y sombras

La temporada presenta buen volumen de cosecha y calidad pero cae el consumo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de frutas de verano evoluciona con luces y sombras. Por un lado, las temperaturas, sin picos de calor abultados, han derivado en una buena producción y calidad. Sin embargo, esta misma realidad conduce a un consumo más reducido de sandía, melón, pera y manzana.

La producción de la mayoría de las frutas de verano, en general, ha evolucionado, hasta la fecha, de forma favorable gracias a unas temperaturas no demasiado altas, a diferencia del estrés hídrico que sufrieron el año pasado cultivos como el de melón y sandía.

En este contexto, la fruta de pepita —pera y manzana— son las únicas categorías que ha sufrido un descenso. Por ejemplo, según los datos que manejan los productores en zonas como Cataluña, la cosecha de pera se va a reducir un 30% debido a la sequía. En total, Afrucat prevé un volumen de producción de 80.426 toneladas para este verano, con un “bajón” generalizado en la mayoría de las variedades.

De otro lado, las inclemencias meteorológicas, como la tormenta de granizo de hace dos sábados, reducirán más del 60% de la producción de melocotón, nectarina, pera y manzana en algunas zonas de Lleida, según la información de la Unió de Pagesos.

■ EL MELÓN Y LA SANDÍA

Con la campaña de invernadero finalizada, los productores de melón y sandía encaran ahora el resto de producción con



La meteorología, excepto para la pera y la manzana, ha sido favorable para la producción de fruta de verano. / ARCHIVO

“preocupación”, ya que, a pesar de que la campaña está siendo buena, julio ha traído una bajada de precios generalizada. Así lo constata el responsable del sector de frutas y hortalizas de la organización agraria COAG, Andrés Góngora, quien apunta a “una mala racha” debido al descenso en el consumo.

“Necesitamos que aumente el consumo, seguimos teniendo competencia con la sandía de Marruecos, que está posicionada muy fuerte en el mercado exterior”, ha detallado el

dirigente agrario, a la vez que ha previsto una mejora del consumo con el inicio del periodo vacacional.

En la Región de Murcia, los últimos datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) apuntan a un ligero descenso en la superficie de producción de melón y sandía.

En el caso del melón, las previsiones son de 4.170 hectáreas, una caída del 7,4% respecto al año anterior y, en cuanto a la de sandía, se han plantado 2.775, al igual que el 2023 pero un 6,6%

menos que la media de los últimos cuatro años.

En esta misma región, las organizaciones Proexport y Fecoam han sostenido que la DANA de los últimos días de junio ha afectado a los cultivos, pero sin llevar a que falte producto en los lineales.

■ LA FRUTA DE HUESO

La evolución de la campaña de fruta de hueso está siendo buena. Según los datos del MAPA, se ha producido un alza del 10% de la producción respecto al año pasa-

do y del 13% respecto a la media del último lustro. El avance del Ministerio de Agricultura apunta a la cereza como la categoría que más va a crecer en producción, con unas 152.446 toneladas, un 46% más.

Pero estos buenos datos no acompañan a la sensación general del sector, pues, según relata el responsable de fruta de hueso de COAG, Osvald Esteve, los productores no están recibiendo unos “precios justos” en origen.

“Hay una gran presión a la baja por parte de las superficies”, ha asegurado el representante agrario, si bien el sector no cuenta con un “exceso de producción” que evita “problemas en las ventas”, ha reconocido.

■ FRUTA DE PEPITA

La fruta de pepita lo ha tenido más difícil que las anteriores categorías, ya que ha sufrido los estragos de la falta de agua, que ha repercutido especialmente en Cataluña.

En términos generales, el avance de producción del MAPA apunta a una recuperación de la producción total para esta campaña. Y según los datos provisionales, la campaña se situaría en unas 887.300 toneladas, un 18,8% más que la campaña 2022/2023 y una subida del 1% respecto a la media de las últimas cinco.

Sin embargo, al igual que en el caso del melón y la sandía, también cae el consumo en los hogares, en concreto, de la pera y de la manzana. La cifra de consumo de estas dos frutas prevista en la campaña 2023/2024 es la más baja en los últimos diez años, según las previsiones del Ministerio de Agricultura.

En total, el consumo de manzana ha registrado una caída del 2,4% respecto al anterior y del 11% respecto a la media de los últimos cinco años. En el caso de la pera, esta fruta anota una previsión de consumo de 91.094 toneladas, que supone un 15% menos que el año anterior.

Algunas zonas de la Axarquía no están incluidas en el riego de emergencia

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Agricultores de la comarca malagueña de la Axarquía aseguran que más de 400 hectáreas del margen derecho del río Guaro y un número indeterminado de la zona izquierda carecen de derecho al riego de emergencia de 3 hm³ de agua del pantano de La Viñuela iniciado hace unos días.

Alfredo Moreno, agricultor de la localidad de Benamargosa, ha explicado que cuando se iban a repartir entre las comunidades de regantes las dotaciones de agua adjudicadas por la Junta de Andalucía para 6.535 hectáreas del Plan Guaro, se encontraron con la sorpresa de que no estaban incluidas numerosas hectáreas, por lo que no tendrán derecho a recibirla aunque tengan la concesión de la cuenca.

Ante ese riego de socorro, ha añadido que en la Junta Central de Usuarios del Sur del Guaro, que agrupa a comunidades de regantes del margen derecho, han detectado que faltan, por causas desconocidas, más de 400 hectáreas por incluirse, 110 de ellas en el caso de su comunidad, la del Valle del Río Benamargosa.

Desde la Junta de Andalucía aseguran que los riegos de emergencia se consensuaron con los agricultores en múltiples reuniones y quedaron de acuerdo y que ni a la Junta Central de Regantes del Sur del Guaro, ni a la comunidad de regantes de Benamargosa les consta que ninguna superficie de la zona regable con derecho a riego se haya quedado fuera. No obstante, en una reunión en-

tre la Junta y los agricultores celebrada el pasado viernes, los representantes de la administración han explicado, según Moreno, que el reparto se hizo según los datos de la cartografía de 2022 que le presentaron las comunidades, documentación que aportarán para comprobar si es correcta o no.

El referido riego de emergencia de tres meses supone hasta 500 m³ por hectárea y año para el total de la zona regable del Plan Guaro, se mantendrá hasta el 27 de septiembre y se suma a los 22 hm de aguas regeneradas que ya se usan para riego agrícola en la zona.

Alfredo Moreno, portavoz de la Plataforma ‘6-F’ en las pasadas movilizaciones agrícolas para reclamar precios justos e inte-

grante de la Plataforma para la Defensa de la Agricultura en la Axarquía, también ha lamentado la alta salinidad del agua que reciben. En este sentido, ha precisado que los índices registrados superan más del doble de lo que permiten cultivos como el de aguacate y que, en consecuencia, en su zona se están cortando este tipo de árboles.

También ha incidido en la problemática que entrañan las aguas regeneradas que les proporcionan por el nivel de cloruros que introducen en la tierra.

Un reciente informe de laboratorio, sobre aptitud de riego de esas aguas en una depuradora de residuales de la zona, reveló hasta 432 miligramos por litro de cloruros cuando no se deben superar los 100.

Moreno lo considera perjudicial porque “se pierden los árboles” y existe el problema añadido de “lo que queda en la tierra”, al tiempo que duda de que se pueda disminuir la salinidad del aporte procedente de la depuradora de Torre del Mar con la solución prevista de ejecutar una obra de encamisado.

Precisamente, la Junta General de la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol-Axarquía aprobó recientemente una moción institucional en apoyo a las demandas de la Plataforma de la Agricultura de la comarca, que reclama solucionar la alta salinidad de las aguas regeneradas para el riego agrícola al objeto de que puedan usarse independientemente del cultivo al que vaya dirigido.

Este organismo público también instó a todas las administraciones a estudiar el precio del agua regenerada. El colectivo demanda que el agricultor sólo asuma el coste del rebombado de estas aguas hasta las comunidades de regantes.

La sequía y el granizo han causado daños en 186.400 hectáreas en Aragón

Una tormenta de granizo afecta a 4.000 ha de frutales en Mequinenza (Zaragoza)

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Los agricultores aragoneses han presentado en lo que va de año declaraciones de daños, por sequía, fauna, pedrisco, inundación, lluvia, viento e incluso incendio, en 207.459 hectáreas.

La falta de precipitaciones y las fuertes granizadas, como principales causas, han dejado pérdidas en una superficie de casi 186.400 hectáreas, el 90% del total. De la superficie asegurada siniestrada, se han declarado pérdidas en casi 159.654 hectáreas, de las que la mayor parte se encuentran en la provincia de Teruel, donde las declaraciones por este siniestro rozan las 76.500 hectáreas, repartidas principalmente en las comarcas del Jiloca y Albarracín, pero también en la serranía de Montalbán y la Hoya de Teruel.

Zaragoza y Daroca son las zonas más afectadas por la sequía en la provincia zaragozana donde la superficie asegurada siniestrada supera ya las 65.000 hectáreas. Menos daños se han registrado en Huesca, donde las pérdidas por falta de lluvias se han extendido por unas 14.500 hectáreas.

Respecto a los efectos del granizo, hasta el pasado 28 de junio, se habían presentado partes de daños correspondientes a 25.226 hectáreas, a las que hay que sumar otras 1.500 hectáreas de las tormentas más recientes.

Los cultivos herbáceos extensivos, como el cereal de secano, han sido los más perjudicados por el impacto de la sequía.

Los leñosos, sobre todo frutales que se encuentran ahora en plena campaña de recolección, han sido los peor parados por el impacto del pedrisco, que también ha dañado viñedo, olivar y almendros.

Para aligerar las peritaciones, Agroseguro ha reforzado su personal con 17 peritos, que han llegado a Aragón de otras zonas, con los que suman un total de 47 profesionales los que trabajan en esta comunidad.

■ GRANIZADA EN MEQUINENZA

La granizada caída la madrugada del 30 de junio al 1 de julio causó innumerables daños en el término municipal de Mequinenza, donde se vieron afectadas 4.000 hectáreas, y en el de Fayón, con 300 hectáreas, en la provincia de Zaragoza.

Las rachas de viento, acompañadas de una intensa lluvia y una fuerte granizada, provocaron daños en las cosechas de melocotón, nectarinas, cerezas y otras variedades. También en buena cantidad de olivos centenarios y diversas cosechas.

Los daños van a sobrepasar la campaña actual y se notarán al menos durante cinco o diez años, pues muchos árboles tendrán que ser arrancados.



Efectos de la tormenta de agua, viento y granizo en los frutales de Mequinenza. / AYUNTAMIENTO DE MEQUINENZA



El pedrisco también causó importantes afecciones en infraestructuras: granjas, casetas de riego, almacenes agrícolas y caminos.

Por eso, el Ayuntamiento de Mequinenza acordó, por unanimidad, instar a la Delegación del Gobierno en Aragón, al Gobierno de Aragón, a la Dipu-

tación Provincial de Zaragoza y a la Comarca del Bajo Cinca que soliciten al Consejo de Ministros la declaración de Zona Afectada Gravemente por una emergencia de Protección Civil.

De forma paralela, se ha pedido la puesta en marcha de líneas de ayuda por los daños en explotaciones, líneas de préstamos preferenciales, subvenciones para hacer frente a daños causados en infraestructuras municipales o exenciones fiscales. Además, se ha solicitado a Agroseguro que agilice las peritaciones y el pago de las indemnizaciones que correspondan.

Por otra parte, una tormenta de granizo, acompañada de

Los agricultores aragoneses han presentado en lo que va de año declaraciones de daños, por sequía, fauna, pedrisco, inundación, lluvia, viento e incluso incendio, en 207.459 hectáreas

viento y lluvia, caída en la localidad turolense de Mazaleón provocó daños en viviendas, mobiliario urbano y en las plantaciones de melocotoneros, especialmente en las que fueron replantadas hace unos ocho meses tras ser afectadas por el virus de la sharka, lo que obligó a arrancar miles de ejemplares.

Además de los melocotoneros, cuyos jóvenes ejemplares fueron arrancados de cuajo, por el fuerte viento, la mayoría de los cultivos se vieron afectados. Por ejemplo, en algunas plantaciones de olivar, la práctica totalidad de la cosecha cayó al suelo.

■ BAIX SEGRE

La granizada de la tarde del día 6 de julio dejó daños en varios puntos de la zona del Baix Segre, en el suroeste de la comarca del Segrià. A falta de una valoración definitiva, Unió de Pagesos señaló que las pérdidas de cosecha podrían cifrarse entre el 60 y el 100%, en función de la zona.

La parte más importante de las afectaciones se registró en la cosecha fruta dulce como por ejemplo melocotón, nectarina, pera y manzana, mucha de la cual era fruta que ya estaba a punto para ser cosechada de los árboles. También se vivieron pérdidas en algunas explotaciones de huerta de esta misma zona.

Ante este escenario, el sindicato ha pedido a la entidad aseguradora Agroseguro la máxima celeridad para valorar los daños para poder indemnizar de manera justa el campesinado afectado. Al mismo tiempo, Unió de Pagesos también insta el Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural a que aplique medidas compensatorias para las explotaciones afectadas como por ejemplo la adecuación de la fiscalidad del IRPF a las pérdidas que se contabilicen.

Comienza el pago de indemnizaciones

Agroseguro comenzó el pasado 11 de julio a abonar las indemnizaciones por los daños sufridos este año en la cosecha de cultivos herbáceos, con 49 millones de euros. Corresponden mayoritariamente a cereal de invierno, ya que, al ser el cultivo más extendido, es también el que más daños presenta.

La región que más indemnizaciones recibe en esta primera fase de pago es Cataluña, a la que corresponden 19,2 millones de euros, de los que 14,1 millones se abonarán en Lleida, 3,5 millones en Barcelona, 1,3 millones en Tarragona y 0,3 millones en Girona. La sequía es el riesgo que ha provocado los mayores daños, acumulando 15,2 millones.

En segundo lugar se sitúa Aragón, con 15,4 millones de euros, repartidos por pro-

vincias con 6,8 millones en Teruel, 6,7 millones en Zaragoza y otros 1,9 millones en Huesca. En total, se han abonado 11,4 millones por sequía y 1,3 millones por pedrisco.

Por su parte, los productores de Castilla-La Mancha reciben indemnizaciones de 9,3 millones, principalmente asegurados de Albacete, con 7,5 millones. Por riesgo, también la sequía (7,1 millones) y pedrisco (1,3 millones) suman los mayores importes.

El resto de las indemnizaciones corresponde a otras zonas de producción temprana de cultivos herbáceos: Andalucía (2,2 millones), Región de Murcia (1,3 millones) y Comunidad Valenciana (1,2 millones), así como algunos siniestros en Extremadura e Islas Baleares.

A partir de esta primera fase de pago, y según avancen los trabajos de evalua-

ción de daños, Agroseguro continuará abonando semana a semana el resto de los siniestros en explotaciones de cultivos herbáceos de estas regiones, así como de zonas de producción más tardías.

Tras cerrar una campaña de 2023 con una siniestralidad histórica de 476 millones de euros en cultivos herbáceos, este año ha presentado una pluviometría más favorable, aunque irregular, ya que las precipitaciones primaverales en Andalucía, Cataluña, Aragón, Región de Murcia y la provincia de Albacete no fueron tan abundantes como en el resto de las zonas productoras.

La estimación total de indemnizaciones en la actual campaña de herbáceos, a 30 de junio, se eleva hasta los 107 millones de euros. ■

Cajamar intensifica sus colaboraciones con empresas y centros de investigación

El Centro de Experiencias de Cajamar en Paiporta mostró a los profesionales del sector agroalimentario los resultados de sus proyectos e investigaciones

► ÓSCAR ORZANCO. PAIPORTA.

El Centro de Experiencias de Cajamar en Paiporta celebró la semana pasada su jornada de puertas abiertas 2024. Más de 200 personas entre agricultores, técnicos y empresarios del sector agroalimentario, pudieron conocer los proyectos e investigaciones que se están llevando a cabo en estas instalaciones. Una cita que este año ha puesto el foco en el incremento de las colaboraciones con otros centros tecnológicos, de investigación y empresas privadas del sector agroalimentario, lo que genera sinergias positivas para todas las partes implicadas y favorece la sostenibilidad y el desarrollo de los cultivos.

En la jornada participaron el presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde, y el director territorial de la entidad en Valencia, Jesús García. En la presentación de las principales líneas de investigación, realizada mediante un recorrido por las instalaciones, intervinieron el director de Sostenibilidad del Grupo Cooperativo Cajamar, Roberto García Torrente; el director de Fundación Grupo Cajamar, Manuel Lainez; y el director del Centro de Experiencias, Carlos Baixauli.

Roberto García explicó que parte de las investigaciones que se realizan pertenecen a proyectos piloto vinculados a Cajamar Innova, la incubadora y aceleradora de empresas de alta tecnología del agua. Entre ellas se encuentra un sistema de sensorización a nivel de raíz en el funcionamiento de las plantas, para ajustar las necesidades de riego y conseguir ser lo más eficientes posibles manteniendo la máxima productividad, consumiendo el mínimo de agua y evitando excesos que laven los nutrientes y pierden abono. Con ese tipo de sensorización y las plataformas de las empresas con las que se está colaborando, el agricultor tiene información más sencilla de lo que se tiene que hacer, e incluso se generan riegos automáticos.

“Esto permite dar un paso más, puesto que ya no decide el hombre, sino que es la máquina quien decide cuando regar”, explicó Roberto García.

Las empresas que trabajan en este programa de sensorización procedentes de Cajamar Innova son Brioagro e Ikos. Ambos proyectos están en una fase muy avanzada, y ya se están comercializando sus productos.

“El éxito de introducir la sensorización ha llegado cuando las firmas tecnológicas han generado plataformas que ayudan a interpretar los datos para conocer qué está ocurriendo. Brioagro e Ikos son dos casos de éxito, son dos empresas de aceleración más que de incubación”, añadió Carlos Baixauli.

Desde Brioagro destacaron que el sistema riega solo. La información que se recoge en cam-



El director del Centro de Experiencias de Cajamar en Paiporta, Carlos Baixauli, muestra los cultivos de kiwiño. / ÓSCAR ORZANCO

po vía satélite se conecta con el equipo y lanza los riegos en función de los umbrales recomendados. De esta forma el agricultor consigue el máximo número de kilos por metro cúbico de agua. Gracias a la colaboración con Cajamar han obtenido resultados óptimos en sandía y pimiento.

Otra empresa con la que se colabora es Bihox, con un proyecto que inyecta oxígeno por aporte de microburbujas en la solución nutritiva, en el agua, y que incorpora una tecnología basada en la fotocatalisis. En el Centro de Experiencias de Cajamar en Paiporta se ha introducido en un sistema vertical de cultivo hidropónico al aire libre, que se muestra con un cultivo de lechugas. En el verano el sistema el agua se calienta, y por encima de 30°C el oxígeno se diluye peor. Es un elemento esencial para los cultivos, y al calentarse mucho el agua las plantas pueden llegar a morir por falta de oxígeno. Se están haciendo pruebas para ver qué tal funciona Bihox en estos sistemas de cultivo hidropónico en los que la temperatura del agua llega a ser limitante.

Carlos Baixauli aclaró que este producto ya se está comercializando, “pero aquí lo estamos probando en cultivo sin suelo y con agua sólo, en un sistema hidropónico”.

Más de 200 personas entre agricultores, técnicos y empresarios del sector agroalimentario, pudieron conocer los proyectos e investigaciones que se están llevando a cabo en estas instalaciones

Otras colaboraciones se realizan con empresas como Phillips, con los que se estudia la iluminación artificial para las zonas más sombreadas del sistema vertical del cultivo hidropónico, con el objetivo de que tengan una luz similar a las partes altas. Por ello se refuerzan con luz artificial a base de leds. “Lo interesante de este proyecto es que logramos obtener entre ocho o nueve cosechas anuales, y estamos multiplicando por cuatro la densidad de plantación. Es una fábrica de hacer lechugas”, destacó el director del Centro de Experiencias.

Con la empresa Fertinagro está en marcha un ensayo en pimiento con su tecnología de fertilizantes que incluyen unos bioestimulantes que tienen un efecto similar a las sustancias que crean las raíces de las plantas para conseguir mejorar su nutrición. El objetivo con estos aportes es reducir el uso de abonos de síntesis químicos.

Roberto García añadió que en temas de riego se están haciendo unos estudios de riego deficitario controlado con el cultivo del kaki

y granado. Para ello se usan los avances en sensorización. Se está trabajando también con infraestructuras verdes, cubiertas vegetales en cítricos o en otros frutales, o bien sembradas o malas hierbas que nacen de manera espontánea. Entre las calles de cultivo se mantienen estas cubiertas vegetales, estudiándose diferentes especies y modalidades.

“El objetivo es mejorar la biodiversidad y favorecer el control biológico por conservación. Con estas estrategias conservamos estos auxiliares que se alimentan de las plagas. Nos está funcionando bien, en colaboración con Agrobio, quienes también comercializan plantas para implantar esas infraestructuras verdes. Con la estrategia biológica hemos conseguido un buen control de la mosca blanca, una plaga que por ejemplo en la zona de La Ribera está causando problemas”, destacó el director de Sostenibilidad de Grupo Cajamar.

“Las estrategias de control biológico por conservación están funcionando muy bien. No es que no se hagan tratamientos contra

las plagas, pero se realizan con la fauna auxiliar que soltamos en los campos. Esto nos ha permitido, por ejemplo, no tener que tratar mosca blanca en kaki”, incidió Carlos Baixauli.

Los técnicos de Cajamar siguen avanzando en el proyecto Harnesstom, que responde a una iniciativa europea para la mejora genética del tomate en condiciones de altas temperaturas, sequía, salinidad y enfermedades emergentes. Es el cuarto año que se está trabajando en estos ensayos experimentales, al objeto de determinar los genes con los que se pueden conseguir variedades más resistentes al cambio climático, para reducir el impacto y continuar manteniendo la alta productividad. Las altas temperaturas, por encima de 32 o 33°C, hace que el polen de los tomates no sea fértil.

También, en colaboración con la empresa Projar, se solicitó un proyecto Ivace que consistía en producir una serie de cultivos frutales bajo invernadero con cubierta de malla, estudiando diferentes sustratos. Se ha trabajado con arándano, frambuesa, fruto de la pasión, moras y kiwiño. “El que más éxito ha tenido ha sido el de las higueras, dentro de invernadero y con cultivo sin suelo. Produce muy pronto, en el mismo año en que se planta, y el nivel de productividad es de casi el triple de lo que daría una plantación regular con regadío. Podemos estar siete meses recolectando higos de manera continuada”, destacó Carlos Baixauli.

En cuanto al kiwiño, un kiwi pequeño que no tiene pelo y se puede comer con piel, el director del Centro de Experiencias de Cajamar en Paiporta apostilló que “es un producto interesante pero le está costando entrar en el mercado”.

Junto con el Instituto de Biología Molecular y Celular de Plantas (IBMCP), que es un centro del CSIC y de la Universitat Politècnica de València, se está colaborando en otro proyecto en el que se detectan genes en tomate para incrementar la densidad de plantación, lo que permite cultivar más plantas por metro cuadrado. Con ello se mejoraría la productividad de este cultivo, ya que con menos suelo se conseguirían más kilos.

Otro proyecto interesante son los productos bioestimulantes que, aplicados en cultivos que tienen de por sí la capacidad de ser proteicos, como los guisantes, la moringa o el edamame, pueden incrementar el nivel de proteína en la planta. Es algo que el mercado demanda en la actualidad, por lo que tendría muy buena acogida.

La jornada de puertas abiertas en el Centro de Experiencias de Cajamar también permitió dar a conocer los trabajos de investigación en los que se está trabajando con el objetivo de conseguir productos hortofrutícolas más competitivos y rentables. Los asistentes a esta jornada tuvieron acceso a las 300 variedades de frutas y hortalizas que se están estudiando y a sus respectivas fichas técnicas, en las que consta toda la información y características relacionadas con cada producto y su cultivo.

Carlos Baixauli destacó las investigaciones que se están realizando en pimientos, tomates, berenjenas, melones, sandías, pepino y calabacines, para obtener productos de alta calidad y atractivos para el consumidor.

Huerta periurbana

En la jornada de puertas abiertas también se puso en valor la huerta periurbana de Valencia, que además de exportar sus productos hortofrutícolas, abastece a los mercados locales y restaurantes, generando una cocina de proximidad con productos de cercanía y de temporada, reduciendo la huella ambiental. Este es uno de los motivos por los que la ciudad de Valencia ha sido elegida oficialmente como Capital Verde Europea 2024, un título que se ha ganado gracias a su ambiciosa estrategia de sostenibilidad.

En relación a este tema, se celebró una mesa redonda sobre ‘El producto de proximidad. Conservación de la Huerta de Valencia’ moderada por el director de Innovación y Desarrollo Agroalimentario de Cajamar, Manuel Lainez. En la misma intervinieron Salvador Soler, catedrático de Genética de la Universitat Politècnica de València; Javier Orts, agricultor y administrador de Verdures Gorrito; y Sergio Bautista, gerente y socio fundador de SH Levante. ■

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercabilbao

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

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,25
Cerezas	4,50-4,75
Ciruelas	1,15-1,10
Limones	0,90
Melocotones Rojos	1,55-1,60
Melón Piel de Sapo	1,10-1,00
Nectarinas	1,60
Nísperos	2,75
Pera Ercolini	2,00-1,90
Sandías	0,60-0,70
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga	0,45
Berenjena	1,10-1,15
Calabacines	0,90
Cebolla	0,38
Judías Verdes Perona	3,50-2,25
Patatas Calidad	0,86
Pepinos	1,00-0,90
Pimientos Verdes	2,00
Tomate Maduro	1,50
Tomate Verde	2,40-2,50

Mercamadrid

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

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	1,50
Cerezas	3,00
Ciruelas	1,50
Limones	1,80
Melocotones rojos	0,90
Melón Piel de Sapo	1,10
Nectarinas	1,80
Nísperos	S/C
Pera Ercolini	2,50
Sandías	0,75
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga	0,75
Berenjenas	0,90
Calabacines	0,90
Cebolla	0,35
Judías Verde	3,40
Patatas Calidad	0,80
Pepinos	0,75
Pimientos Verdes	1,70
Tomate Verde	1,37
Maduro	S/C

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
Aguacate	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
Tierno	0,90
Apio	0,65
Acelgas	0,80
Batata	1,00
Borraja	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
Tierna	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
Rojo	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-Níscalo	8,00
Champiñón	2,10
Otras Setas	11,00
Maíz	0,90
Pera Azúcar	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios	1,50

Mercavalencia

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

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	2,00
Cereza	3,50-3,00
Ciruelas	1,50-1,25
Limones	0,80-0,75
Melocotones rojos	1,20-1,25
Melón Piel de Sapo	1,25-0,80
Nectarinas	0,80-0,75
Nísperos	3,00
Pera Ercolini	2,00-1,50
Sandías	0,80-0,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga	0,55
Berenjenas	0,90
Calabacines	0,60
Cebolla	0,40-0,35
Judías Verdes Perona	3,00-2,50
Patatas Calidad	0,70-0,80
Pepinos	0,70-0,80
Pimiento Verde	1,50-1,00
Tomate Maduro	0,70-0,60
Verde	1,00-1,25

Mercasevilla

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

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	1,49-1,72
Cereza	3,97-3,80
Ciruelas	1,40-1,16
Limones	0,80-0,81
Melocotones rojos	1,53-1,64
Melón Piel de Sapo	1,04-0,79
Nectarinas	1,50-1,45
Níspero	S/C
Pera Ercolini	2,00-1,73
Sandías	0,71-0,55
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechuga	0,61-0,67
Berenjenas	0,93-0,89
Calabacines	0,75-0,71
Cebolla	0,40
Judías Verdes	1,60
Patatas Calidad	1,05
Pepinos	0,84-0,79
Pimiento Verde	1,00-1,17
Tomate Verde	1,33-1,50
Maduro	1,30-1,36

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 1 al 7 de julio de 2024. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,93

Albaricoque	1,84
Almendra	9,45
Cereza / Picota	3,74
Ciruela	1,51
Dátil	7,87
Kaki Pérsimon	1,50
Kiwi / Zespi	3,71
Limón	1,05
Mango	3,40
Manzanas O.V.	2,15
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,40
Royal Gala / Cardinale	1,62
Starking / Red Chief / Gloster / Fuji / Braeburn / Pink Kiss	1,90
Granny Smith	1,90
Melocotón Baby Gool	1,98
Melón / Galia / Coca	0,86
Naranja Navel	1,20
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,08
Valencia Late / Miaknight	0,93
Nectarina	1,49
Nuez	4,43
Papaya	3,07
Paraguay	1,51
Pera Conferencia / Decana	1,49
Ercolini / Etrusca	2,30
Blanquilla o Agua	1,94
Limonera	1,80
O.V. / General Lecler / Nashi / Red Sensation / Topea	1,80
Piña	1,14
Plátano	2,56
Banana	1,13
Pomelo Rubi Start	1,68
Sandía	0,55
Uva	3,38
Otros Frutos Secos	11,79
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	1,01
Ajo Seco	3,73
Alcachofa	2,47
Apio	1,20
Batata / Boniato	0,95
Berenjena	1,17
Brócoli / Brecol	2,10
Calabacín	0,74
Calabaza / Marrueco	0,82
Cebolla / Chalota	0,61
Cebolleta	0,96
Champiñón	2,76
Col Repollo	0,72
China	1,45
Lombarda	0,95
Coliflor / Romanescu	1,25
Endivia	2,53
Espárrago Verde	6,71
Espinaca	1,83
Judía Fina	3,99
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	3,13
Boby / Kora / Striki	2,76
Lechuga O.V.	0,74
Cogollo	2,04
Iceberg	0,81
Maíz	2,50
Nabo	0,98
Pepino	0,67
Perejil	1,48
Pimiento Verde	1,25
Rojo Asar	1,36
Puerro	1,63
Remolacha	2,50
Seta	3,78
Tomate O.V.	1,33
Cherry	3,70
Daniela	1,08
Zanahoria	0,98
Hierbabuena	2,05
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,97

Piña	1,14
Plátano	2,56
Banana	1,13
Pomelo Rubi Start	1,68
Sandía	0,55
Uva	3,38
Otros Frutos Secos	11,79
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	1,01
Ajo Seco	3,73
Alcachofa	2,47
Apio	1,20
Batata / Boniato	0,95
Berenjena	1,17
Brócoli / Brecol	2,10
Calabacín	0,74
Calabaza / Marrueco	0,82
Cebolla / Chalota	0,61
Cebolleta	0,96
Champiñón	2,76
Col Repollo	0,72
China	1,45
Lombarda	0,95
Coliflor / Romanescu	1,25
Endivia	2,53
Espárrago Verde	6,71
Espinaca	1,83
Judía Fina	3,99
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	3,13
Boby / Kora / Striki	2,76
Lechuga O.V.	0,74
Cogollo	2,04
Iceberg	0,81
Maíz	2,50
Nabo	0,98
Pepino	0,67
Perejil	1,48
Pimiento Verde	1,25
Rojo Asar	1,36
Puerro	1,63
Remolacha	2,50
Seta	3,78
Tomate O.V.	1,33
Cherry	3,70
Daniela	1,08
Zanahoria	0,98
Hierbabuena	2,05
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,97

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 Kiwigold	5,44
Pulpa Verde	4,20
Limón Fino o Primafiori	0,98
Otras Variedades	0,98
Verna	0,97
Litchi	4,45
Mandarina Clemenlate	2,25
Manga Kent	4,06
Mango Tommy Atkins	1,45
Manzanas Fuji	2,05
Golden	1,94
Blanquilla o Agua	1,68
Otras Variedades	1,60
Royal Gala	2,15
Melocotón Baby Gold	1,85
Merryl 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 / Moretini	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
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 Frisée	0,95
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Blanco	3,45
Espinacas	0,18

MERCADOS NACIONALES

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
Rojío 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

Lonja de Albacete

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

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa	
Rama campo 1ª.....	S/C
Rama campo 2ª.....	S/C
AVENA	
Avena	
Blanca.....	S/C
Rubia	S/C
Forraje Avena	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl.....	S/C
Pienso +62 kg/hl	S/C
CENTENO	
Centeno.....	S/C
GIRASOL	
Pipa	
Alto Oléico.....	S/C
Pipa de Girasol.....	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre	
Secadero	S/C
PAJA	
Paja Empacada	S/C
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%.....	S/C
Duro Proté=12%	S/C
Extensible Chamorro.....	S/C
Forrajero.....	S/C
Gran Fuerza w 300.....	S/C
Media Fuerza w -300.....	S/C
Panificable	S/C
Triticales	S/C
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	S/C
Yero Grano.....	S/C

Generalitat Catalunya

Evolución semanal de precios medios ponderados, sectoriales de referencia de frutas y hortalizas de la semana 27, del 1 al 7 de julio de 2024, respectivamente, ofrecidos por el Observatorio Agroalimentario de Precios. Gabinete Técnico-DARP.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Tarragona	
Acelga.....	0,35
Calabacín.....	0,42
Alcachofa.....	S/C
Coliflor	S/C
Escarola	S/C
Espinaca.....	S/C
Puerro.....	1,06
Tomate.....	0,44
El Llobregat	
Apio.....	S/C
Acelga.....	0,65
Alcachofa.....	S/C

Calabacín.....	0,65
Cebolla Tierna	0,80
Col	S/C
Coliflor	S/C
Lechuga Romana.....	0,80
Escarola	S/C
Espinaca.....	S/C
Habas.....	S/C
Puerro.....	1,90

El Maresme

Ajo Tierno.....	S/C
Apio.....	S/C
Acelga.....	0,80
Brócoli.....	S/C
Calabacín.....	0,80
Calçot	S/C
Alcachofa.....	3,50
Pepinos	1,00
Col de Hoja Lisa.....	0,80
Lechuga Romana.....	S/C
Hoja Roble.....	S/C
Espinaca.....	1,30
Judía Tierna Perona.....	3,50
Puerro.....	2,20
Tomate híbrido.....	S/C

FRUTAS Euros/Kg

Mercolleida

Manzana Golden 65+.....	0,40
Verde Americana 75+.....	S/C
Pera Limonera 60+.....	S/C
Conferencia 60+.....	0,75
Albaricoque A.....	0,85
Melocotón Amarillo A.....	0,80
Amarillo B.....	0,60
Nectarina Amarilla A.....	0,80
Amarilla B.....	0,60

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

Lonja de Barcelona

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

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	185,00
CEBADA	
Importación.....	204,00
Nacional P.E. (62-64).....	208,00
CENTENO	
Centeno.....	S/C
COLZA	
Importación 34/36%	325,00
GARROFA	
Harina	320,00
Troceada	346,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	224,00
GIRASOL	
Importación 34%.....	286,00
Semillas de Girasol	405,00
Importación 28/3	205,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación.....	259,00
Importación.....	208,00
Importación CE	218,00
MUO	
Importación.....	480,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%.....	430,00
Harina	
Soja Nacional 47%.....	434,00
Aceite Crudo de Soja	960,00
Salvados de Soja	168,00
SORGO	
Importación.....	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	175,00
Forrajero.....	225,00
Panificable,	
mín. 11	235,00
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	
Coliflor	S/C
Palmiste	
Importación.....	205,00
Crudo	
de Palma.....	985,00

Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados en la Lonja de Segovia del día 11 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	40,00
TRIGO	
Trigo Nacional.....	201,00

Lonja de Córdoba

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

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	S/O
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.....	318,00
Guisantes.....	S/C
Girasol Alto Oleico.....	S/C
Girasol.....	S/C
Colza.....	S/C

Próxima sesión 16 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.

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
ALMENDRAS	
Naranja	
Navel Powell, Bardfield	
y Chisslet 1ª.....	S/O
Navel Powell, Bardfield	
y Chisslet 2ª.....	0,19-0,22
Valenciana Delta Calidad 1ª....	0,22-0,25
Valenciana Delta Calidad 2ª....	0,19-0,22
Midnight y Barberina 1ª.....	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

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 1 al 7 de julio de 2024. Precios origen. Semana 27/2024.

PRECIOS DE CÍTRICOS EN ORIGEN

Sigue la campaña de limón Verna en la Vega Baja de Alicante. Se ha vendido aproximadamente el 70% de la producción y la recolección alcanza el 60%. Las cotizaciones de esta semana se han mantenido estables respecto a la anterior. Los volúmenes de destrío continúan siendo elevados por afección de plagas. Por este motivo la disponibilidad en campo de limón de buena calidad para consumo en fresco ha disminuido. Los costes de recolección superan en muchas ocasiones el precio que la industria del zumo paga por el limón no comercial para consumo en fresco. 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.

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 1ª 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.

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 8 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 León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 10 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.....	210,00
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.....	130,00
Forraje.....	110,00
Fuerte subida del vacuno de vida en la sesión de la lonja de León celebrada hoy. El pasado año, la sequía y los altos costes de los forrajes, obligaron a muchos ganaderos a llevar a matadero parte de sus vacas, (decir que en el primer semestre algunos llegaron a tener lista de espera), lo que está repercutiendo hoy en día en la poca oferta de pasteros, tanto de hembras como de machos. Decir también que ha influido en esta disminución de la cabaña, sobre todo en el segundo semestre de 2.023, la enfermedad hemorrágica epizoótica, que obligó a sacrificar muchos	

animales y otros todavía a día de hoy se encuentran con secuelas. Estabilidad en general en los cereales de invierno, con repetición de precios en la cebada, y el resto de las categorías comenzarán a cotizar tan pronto tengamos datos significativos de operaciones realizadas. Otra semana más vuelven a subir los lechazos y los cabritos, en una época donde se anima el consumo y desciende la oferta. Se puede consultar más información en nuestra página web www.lonjadeleon.es

Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 8 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, (14ª).....	224,00
LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Guisantes.....	S/C
Garbanzo	
Pedrosillano	S/C
Lenteja	
Arnuña.....	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 Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 9 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.....	212,00
Grupo 4.....	S/O
Grupo 5.....	207,00
Pienso Importación	S/O
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	275,00
Grupo 2.....	260,00
Grupo 3.....	245,00
Grupo 4.....	233,00
Triticale	
Nacional.....	202,00
Importación.....	S/O
Avena	
Importación.....	230,00
Nacional.....	S/O
Cebada,	
Igual y más de 64	190,00
Menos de 64.....	185,00
Importación Origen Puerto.....	185,00

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 27, del 1 al 7 de julio de 2024, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Ganadería y Pesca.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
(Kg/árbol, cotización más frecuente)		
LIMÓN		
Limón		
Verna	0,10-0,20	Alicante
FRUTAS	Euros/Kg	Zona
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Cereza		
Starking	3,27	Alicante
Melón		
Amarillo	0,45-0,50	Alicante
Piel de Sapo	0,49-0,69	Alicante
Piel de Sapo	0,85-1,28	Castellón
Sandía		
Sin semillas	0,28-0,37	Alicante
Sin semillas	0,28-0,50	Castellón
Sin Semillas	0,435-0,44	Valencia
Con semillas	0,20-0,26	Castellón
Con semillas	0,22-0,31	Valencia
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Acelga	0,55-0,60	Alicante
Apio		
Verde	0,46	Alicante
Berenjena		
Rayada	0,34-0,65	Alicante

Rayada	1,00	Castellón
Rayada	0,53-0,88	Valencia
Negra	1,10	Castellón
Negra	0,53-0,88	Valencia
Calabacín	0,43-0,69	Alicante
Calabacín	0,43-0,68	Castellón
Calabacín	0,70-0,79	Alicante
Blanco	0,50-0,85	Castellón
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,42-0,52	Alicante
Cebolla		
Tierna	0,48-0,64	Alicante
Tierna	0,68	Castellón
Grano	0,34-0,50	Castellón
Col		
Repollo Hoja Lisa	0,33	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,22	Castellón
Repollo Hoja Rizada	0,29	Castellón
Habichuela		
Roja	2,13-3,40	Castellón
Roja	2,20-3,08	Valencia
Judía		
Perona	2,13-3,40	Castellón
Blanca	2,55-4,80	Castellón
Lechuga		
Romana	0,20-0,35	Castellón

Trocadero	0,44-0,64	Castellón
Maravilla	0,35-0,51	Castellón
Patata		
Blanca	0,61-0,86	Alicante
Blanca	0,50-0,68	Castellón
Roja	0,42-0,45	Castellón
Pepino		
Blanco	0,39-0,69	Alicante
Blanco	0,64-0,90	Castellón
Pimiento		
California Amarillo	0,50-1,49	Alicante
California Rojo	0,50-1,20	Alicante
California Verde	0,60-0,95	Alicante
Lamuyo Verde	0,63-1,14	Alicante
Lamuyo Verde	1,01-1,10	Alicante
Lamuyo Rojo	0,69-1,51	Alicante
Lamuyo Rojo	1,28-1,40	Castellón
Lamuyo Rojo	1,10-1,14	Valencia
Dulce Italiano	0,68-1,18	Alicante
Dulce Italiano	0,80-1,28	Castellón
Dulce Italiano	0,88-1,10	Valencia
Industria	0,20-0,36	Alicante
Tomate Acostillado	0,68-1,38	Alicante
Raff	1,00-1,15	Castellón
Daniela	0,52-1,29	Castellón
Redondo Liso	0,60-1,10	Alicante

Redondo Liso	0,70-1,10	Castellón
Redondo Liso	0,70-1,32	Valencia
Valenciano	0,90-2,40	Castellón
Valenciano	0,88-1,80	Valencia
Pera	0,77-1,28	Castellón
Pera	0,70-0,97	Valencia
Mutxamel	0,70-1,29	Alicante
Zanahoria	0,31	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)		
ALMENDRAS		
Comuna	2,96-3,40	Alicante
Largueta	3,50	Alicante
Marcona	4,91-5,30	Alicante
Planteta	2,96-3,40	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	5,80-6,70	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	7,10-7,20	Castellón
Oliva Virgen Extra	7,50-7,70	Castellón
Garrafa Entera	S/C	
MIEL		
Azahar	4,15-4,40	Castellón
Milflores	3,00-3,20	Castellón
Romero	4,50-5,00	Castellón

Maíz	
Importación origen Puerto	208,00
Nacional	S/O
Habas	
Nacional	330,00
Importación	S/O
Guisantes	
Nacional	292,00
Importación	S/O
Girasol	
Alto oleico +80%	430,00
Convencional	415,00
Colza	S/O
NOTA: Toda la información de precios de esta Lonja es propiedad de la misma.	
Próxima sesión el 16 de julio de 2024.	

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 11 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	194,00
Pienso -62 kg/Hl	184,00
AVENA	
Rubia	S/C
Pienso	230,00
TRIGO	
Duro	
Pr>12	S/C
Pienso	
+72 Kg/Hl	215,00
Fuerza	
+300w +14 pr	S/C
Fuerza	
-300 +12,5 pr	S/C
Panificable	
Pr>11, W<200	229,00
Chamorro	S/C
Triticale	207,00
Centeno	S/C
Guisante	276,00
Yeros	250,00
Garbanzo	
sin limpiar	S/C
Veza	S/C
Alfafa 1ª	180,00
Paja 1ª + p grande	78,00
Avena en Rama	S/C
Nota: Estabilidad en cereal y forraje. Ligera caída en maíz.	
Próxima reunión: viernes 25 de julio de 2024.	
La Rioja	
Observatorio de precios agrarios, del 1 al 7 de julio de 2024, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).	
CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Media Fuerza	S/C
Trigo	
Pienso	S/C
Cebada	

Malta	S/C
Cebada Pienso	S/C
Maíz	S/C
Tricale	S/C
Otra semana más en la que las tormentas, con precipitaciones abundantes en toda la comunidad, han afectado negativamente al desarrollo de la campaña de recogida de los cereales y los cultivos extensivos de invierno. Una campaña que, al prolongarse más de lo debido, preocupa a nuestros productores, por los efectos negativos que pueden desencadenar. Por ahora, tal y como se auguraba en un año difícil como este, los resultados en Rioja Media y Baja, las únicas comarcas con una superficie recogida representativa, son dispares, y se sitúan a un nivel algo superior a lo esperado antes de la entrada de las cosechadoras. Una situación que se repite en la colza, con campos de elevados rendimientos y otros, muy inferiores, pero que entre todos arrojan un resultado medio entre 2.000 y 3.000 kg/ha.	
OLEAGINOSAS	Euros/Kg
Colza	39,50
Girasol	39,50
Girasol	
Alto oleico	40,50
Mercado sin variaciones en lo que se refiere a los precios de los champiñones y setas comercializados en fresco. Las producciones van descendiendo tal y como es habitual en esta época en la que se afronta el final de campaña.	
PATATAS	Euros/Kg
Industria Frito Con Conservación	27,00
Con las existencias de patata de consumo para fresco finalizadas, y a falta de concluir con los últimos kilos de patata para transformación, los agricultores se centran ya en la preparación de las fincas para la próxima siembra, procediendo a la aplicación de los abonados de fondo.	
CHAMPIÑÓN Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón	
Granel pie cortado	2,62
Bandeja pie cortado	2,88
Industria 1 Raíz	1,19
Industria 2 Pie cortado	1,08
Seta	
Ostra Granel	3,50
Ostra Bandeja	4,25
Shii-Take granel	5,00
En la primera semana de julio, el equilibrio existente entre la oferta y la demanda permite mantener estable el precio para el mercado en fresco de los diferentes formatos tanto de champiñón como de seta.	
HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga	
Amarilla	0,90
Verde	0,60
Borrajá	1,00
Lechuga	
Rizada	2,55
Escarola	S/C
Cardo	S/C
Repollo	0,28
De Bruselas	S/C
Pienso	20,30
Cebolleta	0,70

Brócoli	S/C
Romanescu	S/C
Alcachofa Fresca	S/C
Industria	S/C
Espárrago	
Fresco IGP Navarra	S/C
Industria IGP Navarra	S/C
Alubia Verde Fresco	2,50
Pocha	4,00
Guisante Verde	348,00-404,00
Haba Grano	S/C
Calabacín	0,60
Tomate 1º	0,80
Tomate 2ª	0,50
Tomata	1,00
Pera	0,70
Pepino Corto	0,45
Pimiento Verde Crsital	1,80
Verde Italiano	1,35
El inicio del periodo vacacional conlleva una reducción en el consumo de estos productos, pero gracias a una ajustada oferta los precios se mantienen estables en la mayoría de las hortalizas. Durante esta semana se entregan los últimos kilos de coliflores y se da por finalizada la recolección de guisante verde con destino a industria, con un buen índice tendométrico y un rendimiento medio de unos 7.500 kg/ha.	
FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO PERA	
Industria	S/C
Limonera 60+	S/C
Ercolini 50+	S/C
Blanquilla	
DOP	S/C
Conferencia	
DOP 75+	S/C
DOP 70-75	S/C
DOP 65-70	S/C
75+	S/C
70-75	S/C
65-70	S/C
65-60	S/C
GRUPO MANZANA	
Royal Gala 60+	S/C
Industria	S/C
Golden 70+	S/C
Fuji 70+	S/C
GRUPO MELOCOTÓN	
Albaricoque 40+	1,05
Paraguay 70+	1,15
GRUPO CEREZA	
24-26 mm	0,90
26-28 mm	1,50
28-30 mm	2,30
+ 30	3,60
Con el comienzo de julio, se incrementa la presencia de fruta de hueso en los mercados, entrando los primeros kilos de melocotones y nectarinas a los almacenes y con unos precios iniciales con valores superiores a los de la campaña anterior. Respecto a la campaña de cereza, la recolección avanza y se centra ya en las variedades más tardías, recogiendo unos frutos de excelente calidad y con un porcentaje elevado de frutos con calibres superiores a 28 mm.	
FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS	
Común	0,52

Largueta	0,90
Marcona	1,09
Floración Tardía	0,92
Ecológica	1,10
La actividad comercial en este sector es mínima y los precios de todas las variedades se mantienen estables. Poco a poco se acerca una cosecha que parece llegar con buenas perspectivas.	

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	
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
Owarí	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós y Basol	Sin existencias
Orunules	Sin existencias
Marisol	Sin existencias
Arrufatina	Sin existencias
Clemenules y	
Orogrande	Sin existencias
Hernandina	Sin existencias
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	Sin existencias
Tango	Sin existencias
Nardocott	Sin existencias
Ortanique	Sin existencias
Orri	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
Gladio y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/C
Sirio, disp. Valencia	S/C
Puntal	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,	
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

MERCADOS NACIONALES

Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	182,00
Hojas, destino Valencia.....	S/C
Tercecerillas, destino Valencia	S/C
Precios por tonelada a granel.	
GARROFAS 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
Garrofon	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
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm,	
disponible Valencia	7.400,00
PATATAS	Euros/Tm
Lavada Nueva,	
origen España, disp. Val.....	600,00
origen Francia	700,00
Agria	
origen España.....	620,00
Roja,	
origen España, disp. Val.....	600,00
Nueva de Castilla,	
disp. Valencia	400,00-420,00
Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.	
CEBOLLAS	Euros/Tm
Variedad Sprin,	
disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo	
.....	500,00-730,00

Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas se entienden sin nuestra garantía ni responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja vía telefónica o a través de la web.

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 1 al 7 de julio de 2024.

CEREALES

■ **De invierno:** **Córdoba:** El tiempo inestable durante el mes de junio no ha favorecido la recolección del **cereal de invierno** y aún quedan parcelas puntuales por cosechar. En las segadas se realizan labores de recogida de paja y empacado para su transporte y almacenamiento. Este año la paja es abundante, pero se recoge toda tras dos años seguidos de escasez con precios altos. Los rendimientos han sido buenos para **trigos blandos**, en torno a los 4.000 kg/ha, algo menos y cortos en proteína en los **duros**, y 3.500 kg/ha en las **cebadas**. En esta campaña los rendimientos son iguales en secanos y regadíos ya que la primavera ha sido copiosa en precipitaciones y sin que haya sido necesario regar, aparte de que las concesiones de riego se hicieron a finales de abril cuando el cultivo ya no precisaba de agua. **Granada:** Con la campaña avanzada en la comarca de **Iznalloz, La Vega y Montefrío**, los rendimientos de la **avena** se sitúan entre los 4.000-5.000 kg/ha, mientras que la **cebada** ha alcanzado unos rendimientos de alrededor de 5.000 kg/ha. El **trigo duro** está obteniendo mejores rendimientos que el **trigo blando**. En muchos casos, este último se va a destinar para pienso. En las **comarcas de Huéscar y Baza**, en general, el **cereal** ha obtenido muy mala cosecha. Los rendimientos en aquellas parcelas en las que ha entrado la cosechadora han sido bajos. **Huelva:** La campaña de los **cereales** ha dado los siguientes rendimientos en **zonas como Condado Litoral y Condado Campiña: Trigos duros** unos 2.800-3.200 kg/ha, **trigos blanco** 2.400-2.600 kg/ha, **triticales** 2.800-3.200 kg/ha, **cebadas** 2.400-2.600 kg/ha. Rendimientos medios y calidad media con proteína y peso específico por debajo de la media normal de la zona. **Málaga:** En la **comarca Norte** se observan parcelas de **trigos duros** cosechadas con buen peso específico 80%, proteína media entre 12-14 y vitrosidad de hasta el 90%, muy buena calidad. La mayoría de **trigos blandos** van a destinarse para piensos debido a los parámetros de la calidad. **Sevilla:** El estado fenológico de los **cereales de invierno** es el de fin de recolección. En cuanto a producciones, en zonas como la **Sierra Sur** se han visto parcelas de **cebadas** de 3.500 kg/ha y **avenas** de 2.500 kg/ha. Los **trigos duros** han llegado a rendimientos de 3.500 kg/ha y en torno a 4.000 kg/ha en los **trigos blandos** y los **triticales**. Estas buenas producciones tienen una contrapartida sin embargo, ya que conforme ha ido avanzando la recolección se han venido registrando bajadas significativas en las cotizaciones de los **cereales**. Se produce la maduración y recolección de la **quinua**. ■ **De primavera:** En la **zona arrocera de Sevilla**, el estado fenológico dominante es el de plantas con 4-5 hojas, aunque pueden verse parcelas en emergencia de plántulas con tres hojas debido a la siembra excepcionalmente tardía de esta campaña y otras de siembra más temprana iniciando el ahijado.

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 Almargen** 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

En **Sevilla**, el estado fenológico dominante del **algodón** en la provincia es el de botones, las parcelas más adelantadas se pueden ver empezando a mostrar las primeras flores e incluso las primeras cápsulas pequeñas y las más atrasadas se encuentran en primeros botones. Se realizan labores de regabinas, escardas, abonados y riegos. En **Córdoba**, el estado fenológico dominante del **algodón** es el B (Botones) y como más avanzado el 1C (Primeras cápsulas pequeñas), presentando un buen crecimiento vegetativo favorecido esta semana por el incremento de las temperaturas. Se realizan labores de control de malas hierbas, y de abonado mediante fertirrigación. En **Jaén**, el estado fenológico del **algodón** es el de fase de botones, comenzando las primeras flores blancas y una altura de 30-40 cm. Se está abonando en cobertera con nitrógeno, en dosis de unos 300 kg/ha. La **remolacha azucarera** se encuentra con el riego cortado y en recolección. Los rendimientos no están siendo tan altos como cabría esperar de una campaña con suficiente disponibilidad de agua de riego, ya que los fuertes ataques de *Cleonus* han mermado finalmente la densidad y la vitalidad del cultivo en muchas zonas. El **tomate de industria** se plantó en **Cádiz** entre el 15 de abril y 30 de mayo, presenta algo de retraso, entre dos o tres semanas. El fruto se encuentra en fase de engorde los más adelantados y los más tardíos en floración. El **girasol** se encuentra en fase de maduración fisiológica e inicio de secado de la mata en la mayoría de los casos. La meteorología con temperaturas suaves y tormentas está favoreciendo la maduración lenta de la planta estimándose una buena cosecha que comenzará a recolectarse a finales de julio en las parcelas más adelantadas de **Córdoba**. En la **comarca de la Sierra de Cádiz**, el cultivo de la **matalahúva** se encuentra en el final de su ciclo, antes de su recolección a lo largo de los meses de julio y agosto; las semillas están madurando. Se observan en la **comarca de Huéscar (Granada)** plantaciones de espiglo que se encuentran en floración o en fase de aparición del órgano floral. Las calles están perfectamente labradas, el cultivo se muestra bien desarrollado sin plagas ni enfermedades.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos: Almería:** Esta semana continúa aumentando la superficie de invernaderos con plantaciones nuevas de **pimiento**. La cubierta de estos invernaderos está blanqueada para evitar exceso de calor en las plantas jóvenes. En cuanto a los cultivos de **tomate** y **berenjena** son cada vez menos los invernaderos en los que aún se recolecta, aunque si pueden verse invernaderos con plantaciones nuevas de **berenjena**. En los que se ha llegado al final de su ciclo productivo se procede a arrancar las plantas, limpieza, desinfección y adecuación del invernadero para la plantación del siguiente cultivo. En gran parte de los invernaderos de **calabacín** y **pepino** ya ha finalizado la recolección y se procede de igual forma a acondicionar el invernadero para las nuevas plantaciones. En el caso del **pepino** ya se empiezan a ver invernaderos con plantaciones nuevas. En el caso de **sandía** son pocos los invernaderos en los que aún hay frutos por recolectar. Solo en el caso de plantaciones tardías o que se han dejado para rebrote, principalmente en la **comarca del Levante**. Al igual que en otros cultivos la campaña de **sandía** y **melón** está próxima a finalizar. ■ **Aire libre: Almería:** Continúa la recolección de **sandía** y **melón** y en muchas parcelas ya se ha llegado al final del ciclo productivo. Las plantaciones más tardías, se encuentran en fase de engorde de frutos y maduración. Se continúan realizando las labores preparatorias del terreno para la próxima campaña en las parcelas que se van a dedicar al cultivo de **lechuga**, de **coliflor** y de **brócoli**. Se realizan aportaciones de estiércol y tratamientos para el control de las malas hierbas en lindes de parcelas y caminos. **Cádiz:** Ha comenzado la recolección de **melones piel de sapo** con buenas perspectivas de producción y comercialización. **Granada:** En la **comarca de Huéscar, entre Cúllar y la Puebla de Don Fadrique**, se observan un número significativo de parcelas de **pimiento** para pimentón que se plantaron en la segunda mitad de mayo y se encuentran, en el caso de las más avanzadas, en estado fenológico de floración. En la misma zona se observan cultivos de **escarola rizada**, plantadas en el mes de mayo y que se encuentran en fase de crecimiento de las partes vegetales cosechables. Se observan parcelas de **brócoli** en fase de crecimiento vegetativo con siembra sobre el terreno, sin acolchado. **Jaén:** En las plantaciones de **ajos** se han dado rendimientos en la provincia de 17.000 kg/ha. La mayoría de las hectáreas han

sido de **ajos Spring**. Han predominado calibres **Jumbo** y **Extra**. Ha sido un año de falta de riego. **Sevilla:** Fructificación y engorde en el **tomate** y **pimiento de industria**. Maduración y recolección de las últimas **cebollas grano y medio grano**. Recolectación en las plantas de **sandías** y **melones tempranos**, desarrollo y maduración del fruto en los de media estación. Rematando la recolección del **maíz dulce**.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutos secos: Córdoba:** El estado fenológico predominante en los **almendros** es I (Frutos engordando) observándose los primeros frutos dehiscentes (separación del mesocarpio) en las parcelas de variedades más tempranas. Nos encontramos en época de máximas necesidades hídricas por lo que se riega y fertirriega a diario. Con la llegada de las altas temperaturas los **nogales del Valle de Guadalquivir** se encuentran en parada de crecimiento vegetativo y con frutos de buen tamaño próximo a la recolección. **Granada:** En las **comarcas de Guadix, Baza y Huéscar** se observan **almendros** con una buena carga. En la **zona de El Cortijo el Molinico** la **almendra** se encuentra en tamaño de recolección, con buen calibre. **Jaén:** La fenología de los **almendros** se encuentra con los frutos alcanzando el máximo tamaño. La carga de los **almendros** ha sido buena, no obstante la cosecha se prevé que será media ya que se arrastran problemas de sequía de años anteriores y a pesar de las lluvias, éstas no han sido suficientes ni han llegado en el momento idóneo del desarrollo. ■ **Frutales de hueso y pepita: Huelva:** La campaña del **melocotón** ha tenido calibres medios del tipo B-C, en las **nectarinas** igual. Debido a que ha faltado algo de riego, no ha sido un buen año y los agricultores están desanimados. Una vez acabada la recolección se están regando y abonando las parcelas. ■ **Frutos subtropicales: Huelva:** En la **Costa y Condado Litoral**, se observan parcelas de **aguacate** en fase de crecimiento. El tamaño está siendo bueno y el cultivo se encuentra adelantado. Las nuevas plantaciones están experimentando un gran crecimiento. **Málaga:** Las plantaciones de **aguacate** de la provincia se encuentran fenológicamente en fase de engorde de fruto y muy afectadas debido a la falta de recursos hídricos. Los **nísperos** en la provincia se encuentran en fase de reposo vegetativo. Se ha arrancado el 50% de la superficie en estos últimos años, plantando **aguacates** o **mangos**. Los rendimientos han sido de 10.000 kg/ha en **zonas como Sayaloga**.



CÍTRICOS

Córdoba: El estado fenológico predominante de las variedades tempranas y medias de **naranjas** es el J1 (Fruto en fase de engorde), con un adelanto de unos quince días respecto a un año medio y con buena carga. **Sevilla:** El estado fenológico dominante en los **cítricos** es de cierre del cáliz en las variedades tardías y fruto en desarrollo al 40% en las variedades más tempranas.

OLIVAR

Almería: El estado fenológico que predomina es el H (Endurecimiento del hueso). El **olivar** presenta buena carga y un favorable desarrollo de frutos y tallos vegetativos. **Granada:** En las **comarcas de Huéscar, Guadix y Baza**, el **olivar de almazara** se encuentra con la **aceituna** comenzando el crecimiento, con los frutos del tamaño de un grano de pimienta o más adelantados de guisante. En la **comarca de Montefrío e Iznalloz** las **aceitunas** se encuentran en fase de endurecimiento del hueso. **Jaén:** En la **comarca de La Loma** el hueso está endurecido y lleva algo de adelanto, sobre unos 10 días. La climatología ha sido buena hasta ahora que empieza el calor. En la **comarca de la Campiña Norte y Sierra Morena**, la **aceituna** tiene buen tamaño con el hueso desarrollado y endurecido. Se le han dado pases de desbroce con el tractor. Llevan un adelanto de 20-30 días en la fenología del cultivo. **Málaga:** No hay carga en los **olivares de la comarca Centro, zona de la manzanilla Aloreña**. Las perspectivas son de malos rendimientos. Se le han dado labores de cultivador en donde se ha podido por las pendientes. La **aceituna** se encuentra como un garbanzo en fase de crecimiento vegetativo. **Sevilla:** El estado fenológico dominante en el **olivar** es el de endurecimiento del hueso en toda la provincia.

VIÑEDO

Cádiz: El estado de la **uva** es el de engorde. La mayoría de las parcelas se encuentran en su fecha aunque hay algo de adelanto, una semana en algunas zonas. Predomina la **uva Palomino** en espaldera con marcos de 2,20x1, 10m, y en las nuevas 2,40x1,20m. Se le está dando un pase de rulo, aplanando el terreno. **Granada:** En las **comarcas de Huéscar, Baza y Guadix**, se observan viñedos en fase de cerramiento del racimo. Hay un buen número de los mismos y se espera una cosecha media. **Málaga:** Las parcelas más adelantadas se encuentran en fase de cambio de color. Las más tardías en fase de engorde de fruto. Se han dado azufrados y se ha tratado contra el mosquito verde. Las fincas están limpias, pasando el cultivador y eliminando hierba.

Grupo Clasol culmina la integración de la Cooperativa San Alfonso

Este movimiento de unificación fortalece la capacidad operativa del Grupo Clasol y subraya la importancia de la modernización en las cooperativas agrícolas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

En una apuesta decidida por la modernización y evolución del modelo cooperativo, el Grupo Clasol culminó el pasado 1 de julio la integración con la Cooperativa San Alfonso. Esta unión, que reúne a 900 familias cooperativistas y a la familia Claramonte, marca un hito en la historia del sector agrícola.

Según señalan desde Clasol, la modernización de las cooperativas pasa por la privatización, y “esta integración representa un paso significativo hacia la modernización del sector cooperativo, tradicionalmente caracterizado por su estructura autónoma y local”. Con esta integración, el Grupo Clasol refuerza su posición como player importante en el mercado hortofrutícola, abarcando todas las etapas de la cadena de suministro, desde el cultivo hasta la comercialización y transporte.



El Grupo Clasol culminó el pasado 1 de julio la integración con la Cooperativa San Alfonso. / GRUPO CLASOL

El Grupo Clasol es un gigante agrícola en expansión y tras la integración se consolida con seis almacenes, un centro logístico,

una flota propia de camiones, 2.500 hectáreas de cultivos y más de 2.500 empleados. La previsión de facturación para

el ejercicio 2024/25 es de 240 millones de euros. El plan de negocio a tres años del grupo incluye una inversión de 40 millones de

Según Clasol, la modernización de las cooperativas pasa por la privatización

euros destinada a la creación de una nueva sede corporativa y a la modernización de dos plantas de procesado. Estos esfuerzos apuntan a superar los 300 millones de euros de facturación para el año 2026/2027, destacando la ambiciosa visión de crecimiento del Grupo Clasol.

César Claramonte, CEO de Grupo Clasol, destaca que “a pesar de los retos inherentes al cambio operativo, la organización está enfrentándolos con gran éxito”. Con una visión consolidada, la compañía está preparada para liderar el sector agrícola con sus recursos combinados y su amplia cobertura en la cadena de suministro, marcando así un hito significativo en la industria.

La integración de San Alfonso fortalece la capacidad operativa del Grupo Clasol y subraya la importancia de la modernización en las cooperativas, demostrando que la privatización y la colaboración estratégica pueden impulsar el crecimiento y la eficiencia en el sector agrícola.

Con este movimiento estratégico, Grupo Clasol y Cooperativa San Alfonso no sólo buscan aumentar su rentabilidad y alcance, sino también establecer un nuevo estándar de modernización y eficiencia en la industria agrícola.

Viveros Hernandorena y PSB Producción Vegetal: dos décadas de éxito

Viveros Hernandorena mantiene una exitosa alianza con PSB Producción Vegetal, uno de los principales obtentores de fruta de hueso, desde hace dos décadas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

PSB Producción Vegetal es actualmente uno de los principales obtentores de fruta de hueso a nivel mundial, con una capacidad innovadora que ha marcado el nuevo rumbo de este sector: variedades adaptadas a las zonas de producción, a las necesidades de los mercados, y donde el sabor es su principal valor. “Esta apuesta por la investigación de PSB Producción Vegetal ha revolucionado la fruticultura con la introducción de una amplia gama varietal, lo que ha resultado clave para la supervivencia de muchos cultivos” destaca Rosa Hernandorena, directora comercial y de exportación de Viveros Hernandorena.

Rosa Hernandorena señala dos hitos significativos en esa evolución del sector de la fruta de hueso y que nos permite entender en qué situación estamos hoy. El primero tuvo lugar en 2014, cuando el veto ruso impactó negativamente en las exportaciones de las frutas y hortalizas españolas en general, pero especialmente de la fruta de hueso, concluyendo en una disminución de operadores y la supervivencia

sólo de las variedades de mayor calidad destinadas a mercados muy exigente. El segundo hito fue en 2020, cuando la pandemia impulsó el consumo de fruta como un alimento saludable.

Y en estos dos momentos, la relación comercial entre Viveros Hernandorena y PSB Producción Vegetal, que dura ya 20 años, fue determinante, posicionando a ambas entidades como referentes.

■ CRECIMIENTO CONJUNTO

Para Viveros Hernandorena caminar junto a PSB ha sido crucial, contribuyendo de manera decisiva a su especialización en la fruta de hueso. “PSB es hoy uno de los mejores hibridadores a nivel mundial, con una potente inversión dedicada al desarrollo de variedades de máxima calidad, rusticidad y coloración. Mientras que otros obtentores presentaban 1.000 híbridos, ellos ya contaban con 100.000. La magnitud de su trabajo en novedades e investigación supera con creces a la de otros centros de investigación públicos y privados. Es el partner que nos ha permitido dar el salto a la especialización

y que ha posicionado a España, con producciones al alza, en el centro de la fruticultura europea” resalta Rosa Hernandorena.

Esta fructífera colaboración ha permitido a Viveros Hernandorena ofrecer una amplia gama de plantas de fruta de hueso de alta calidad, resistencia y productividad. Actualmente, este vivero produce 800.000 plantas, de las cuales 200.000 son de fruta de hueso, siendo el 80% de sus variedades de PSB. Una trayectoria de crecimiento que ha visto aumentar sus volúmenes de forma continua y estable, ampliando su ciclo productivo a lo largo del año, lo que ha posibilitado llegar a nuevos mercados y el fortalecimiento de su presencia en la exportación.

■ EL SABOR, PRINCIPAL OBJETIVO

Actualmente, Viveros Hernandorena y PSB colaboran en el desarrollo e introducción comercial de nuevas variedades de fruta de hueso de máxima calidad, (platerina, melocotón, paraguay, nectarina y ciruela), todas ellas con una gran demanda en el mercado. En el caso de la platerina, las nuevas variedades de PSB



Parte del equipo de ambas empresas. / VIVEROS HERNANDORENA

superan las problemáticas de la actual oferta, con variedades más sabrosas, firmes, con mayor productividad en el campo y garantías de calidad para el consumidor. “Este enfoque en el sabor y la firmeza de la fruta es el resultado de una sólida investigación realizada por PSB”, destaca Rosa Hernandorena, quien se muestra especialmente ilusionada con esta nueva gama de platerinas de PSB.

Asimismo, la directora comercial pone el foco en las últimas investigaciones realizadas con los patrones, especialmente en albaricoque, donde ha surgido un patrón Mirared italiano con un potencial revolucionario en este cultivo que “abre un campo de posibilidades y se convierte en una opción complementaria a los cultivos actuales”.

“Desde Hernandorena agradecemos a PSB Producción Vegetal su confianza en nosotros, como un vivero estable comprometido con la calidad y el cuidado de sus variedades” subraya Rosa Hernandorena.

■ APOYO Y RECONOCIMIENTO

En la misma línea, desde PSB Producción Vegetal reconocen a Viveros Hernandorena su profesionalidad y capacidad productiva, garantizando un suministro constante de plantas de calidad durante todo el año. “Viveros Hernandorena ha sabido adaptarse con esfuerzo, constancia y profesionalidad a la demanda del mercado y han logrado una representación muy significativa, comercializando el 25% de las plantas de PSB en toda España”, destaca Stéphane Buffat, director PSB Producción Vegetal.

En el actual panorama del sector de la fruta de hueso, la demanda se mantiene estable y moderada, con una tendencia hacia la renovación y la especialización en variedades de mayor calidad. Y en este contexto, Viveros Hernandorena y PSB Producción Vegetal se mantienen a la vanguardia de la innovación y la profesionalización, contribuyendo al desarrollo sostenible y competitivo del sector de la fruticultura.

Joan Mir, director de Anecoop, distinguido con la Encomienda de Número al Mérito Agrario

El MAPA distingue la destacada labor de Joan Mir en favor del sector agrario

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El director general de la cooperativa agroalimentaria española Anecoop, Joan Mir Piqueras, ha recibido la Encomienda de Número de la Orden del Mérito Agrario, Pesquero y Alimentario, en la sección de Mérito Agrario, de manos del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas. La Encomienda tiene por objeto premiar a las personas que hayan prestado servicios eminentes o hayan tenido una destacada actuación en favor de los sectores agrario, pesquero y alimentario, en cualquiera de sus manifestaciones.

Nacido en 1958 en Mislata (Valencia), Joan Mir es doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universitat de València, en cuya Facultat d'Economia ejerció como profesor de Marketing Internacional durante 23 años.

Tras su paso por diferentes compañías como Grupo Iber, Grupo Audit —donde inicia sus primeros contactos con Anecoop y el mundo agrario— y, finalmente, por el Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX) de la Generalitat Valenciana, en 1997 entra a formar parte del equipo directivo de Anecoop como director de Marketing y Estrategia y subdirector general, pasando a ocupar la dirección general de la empresa en octubre de 2010.

Para Joan Mir, "Anecoop es una empresa de personas para personas, y por ello este reconocimiento, más que a mí, le corresponde a los más de 21.000 agricultores y agricul-



Joan Mir es reconocido por el MAPA por haber prestado servicios eminentes y por su destacada actuación en el sector. / ANECOOP

Según Joan Mir, "Anecoop es una empresa de personas para personas, y por ello este reconocimiento, más que a mí, le corresponde a los más de 21.000 agricultores y agricultoras asociados a Anecoop"

Joan Mir es firme defensor del lema "la unión hace la fuerza" y ha impulsado con éxito distintos proyectos de integración entre las cooperativas

toras asociados a Anecoop, a los más de 20.000 trabajadores y trabajadoras de almacén y campo, y a los más de 600 profesionales que en España y en el exterior, día a día, consiguen que nuestros productos lleguen a miles de consumidores en cerca de 70 países, a través de las mejores cadenas de distribución, a las que agradezco su colaboración".

Junto a su equipo, ha contribuido a fortalecer el Grupo Anecoop, liderando la amplia-

Joan Mir es doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la UV, en cuya Facultat d'Economia ejerció como profesor de Marketing Internacional durante 23 años

ción de las instalaciones de Anecoop France y Anecoop Polska, y la apertura de Anecoop Asia, Solagora, Anecoop Valle del Ebro y Anecowines Corporation en EEUU.

Firme defensor del lema "la unión hace la fuerza", y en clara sintonía con los tiempos, ha impulsado con éxito distintos proyectos de integración entre las cooperativas y empresas socias de Anecoop, con el objetivo de apoyar su crecimiento y su futuro, y el de los miles de agricultores que las conforman, que junto a sus familias son el eje vertebrador de las zonas rurales, motor de economía y empleo.

Joan Mir ha realizado asimismo una importante labor de relaciones institucionales al participar en numerosas misiones comerciales organizadas por la Unión Europea y ha respaldado el lanzamiento de novedosas campañas de comunicación dirigidas al consumidor, sensibilizando a la sociedad acerca del rol esencial de la agricultura en la economía y la sostenibilidad del campo. Asimismo, promovió en 2020 la entrada de Anecoop en la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, dando cuenta del compromiso de la entidad con su cumplimiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Joan Mir también pertenece al Consejo de Administración de Agricultura y Conservas, Agricons y es vocal en el Consejo de Administración del Banco de Crédito Cooperativo, donde preside el Comité de Estrategia.

Francisco Argilés reconocido con la "Gran Cruz del Mérito Agrario"

El presidente de Grupo Nufri recibe la mayor condecoración civil del ámbito agrario que concede el gobierno español

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Francisco Argilés Felip, presidente del Grupo Nufri, recibió el pasado 11 de julio, la "Gran Cruz de la Orden Civil del Mérito Agrario, Pesquero y Alimentario, Sección Mérito Agrario" de la mano del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas. Este reconocimiento, considerado como la condecoración civil más destacada en el ámbito agrario que concede el gobierno del Estado, es una distinción destinada a premiar a personas y entidades que destacan por su labor y trabajo en favor del sector agrario, pesquero y alimentario en cualquiera de sus manifestaciones. El presidente de Grupo Nufri recibe esta condecoración en atención a los méritos y circunstancias

de su trayectoria, a propuesta del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y previa deliberación del Consejo de Ministros celebrado el 9 de julio de 2024.

Argilés Felip (Mollerussa, 1941) que se considera agricultor por encima de todo, en 1973 junto a un grupo de productores de fruta dulce en la comarca leridana del Pla d'Urgell funda Nufri. Cincuenta y un años después y con cuatrocientos productores formando parte del grupo, Francisco Argilés recibe este reconocimiento manifestando que siempre ha liderado la compañía "con el objetivo de convertir al sector en un motor económico clave, impulsando la rentabilidad y la sostenibilidad", ha dicho.

"Hemos transformado desafíos en oportunidades, beneficiando tanto a nuestra empresa como a la comunidad frutícola en general", ha añadido. El presidente del Grupo Nufri ha querido dejar patente al recibir la condecoración de que el mérito del crecimiento de Nufri debe buscarse en el equipo humano, considerándolos "los únicos responsables del éxito empresarial de la compañía leridana gracias a su esfuerzo, dedicación y compromiso diario".

Actualmente, Grupo Nufri es un grupo agroindustrial con una economía circular real que pasa por distintas áreas de negocio: producción de fruta fresca; comercialización e importación de fruta a través de los mercados centrales distribuidos



El presidente de Nufri recibe esta condecoración en atención a sus méritos. / NUFRI

por toda la península; transformación de fruta y verdura en zumos, cremogenados, concentrados, aromas y esencias; y producción y comercialización de energía. Nacido con la idea de rentabilizar y dignificar a los agricultores y al sector primario, la evolución de ese proyecto de un grupo de productores ha llevado a una expansión que hoy en día tiene cifras remar-

cables, como las 500.000 toneladas de fruta producidas de manzana, pera, mandarina y melocotón, en todo el territorio español, que se conservan y comercializan directamente desde la compañía. El grupo emplea a 2.000 personas de manera directa y tiene una capacidad de conservación de transformados de 170.000 toneladas, con 130 MW de energía instalada.

Relájate con nuestro sistema de consumo inteligente.

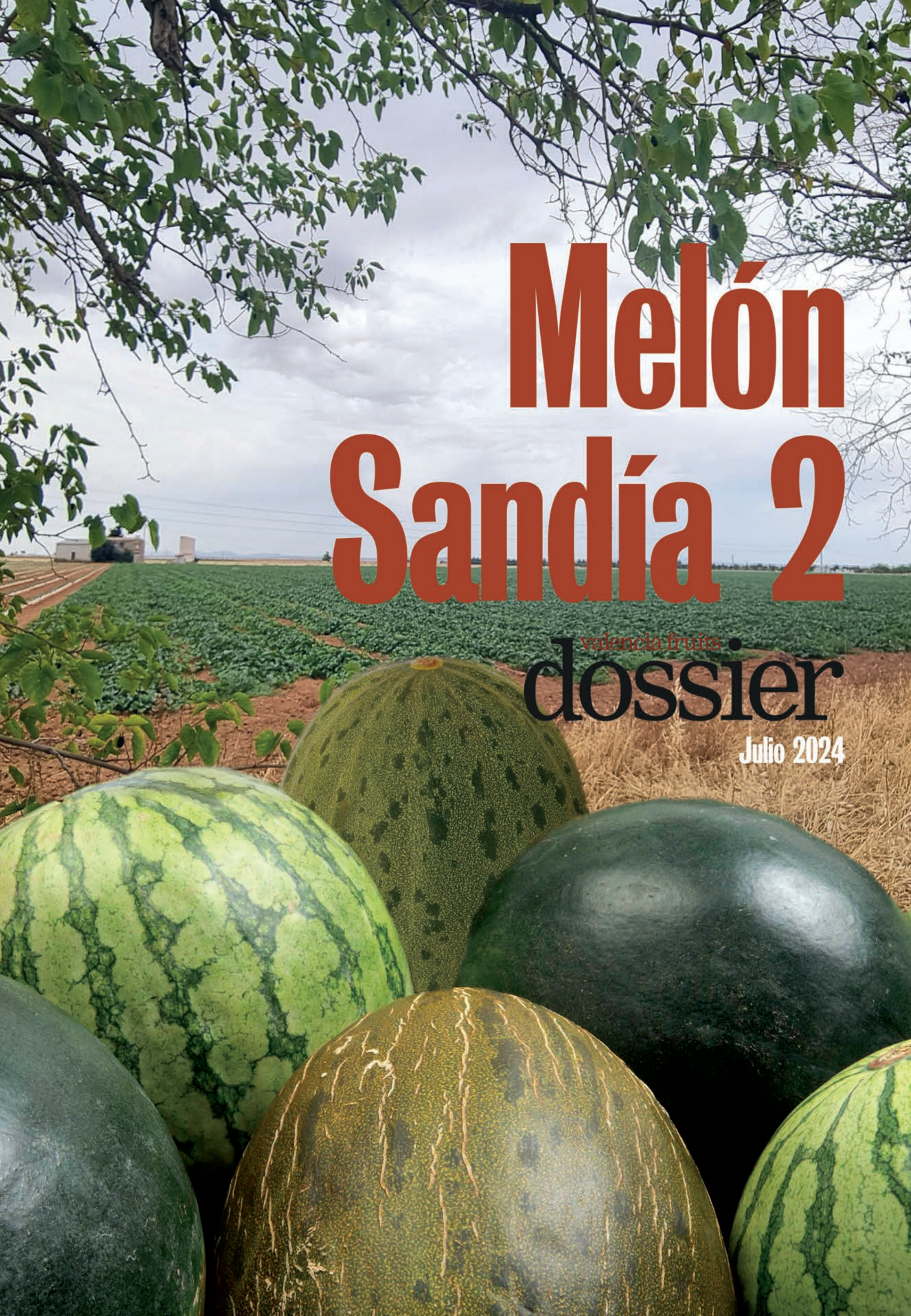
Tu tranquilidad es sinónimo de CATsystem®.

Descubre más.



smart consumption . cat system





Melón Sandía 2

valencia fruits
dossier

Julio 2024

JOSÉ CÁNOVAS / Presidente sectorial de melón y sandía de Proexport

“Algunas cadenas están apostando por incorporar nuevas tipologías de melón”

“Conseguir que los cultivos sean productivos y rentables y seguir ofreciendo un producto con una calidad inigualable en el futuro” es, al tiempo, el objetivo y el reto que se marcan los productores de melón murciano. José Cánovas cuenta las vicisitudes de una campaña que, por el momento, viene animada por el consumo nacional en un mercado en el que se van incorporando nuevas variedades que acompañan al rey indiscutible del verano español: el Piel de Sapo.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN
Valencia Fruits. La campaña de melón murciano partía con buenas sensaciones, ¿cómo se está concretando en producción, calidad y precio?

José Cánovas. Por el momento, tanto a nivel productivo como en cuanto a calidades, la campaña mantiene las buenas sensaciones con las que arrancó. Las calidades no se están viendo afectadas por las lluvias puntuales que se han producido, que suelen ser uno de los mayores problemas en la campaña de melón. Lo que sí es cierto es que los rendimientos en las fincas se han visto algo reducidos como consecuencia de estas lluvias, bajando ligeramente la productividad de las mismas.

Con respecto a los precios, hasta el momento están siendo algo más bajos de nuestros objetivos, principalmente porque el clima en los destinos no ha sido muy estable durante estos meses. Esperamos que de aquí hasta que termine la campaña consigamos cubrir nuestros objetivos para que el esfuerzo que se está realizando a nivel productivo se vea recompensado.

VF. ¿Las lluvias de junio no fueron, entonces, especialmente perjudiciales para melón y sandía?

JC. Las lluvias del mes de junio no afectaron en demasía a las plantaciones que ya estaban listas para su recolección en esas fechas, aunque, como ya he mencionado, el rendimiento de estas plantaciones descendió. Si se vieron más afectadas las plantaciones orientadas a semanas posteriores, las cuales, aunque mantendrán la calidad que hemos tenido hasta el momento, pueden retrasarse algunos días con respecto a la fecha de recolección prevista, ya que las lluvias les afectaron en un estadio muy temprano y, aunque han salido adelante, es cierto que han necesitado unos días para continuar con el proceso de crecimiento óptimo de la planta.

VF. ¿Qué producción esperaban alcanzar al finalizar la campaña?

JC. Nuestro objetivo oscila en torno a las 40.000 toneladas de melón y 30.000 de sandía.

VF. ¿Qué comportamiento está teniendo la demanda? ¿Hay diferencia entre el consumo nacional y la exportación?

JC. Tal y como hemos comentado, la demanda en cuanto a exportación ha sido algo inestable hasta el momento, ya que la climatología no ha acom-



José Cánovas dice que las nuevas generaciones están empezando a consumir también otras tipologías de melón. / PROEXPORT

“En cuanto a producción, nuestro objetivo para esta campaña se sitúa en torno a las 40.000 toneladas de melón y unas 30.000 de sandía”

“La buena climatología que estamos teniendo esta campaña junto con la buena calidad del producto, que invitan al consumidor a repetir la compra, están incentivando muy positivamente las ventas en el mercado nacional”

“Cada año se van desarrollando variedades que nos permiten arrancar la campaña ligeramente más temprano en nuestra zona de producción y, a su vez, terminarla más tarde”

pañado demasiado. En este momento, aunque se mantienen las lluvias, la temperatura ha mejorado de forma generalizada, animando al consumo. Con respecto al consumo nacional, este año estamos viviendo un periodo de demanda muy estable en cuanto a cantidades, pero, en general, se percibe más “alegría” en el consumo que con respecto al resto de destinos. La buena climatología que estamos teniendo esta

campaña junto con la buena calidad del producto, que invitan al consumidor a repetir la compra, están incentivando muy positivamente las ventas para el mercado nacional.

VF. Con más del 30% de peso sobre la producción total española, ¿qué semanas cubre el melón murciano? ¿Ha habido cambios en los últimos años?

JC. El melón procedente de suelo murciano arranca entre principio y mediados del mes

de mayo con determinadas tipologías y termina la campaña en torno a la última semana de julio o primeras de agosto en la zona norte de la Región.

Somos muchos los productores murcianos que continuamos la campaña con cultivos en zonas de Albacete y Ciudad Real, aunque manipulando la mercancía en nuestras instalaciones en la Región. Cada año se van desarrollando variedades que nos permiten arrancar la temporada ligeramente más temprano en nuestra zona de producción y, a su vez, terminarla más tarde. Pero para poder cubrir todo el ciclo es necesario llevar las plantaciones de finales de campaña a zonas más altas para alcanzar los resultados deseados.

VF. ¿Qué variedades se han ido incorporando a la oferta de melón de la Región?

JC. En los últimos años, a pesar de mantener las producciones tradicionales de melón amarillo, Piel de Sapo, Galia y Cantaloupe, se han ido incorporando nuevas tipologías que están creciendo en volumen como Snowball y Orange Candy.

Cabe destacar la incorporación del melón Galkia®, una tipología de Galia tradicional, cultivado por un grupo exclusivo de productores entre los que

“El productor murciano seguirá apostando por el melón, siempre y cuando el cultivo sea viable”

se encuentra Fruca. Esta tipología de melón ha conseguido recuperar el sabor tradicional del melón Galia, además de incorporar un indicador del punto de corte que nos permite asegurar en cada momento de la campaña que seguimos una línea de garantía en cuanto a características organolépticas del producto, ofreciendo al cliente final un melón estable a lo largo de toda la campaña con la seguridad de que siempre acertarán en cuanto a sabor y dulzura.

VF. ¿Es el Piel de Sapo el más demandado por el consumidor español o se está abriendo a nuevas variedades?

JC. El melón Piel de Sapo continúa siendo el más demandado por el consumidor español. Si bien es cierto que las nuevas generaciones están empezando a consumir también otras tipologías de melón siempre que estas destaquen por su sabor y dulzura.

Además, algunas cadenas están apostando por incorporar nuevas tipologías de melón en sus lineales, por lo que, aunque el Piel de Sapo sigue siendo la estrella del mercado nacional, poco a poco otros tipos de melón como el Galia y Cantaloupe están consiguiendo también su nicho de mercado.

VF. ¿Cómo se ha repartido este año la superficie dedicada a melón y sandía? ¿Hay algún cambio respecto a la tendencia de años anteriores?

JC. Este año, la superficie plantada de melón asciende a 4.200 hectáreas, y la de sandía a 2.775 ha. Esto supone una tendencia ligeramente a la baja en la superficie de melón, la cual venimos observando desde las últimas campañas. Por el contrario, la superficie de sandía se mantiene prácticamente sin cambios con respecto a campañas anteriores.

VF. ¿Cree que el productor murciano seguirá apostando por el melón?

JC. El productor murciano seguirá apostando por el melón, siempre y cuando el cultivo sea viable. Durante los últimos años, la subida de los precios de los insumos y los salarios, no se ha visto acompañada de una subida en los precios de venta. Además, las autoridades cada vez son más restrictivas en cuanto al uso de materias fitosanitarias, lo cual, en muchos casos conlleva unos niveles de productividad cada vez menos sostenibles.

Si a todo esto le unimos la falta de agua, y la bajada de los rendimientos en las fincas por las restricciones, cabe la posibilidad de que, si estos cultivos dejan de ser viables, los agricultores se terminen decantando por otros tipos de producción más rentables.

Nuestros agricultores, necesitan tanto del apoyo de las autoridades, como de los retailers, para conseguir que sus cultivos sean productivos y rentables, y seguir ofreciendo un producto con una calidad inigualable en el futuro.



La Región + Eco de Europa



Región



de Murcia

JUAN LÓPEZ / Coordinador adjunto de la sectorial de Melón y Sandía de Proexport

“En sandía no podemos fallar en sabor, esa es nuestra principal motivación”

Para Juan López el criterio para que una sandía sea la elegida por los consumidores está claro: el sabor. Más allá de las pepitas o del tamaño, en una banda de precios razonable, ese es el factor que va a hacer que una sandía triunfe en los lineales. Murcia vive una campaña en la que se está trabajando sin incidentes y en la que se esperan resultados en línea con los últimos 5 años.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Cómo se desarrolla la campaña de sandía?

Juan López. Con absoluta normalidad. Este año, por suerte, el clima ha acompañado y, a pesar de las fuertes lluvias que sufrimos hace unas pocas semanas, la producción no se ha visto afectada y estamos trabajando sin incidentes.

VF. ¿Con qué cifras esperan cerrar la campaña?

JL. Todavía es muy pronto para cerrar cifras exactas, porque queda mucho verano por delante; pero, en principio, si todo transcurre con normalidad, esperamos cerrar la campaña

con promedios similares a los de los últimos cinco años.

VF. ¿Está condicionando el precio la elección de los consumidores?

JL. En absoluto. Este año, como digo, la producción se está dando con normalidad y los precios, por tanto, están en los rangos habituales para los consumidores, por lo que no suponen ningún tipo de condicionante.

VF. ¿Está aumentando la tolerancia a las pepitas (baja en pepitas) frente a la sandía sin semillas presionada por la variable precio?

JL. En mi opinión, lo que realmente es relevante es el sabor. Es decir, nadie va a elegir una san-

día porque tenga o no pepitas, si su sabor no es bueno. El consumidor nunca va a comprar una sandía que no sea buena porque no tenga pepitas o porque sea barata. El principal factor de presión, siempre es el sabor.

VF. ¿Hasta qué semana podremos encontrar sandía murciana en los lineales?

JL. Hasta final de campaña, en el mes de septiembre. Cabe recordar que en la Región de Murcia se cultiva sandía a pie de mar; pero también en zonas altas, lindando con Castilla-La Mancha. Esa amplitud geográfica nos permite cubrir toda la campaña con sandía regional.



Juan López confirma que hasta septiembre se podrán encontrar sandías murcianas en los lineales / PROEXPORT

VF. ¿Qué porcentaje de la sandía murciana sale fuera de España?

JL. Somos la segunda comunidad autónoma, por detrás de Andalucía en exportación de sandía a nivel nacional con el 18,4% del total de sandía exportada.

VF. ¿Hay futuro para las variedades mini?

JL. Esta es una pregunta recurrente; pero mi experiencia me dice que, si en los 35 años que llevamos trabajando con sandía, las variedades mini no han desbancado al resto es porque el consumidor prefiere otros tamaños. La realidad es que hay mercados en los que se prefiere un tamaño más pequeño y en otros, más grande. Es algo cultural, de costumbres, y no creo que vaya a cambiar pronto.

VF. ¿Vamos a encontrar novedades en los mercados?

JL. Por supuesto. Las casas de semillas están trabajando

activamente en diferentes desarrollos, aunque no es un proceso rápido. Muchos están en fase de experimentación y otros ya cerca de la comercialización; así que no tardarán en llegar al mercado. En los próximos años vamos a encontrar sandías más resistentes a plagas o mejor adaptadas a la falta de agua; pero también con otros colores, diferentes tipos de piel, con más dulzor...

VF. ¿Es la calidad el camino que marca el éxito a largo plazo de la sandía murciana?

JL. Sin duda. En general, los productores y las empresas agrarias de la Región de Murcia apostamos por la calidad y sabemos que el consumidor la valora muchísimo. Además, en el caso de la sandía, un producto cuyo sabor es determinante a la hora de que alguien la elija. No podemos fallar en sabor, esa es nuestra principal motivación.

DYM

Diego Martínez

MERCABARNA

Importación y exportación de frutas y verduras

C/ Longitudinal 9, nº 114 · 08040 Barcelona (España) · Telf. +34 93 262 01 21
diego@diegomartinez.com · www.diegomartinez.com

100%

Made of family



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

Amador®

PREMIUM QUALITY FRUIT

RAMÓN LARA / Presidente de la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya

“La apuesta de La Mancha por la sandía sigue en aumento”

Una vez más, desde Argamasilla de Alba, el presidente de la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya, Ramón Lara nos ofrece un análisis real y sincero del sector del melón y la sandía de La Mancha en el que habla de la situación del mundo cooperativo y de sus problemas de falta de relevo generacional y la avanzada edad de sus productores. También comenta otros temas como el ‘boom’ de la calabaza y explica el porqué de la falta de apoyo que están teniendo iniciativas como la lonja de precios, la interprofesional, incluso la IGP Melón de La Mancha.

► NR. ARGAMASILLA DE ALBA.

Valencia Fruits. Si echamos la vista atrás, ¿qué sabor de boca dejó la campaña 2023 de melón y sandía en La Mancha?

Ramón Lara. En sandía fue un año complicado después de la buena temporada que se cerró en 2022. Y el melón, la campaña fue similar a la anterior. En 2023 se volvió constatar la apuesta de La Mancha por la sandía, una tendencia que se mantiene también en la presente campaña tras confirmar un aumento de un 10% en la superficie total plantada.

VF. El melón sigue perdiendo peso en La Mancha a favor de la sandía, ¿por qué?

RL. Hay varios factores. Primero, es más fácil producir sandía que melón. Otro factor es el rendimiento por hectárea, que es mayor en la sandía. Así, si los precios no son altos, es más fácil cubrir los gastos. Además, el cultivo de la sandía no presenta tantas complicaciones como el del melón, especialmente en tierras demasiado agotadas. Las sandías son más resistentes a enfermedades y no tan exigentes en cuanto a las condiciones del terreno.

VF. ¿En la cooperativa de Peñarroya hay más sandía que melón?

RL. Hay más melón que sandía. Hemos llegado a estar 50-50, pero este año la balanza se inclina hacia el melón con un 60-40. Son producciones complementarias.

VF. ¿Qué opinión le merece el gran desarrollo que está teniendo la calabaza en La Mancha?

RL. No es un cultivo nuevo en esta zona, pero en los últimos años ha vivido un ‘boom’ gracias a los almacenistas que ven en este producto una forma de alargar la temporada. A nivel agronómico, la calabaza es más fácil de cultivar, aguanta bien en el campo, es más resistente a plagas y enfermedades y per-



Ramón Lara considera la Lonja del Melón y la Sandía como una herramienta útil, a pesar de las críticas que recibe. / N RODRIGUEZ

“Las producciones de melón y sandía en la cooperativa se mantienen estables”

“La calabaza resiste bien en el campo y es más fácil de cultivar”

mite extender las ventas más allá del otoño. Es otro cultivo complementario que puede ser interesante, si bien económicamente no deja tanta ganancia como el melón o la sandía.

VF. ¿Qué podemos decir de la situación de la cooperativa en relación a sus socios?

RL. Cada vez son menos y más mayores, y falta de relevo generacional porque la gente joven no quiere trabajar en el campo.



Vista parcial de las instalaciones de la cooperativa. / NR

Esto no es sólo un problema local, es generalizado. La agricultura y la ganadería son las principales actividades económicas de muchos de los pueblos de la ‘España despoblada’. En el caso de Argamasilla de Alba, a

pesar de estar rodeados de pueblos grandes, seguimos siendo un municipio que depende de pequeños productores, con un sector industrial creado en torno a la agricultura, donde sólo el 2% de la gente que tra-

baja actualmente en el campo es nacional.

Si no hay gente para seguir adelante con el campo, las pérdidas serán insalvables. Para no llegar a este punto sin retorno es necesario que las diferentes administraciones apoyen realmente el sector primario.

VF. ¿Cuál es la situación de la Lonja del Melón y la Sandía de La Mancha, de la Interprofesional y de la IGP Melón de La Mancha? ¿Qué recorrido tienen a medio largo plazo?

RL. La lonja sigue adelante con sus altibajos. Personalmente la considero una herramienta útil.

La situación es más complicada para la interprofesional. Para tener una interprofesional operativa, es necesario que estén representadas todas las zonas productoras, no sólo La Mancha. Con la estructura actual, en la que falta organización, es difícil involucrar a otras zonas como Murcia, que cuentan con un sector más ordenado y tendrían un mayor poder de ejecución en el caso de convertirla en nacional. Por otra parte, el planteamiento de una extensión de norma no cuenta con el beneplácito del Gobierno Autónomo de Castilla-La Mancha. Además, los almacenistas son reacios a unirse a una organización así. Con este panorama, la continuidad de la Interprofesional del Melón y la Sandía de La Mancha es complicada.

En cuanto a la IGP Melón de La Mancha, sólo la administración ha mostrado interés en hacer algo este año, pero el sector no está convencido. La IGP es una buena herramienta promocional, pero reactivarla requiere una inversión económica significativa. Las empresas marquistas y las cadenas de supermercados no han mostrado interés por incluir estos productos en sus lineales, por lo que las empresas hemos dejado de certificar melón bajo esta figura de calidad por la poca salida comercial que ofrece.

VF. ¿Qué representatividad tiene el cooperativismo en el sector del melón y la sandía en La Mancha?

RL. Es duro decirlo, pero el peso de las cooperativas es cada vez menor, con una representación que no supera el 5%.

VF. ¿Cómo se vislumbra el futuro?

RL. Aquí, el futuro lo marca el día a día. Con la estructura productiva que tenemos, formada por pequeños agricultores de avanzada edad sin relevo generacional y el problema de la falta de mano de obra, no se pueden hacer grandes cosas.

En el caso de la cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya, a pesar de las dificultades, vamos bien. Mantenemos los volúmenes entre 9 y 11 millones de kilos de melón y sandía, dependiendo del año y la climatología, con una cartera de clientes bastante estable.

GRUPO NÚÑEZ GARCÍA FILOSO, S.L.
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS





Fco. Javier Núñez: 669 955 196 · Paco Núñez: 696 980 499
Carretera Nacional 430, Km 365. Apdo. Correos 15-413200, Manzanares (Ciudad Real).
Almacén: 926 614 281 · meloneselcaballeroandante@gmail.com · www.elcaballeroandante.com



DECCO Screen

Near Harvest

Reduce el estrés solar y potencia la calidad.

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



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

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

deccoiberica.es

AGUSTÍN BORJA / Agroborja SL

“Nuestro objetivo, este año, es vender 16 millones de kilos de sandía y 4,5 millones de melón”

Agroborja SL es uno de los casos de éxito de empresa familiar productora y comercializadora de sandía y melón en La Mancha. Su filosofía es clara: “ante todo somos productores que tienen un almacén al que llevan su producción, la confeccionan y la venden, ofreciendo siempre la mejor calidad posible”. Este modelo empresarial que resumido parece sencillo, gestionarlo día a día son palabras mayores, requiere gran trabajo, dedicación y experiencia, algo que, a pesar de su juventud, le sobra a nuestro entrevistado, Agustín Borja, segunda generación al frente del negocio familiar.

NEREA RODRIGUEZ. MANZANARES. Valencia Fruits. ¿Cuáles son las previsiones de cosecha respecto al año pasado en Agroborja?

Agustín Borja. El año pasado se comercializaron 16 millones de kilos de sandías y 4 millones de melón, en total 20 millones de kilos.

El volumen que tenemos este año es similar. Nos hemos visto un poco ajustados por la problemática de las restricciones de agua, pero los volúmenes que esperamos son más o menos iguales. Este año en Agroborja hemos sembrado 150 hectáreas de sandía y 120 de melón (50 nuestras y 70 en colaboración con otros agricultores) y como novedad hemos sembrado unas pocas calabazas. Es un cultivo complementario que te permite mantener el almacén en marcha unos meses una vez se acaba la temporada de melón y sandía.

VF. ¿Cuál es el calendario para 2024?

AB. El plan es empezar a mediados de julio, que este año no será antes del 20, y acabar a primeros de octubre.

VF. ¿Qué hay del proyecto de trabajar producciones de otras zonas?



Agustín Borja apunta que la exportación representa el 40% en Agroborja SL. / NR

AB. Nuestro planteamiento es empezar un mes antes con sandía de la zona de Sevilla y Córdoba para dar servicio a clientes que tienen dificultad de llenar el hueco entre Almería y La Mancha.

La intención no es mover grandes cantidades, lo justo para atender a las necesidades de algunos clientes.

Estamos manteniendo contactos con diferentes productores locales para trasladar nues-

“Este año en Agroborja hemos sembrado 150 hectáreas de sandía y 120 de melón (50 nuestras y 70 en colaboración con otros agricultores) y como novedad hemos sembrado unas pocas calabazas”

tro modelo empresarial de La Mancha a estas zonas.

VF. ¿Problemas con la dotación de agua de riego?

AB. La falta de agua es un problema recurrente que se ha visto agravado en los últimos años con restricciones continuas en las dotaciones de agua. El acuífero de La Mancha Occidental se ha visto en situaciones peores a las actuales, pero el año pasado nos redujeron un 10% de la dotación, ya rebajada anteriormente.

Si ya había problemas para regar los campos, con esta nueva bajada la situación se ha complicado.

“La falta de agua es un tema recurrente que se ha visto agravado en los últimos años con restricciones continuas en las dotaciones de agua”

VF. ¿Han notado falta de mano de obra en estos últimos años?

AB. No somos ajenos a esta problemática. En Agroborja, entre el campo y el almacén, tenemos una plantilla de 120 personas y lo que intentamos hacer es cuidar a nuestra gente de la mejor manera posible para que cuenten con nosotros y no se vayan a otro sitio, con salarios dignos y las mejores condiciones de trabajo posibles.

VF. ¿Cómo ha cambiado el panorama una vez que La Mancha se ha convertido en una zona estratégica para la exportación?

AB. Con el aumento de la sandía y la exportación, en La Mancha cada vez hay más productores que dan el paso a la comercialización, un paso que requiere la adaptación a las exigencias del mercado y esto pasa por la profesionalización tanto en el campo como en el almacén.

También hay casos a la inversa, es decir, comercializadores que están apostando por tener producción propia.

Echando la vista atrás y comparada con la situación actual, sí podemos decir que el sector de sandía y melón de La Mancha se está profesionalizando, pero, y hablo por experiencia propia, no es todo tan fácil. Una de las claves es tener contactos comerciales fiables, es decir, tener el cobro asegurado. El trabajo en el almacén requiere también su pericia, no se trata únicamente de meter melones y sandías en cajas... Luego, tienes que tener volumen suficiente para responder al cliente y no fallarle, porque si no, buscará a otro. Por lo tanto, o es todo tan sencillo, requiere su tiempo y es la propia evolución del negocio la que te marca el camino a seguir, y luego tú decides si te interesa o no continuar avanzando.

VF. ¿Cuáles son las previsiones de ventas de Agroborja?

AB. Nadie sabe lo que va a pasar la semana que viene, por lo que prever cómo será el mercado cuando comience La Mancha es prácticamente imposible. Ciertamente, que la gente venga enganchada de otra zona, eso es bueno para nosotros. Ahora mismo hay buen género en sandía y melón, el precio está bien, no es desorbitado y la demanda es buena.

VF. ¿Qué objetivos se ha marcado la familia de Agroborja para la campaña 2024?

AB. El objetivo es claro: vender la producción que tenemos este año, que serán 16 millones de kilos en sandías y 4.5 millones de melón. El 40% de las ventas serán en exportación, mientras que el 60% restante serán ventas en el mercado nacional, con una de las cadenas de supermercados de referencia como cliente destacado.

En exportación, la empresa ha dado un salto grande con la llegada de una de las cadenas de supermercados más importantes de Alemania. La intención es seguir creciendo en ventas internacionales de la mano de esta cadena, que cuenta con más de 6.000 tiendas en Europa.



LAVADORA DE SANDÍA

- Acero inoxidable.
- Gran cepillón de lavado.
- Regulación de temperatura de secado.



ENCAJADORA AUTOMÁTICA

El complemento perfecto para nuestros calibradores de melón y sandía. Producción de 6 cajas/min.



CALIBRADOR ELECTRÓNICO POR PESO

“descarga ambos lados”

- Calibrado por PESO
- Diseño cazoleta patentado
- Descarga derecha/izquierda indistintamente
- Trato delicado a la fruta
- Última tecnología

¡NOVEDAD!
Sistemas patentados

*Nuevo sistema de pesado, con Cortadora de brócoli



VOLCADORES DE PALOTS

SECUENCIAL

- Giro 180°.
- Elevación vertical.
- Apilador opcional.
- Espacio reducido.
- Altura de descarga a voluntad.

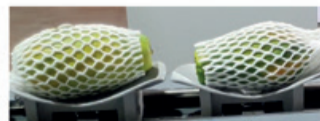


EN CONTINUO

- Desapilador.
- Volteador.
- Apilador en descenso.
- Pulmón salida palots vacíos.

TODO ELLO MODULAR

Para Melón, Sandía, Calabaza, Papaya, Brócoli.....



CORTADORA PARA 1/4" Y "1/2"

Para melón, sandía, calabaza y frutas de gran tamaño.





LIDER VILLACONEJOS®

El Melón por Excelencia

APROBADO
SABOR DEL AÑO
Producto probado por consumidores
2024

Calabaza
Líder Villaconejos
Galardonada
Sabor del Año



Calidad, Servicio y Compromiso

www.lidervillaconejos.com



Las innovaciones que han implementado en estos últimos años han permitido a la empresa aumentar la eficiencia, reducir costos y garantizar una calidad superior del producto. / NEREA RODRIGUEZ

RAÚL Y MARTÍN PÉREZ MESAS / SAT Frutas Margui - Líder Villaconejos

“La competencia y la globalización nos impulsan a ser más innovadores y eficientes”

SAT Frutas Margui, dirigida por los hermanos Raúl y Martín Pérez Mesas, es una empresa familiar con una sólida herencia en la producción y comercialización de melones, sandías y, más recientemente, calabazas. Con raíces que se remontan a 1925, la empresa ha sabido combinar tradición e innovación para mantenerse competitiva en un mercado globalizado. En esta entrevista, Raúl y Martín comparten sus experiencias, desafíos y visiones sobre la evolución de la empresa, destacando su compromiso con la sostenibilidad, la tecnología y la calidad, así como su estrategia de diversificación y expansión para el futuro.

► NEREA RODRIGUEZ. VALDEMORO. Valencia Fruits. La tradición melonera de la familia Pérez Mesas es impresionante. ¿Cómo ha sido llevar adelante un legado que comenzó en 1925? y ¿Qué innovaciones están más orgullosos de haber implementado en SAT Frutas Margui?

Raúl Pérez Mesas. Llevar adelante un legado que comenzó en 1925 ha sido un desafío y un honor para nuestra familia. La clave ha sido mantener los valores y la calidad que iniciaron nuestros antepasados, adaptándolos a las exigencias y oportunidades del presente.

Martín Pérez Mesas. Estamos especialmente orgullosos de haber implementado innovaciones en técnicas de cultivo sostenible y en la automatización de nuestras líneas de producción, lo que ha mejorado la eficiencia y la calidad de nuestros productos.

El cuidado, respeto y apoyo a nuestros agricultores asociados y a nuestros propios agricultores es algo de lo que también



Martín y Raúl Pérez Mesas son el ejemplo de las nuevas generaciones que han hecho progresar la empresa familiar. / NR

nos sentimos profundamente orgullosos. Nos preocupamos por su bienestar y continuidad, asegurándonos de que puedan rentabilizar sus producciones.

“Llevar adelante un legado que comenzó en 1925 ha sido un desafío y un honor para nuestra familia”

“La evolución hacia una mayor producción de sandía ha sido una respuesta a la creciente demanda del mercado”

Como agricultores que somos, entendemos que ellos son vitales para nuestra empresa y para el sector agrícola en general. Sin su dedicación y esfuerzo, no hubiese sido posible continuar con este legado familiar.

VF. Como jóvenes líderes en una industria tradicional, ¿qué desafíos han enfrentado y cómo han impulsado el crecimiento y la modernización de la empresa?

RPM. Como jóvenes líderes, hemos enfrentado desafíos como la resistencia al cambio y la necesidad de modernizar procesos sin perder la esencia tradicional. Hemos impulsado el crecimiento a través de la inversión en tecnología, la apertura a nuevos mercados y la implementación de prácticas agrícolas sostenibles.

MPM. Además, hemos promovido la formación continua de nuestro equipo para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado

VF. Desde sus inicios, Frutas Margui ha sido una empresa melonera, pero debido a la demanda del mercado, la sandía ha crecido de forma significativa. ¿Cómo ha sido esta evolución? y ¿cuáles han sido los motivos principales que han propiciado esta ampliación?

RPM. La evolución hacia una mayor producción de sandía ha sido una respuesta a la creciente demanda del mercado. Los consumidores buscan productos frescos y saludables, y la sandía ha ganado popularidad por sus propiedades nutritivas y refrescantes. Además, hemos visto oportunidades en diversificar nuestra oferta para asegurar la estabilidad y el crecimiento de la empresa.

VF. Debido a esta creciente demanda, Frutas Margui ha ampliado sus instalaciones para aumentar las líneas de producción de sandía. ¿Qué novedades tecnológicas o metodológicas están aplicando en esta expansión y cómo esperan que impacte en el mercado?

RPM. En nuestra expansión, hemos implementado tecnologías de última generación en la clasificación y empaquetado de sandías, así como sistemas de riego por goteo y monitoreo de cultivos mediante sensores IoT para optimizar el uso de recursos. Estas innovaciones nos permiten aumentar la eficiencia,

Especialidad melón
Piel de Sapo

Sociedad Cooperativa Agraria
“Nuestra Señora de Peñarroya”

Ctra. Villarta de San Juan, s/n • 13710 ARGAMASILLA DE ALBA (Ciudad Real)
Tel.: 926 52 34 56 / 52 34 35 • Fax: 926 52 21 75 • E-mail: info@coopdepenarroya.es
www.coopdepenarroya.es

PRODUCTO DE CASTILLA LA MANCHA
ARGAMASILLA DE ALBA CIUDAD REAL
Ctra. Villarta de San Juan, s/n. Tels. 926 52 34 56-34 35
COOPERATIVA NTRA. SRA. DE PEÑARROYA

ARGAMASILLA DE ALBA CIUDAD REAL
Ctra. Villarta de San Juan, s/n. Tels. 926 52 34 56-34 35
COOPERATIVA NTRA. SRA. DE PEÑARROYA

Indicación Geográfica Protegida
“Melón de la Mancha”

“Como jóvenes líderes, hemos enfrentado desafíos como la resistencia al cambio y la necesidad de modernizar procesos sin perder la esencia tradicional”

“La calabaza llegó a nuestra empresa como una apuesta por la diversificación de productos. Inicialmente era un cultivo experimental, pero su éxito y aceptación en el mercado han sido notables”

reducir costos y garantizar una calidad superior del producto, lo cual esperamos que nos consolide aún más en el mercado.

VF. Además del melón Piel de Sapo y las sandías, trabajan también con la calabaza, que ha sido premiada como “Sabor del Año”. ¿Cómo ha llegado este tercer producto a la empresa? ¿Qué peso tiene en el total de producción y ventas?

MPM. La calabaza llegó a nuestra empresa como una apuesta por la diversificación de productos. Inicialmente era un cultivo experimental, pero su éxito y aceptación en el mercado han sido notables. Actualmente, representa un porcentaje significativo de nuestra producción y ventas, contribuyendo a la estabilidad y crecimiento de nuestra empresa.

VF. ¿Cuál ha sido el impacto de estos premios en la percepción de su marca?

RPM. Este premio ha tenido un impacto muy positivo en la percepción de nuestra marca. Ha incrementado nuestra visibilidad y credibilidad en el mercado, destacándonos como una empresa comprometida con la calidad y la innovación. Esto ha fortalecido nuestra relación con clientes y consumidores, aumentando la confianza en nuestros productos.

VF. Hablando de sostenibilidad y Medio Ambiente, la empresa ha invertido en medidas para reducir su consumo energético y ha instalado paneles solares. ¿Qué otras prácticas sostenibles están implementando y cómo influye la sostenibilidad en sus decisiones empresariales?

MPM. Además de la instalación de paneles solares, hemos implementado prácticas como el uso de fertilizantes orgánicos, la gestión eficiente del agua mediante sistemas de riego avanzados y la reducción de residuos mediante el reciclaje y la reutilización de materiales. La sostenibilidad es un pilar fundamental en nuestras decisiones empresariales, guiándonos hacia un futuro más responsable y consciente con el medio ambiente.

VF. La transmisión de honestidad y ética en su equipo es uno de sus valores fundamentales. ¿Cómo fomentan estos principios en su día a día y qué estrategias utilizan para mantener un equipo motivado y alineado con estos valores?

RPM. Fomentamos la honestidad y ética mediante la transparencia en nuestras operaciones y la comunicación abierta con todo el equipo. Realizamos capacitaciones periódicas en valores y ética empresarial, y promovemos una cultura de reconocimiento y recompensa por el buen desempeño y la integridad.

Mantenemos un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso, donde cada miembro se siente valorado y motivado a contribuir a los objetivos comunes.

VF. ¿Qué proyectos o objetivos tienen para los próximos años y cómo ven el futuro de SAT Frutas Margui en un mer-



Una de los aspectos más valorados por el equipo de Frutas Margui es su ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso, donde cada miembro se siente valorado y motivado a contribuir a los objetivos comunes. / N RODRIGUEZ

cado cada vez más competitivo y globalizado?

MPM. Para los próximos años, nuestros objetivos incluyen la expansión a nuevos mercados, la diversificación de nuestra oferta de productos y la continua inversión en tecnología y sostenibilidad. Vemos el futuro de SAT Frutas Margui con optimismo, conscientes de que la competencia y la globalización nos impulsan a ser más innovadores y eficientes.

RPM. Estamos comprometidos a seguir siendo líderes en calidad y sostenibilidad, adaptándonos a las tendencias y demandas del mercado global.

 **SAKATA**[®]
PASSI^oN in Seed

GAMBITO

Pequeño dulce
para exportación



ANTONIO AGUDO CONTRERAS / Responsable de Ventas de 'El Melonero'

“Estamos comercializando un melón excepcional, a la altura de nuestras previsiones”

Antonio Agudo Contreras revela cuáles son los desafíos que plantea la campaña nacional de melón y sandía de 2024, ahora que comienza la temporada fuerte para la empresa. A pesar de las dificultades iniciales y las inclemencias meteorológicas, El Melonero ha logrado comercializar productos de alta calidad. La empresa, conocida por su excepcional melón Piel de Sapo, también ha visto un notable crecimiento en la línea de sandía, impulsando tanto su mercado nacional como internacional. Antonio Agudo comparte la estrategia de la empresa para mantener su posición en el competitivo mercado hortofrutícola y los preparativos para su participación en Fruit Attraction.

► N RODRIGUEZ, VILLACONEJOS. Valencia Fruits. En mayo arrancaba la temporada nacional de melón y sandía para El Melonero. ¿Cómo han sido estos dos meses y medio? ¿Se han cumplido las previsiones que manejaba la empresa?

Antonio Agudo. En términos generales, todos los inicios de campaña siempre se presentan con dificultad. Para nosotros, todo arranque es un nuevo reto, un nuevo propósito que llevamos a cabo con ilusión. Siempre podemos tropezar con algún factor que complica el inicio, pero nuestro saber hacer empresarial nos ha hecho posible sortear las piedras halladas en el camino, como la escasez de materia prima a causa de alguna tormenta puntual.

Por tanto, estamos contentos con el arranque de la campaña nacional 2024, ya que estamos comercializando un melón excepcional que está a la altura de nuestras previsiones empresariales.

VF. Con la llegada del verano comienza realmente la temporada para El Melonero, ¿cómo se presentan estos meses en producción y comercialización?

AAC. Efectivamente, durante los meses de verano, los volúmenes de venta se multiplican. Las producciones están respondiendo bajo un rango de normalidad que nos permite trabajar con melón y sandía de calidad, factor esencial para acelerar el ritmo de venta.

No tenemos duda de que en los próximos meses, la calidad va a aumentar, aliente para incrementar los datos de venta de temporadas anteriores.

VF. La climatología ha sido favorable hasta finales de junio, pero se han registrado fuertes tormentas en las zonas de producción de Murcia y La Mancha. ¿Qué informaciones llegan desde el campo de los efectos de estas inclemencias meteorológicas?

AAC. Despedíamos el mes de junio con algunas tormentas que causaron incertidumbre en el sector, sobre todo en la región de Murcia. No podemos negar que las horas posteriores a los efectos de la climatología causaban preocupación ante nuestra situación. No estábamos convencidos de que la planta resistiera tal golpe, pero afortunadamente, podemos decir que las plantaciones han avanzado con total normalidad y la materia prima sigue un ritmo óptimo de cultivo. Y, por consiguiente, los parámetros de calidad responden a nuestras ne-



Ángel, Richard y Antonio Agudo Contreras representan la primera y segunda generación al frente de El Melonero. / NR

“Las producciones están respondiendo bajo un rango de normalidad que nos permite trabajar con melón y sandía de calidad, factor esencial para acelerar el ritmo de venta”

cesidades y, en consecuencia, a las de nuestros clientes.

VF. Ante panoramas complicados como fue el inicio del ejercicio anterior, ¿qué medidas está estableciendo la empresa para responder a las necesidades de sus clientes en el suministro?

AAC. En El Melonero siempre somos previsores. No en base a las dificultades del año pasado, sino que es política de empresa tener un plan alternativo para sortear problemas. Nuestra experiencia en el sector nos lleva

a establecer muchas relaciones comerciales con proveedores y agricultores, gracias a lo que fortalecemos nuestro engranaje empresarial para responder ante situaciones adversas en lo que a abastecimiento de materia prima respecta.

VF. La sandía se ha convertido en una parte importante del negocio de El Melonero. ¿Cómo está siendo este proceso de expansión de esta línea de productos? Viendo su evolución, las instalaciones actuales, las necesidades futuras,

¿hay planteamiento de cambio de ubicación?

AAC. Cuando decidimos apostar por la diversificación de la oferta, llevamos a cabo estudios pormenorizados para no dar un paso en falso a la hora de comercializar sandía. De hecho, invertimos para dotar a nuestras instalaciones de una nueva ubicación en la que desarrollar toda actividad vinculada a la sandía. Y así seguimos, porque el mercado ha respondido bastante bien y las sandías de El Melonero ya son reconocidas por parte del sector.

VF. ¿Este avance de la sandía también ha ayudado a incrementar volúmenes en la línea de exportación?

AAC. Por supuesto. Todo suma. Cuando se lucha por hacer bien las cosas, recoges el



Ser especialistas se traduce en dedicar mucho esfuerzo en el cultivo, selección, envasado y comercialización. / N RODRIGUEZ

“Las sandías de El Melonero ya son reconocidas por parte del sector”

fruto sembrado. Y eso nos está pasando con la sandía, la cual, no solo comercializamos a nivel nacional, sino que ya está empezando a cruzar nuestras fronteras.

VF. ¿Qué peso tienen, ahora mismo, las ventas fuera del mercado nacional? ¿Qué es lo que más valora el cliente internacional de la oferta de El Melonero?

AAC. Sin lugar a dudas, la calidad de la materia prima. Es algo que repetimos con asiduidad, pero al final es lo que nos diferencia.

Cada año, la exportación es más importante para El Melonero, de modo que es un factor de peso para seguir creciendo. A día de hoy, las cifras que manejamos relativas a ventas fuera de nuestras fronteras alcanzan en torno a un 15% de nuestro volumen de negocio.

VF. Melón Piel de Sapo y sandías rayadas y negras son los productos estrella de El Melonero, pero ¿se han planteado ampliar catálogo con otro tipo de melones (Galía, amarillo, Cantaloup...), sandías o la tan de moda calabaza?

AAC. En principio, nuestra apuesta por el melón Piel de Sapo y la sandía sin pepita es firme. De momento, así seguiremos con el fin de mirar nuestra materia prima. Sólo centrándonos en productos específicos alcanzaremos los mejores resultados. O, al menos, esa es una de nuestras premisas. Consideramos que ser especialistas se traduce en dedicar mucho esfuerzo en el cultivo, selección, envasado y comercialización. Y, de momento, nuestra especialización en melón y sandía seguirá siendo exclusiva.

VF. El Melonero en Fruit Attraction. A falta de 3 meses para una nueva edición, ¿qué está preparando El Melonero para su próxima participación como expositor? ¿Qué supone Fruit Attraction para la empresa? ¿Cuál es el feedback después de tantos años presentes en la feria?

AAC. Todo aquel que forma parte del sector hortofrutícola reconoce que se trata de un escenario excepcional para establecer relaciones comerciales. De hecho, el mayor feedback tras años de experiencia se traduce en dichas relaciones comerciales: bien aumentando nuestra cartera de clientes o descubriendo proveedores que nos han proporcionado mejoras en el servicio al cliente.

Fruit Attraction es una estrategia para seguir potenciando y consolidando nuestra marca en el mercado. Este sector es muy complejo y contamos con mucha competencia, por lo que consideramos que estar presentes en esta feria es fundamental para diferenciarnos.

Estamos preparando un stand no sólo para presentar nuestra empresa a todo aquel que quiera visitarnos, sino para atender a nuestros clientes y proveedores, afianzar nuestra relación con los mismos y garantizarles que seguimos trabajando con esfuerzo para que adquieran la mejor materia prima a su alcance, esa que sólo le podemos facilitar en El Melonero.

Ferimel celebra su sexta edición estrenando un nuevo formato

► **NEREA RODRIGUEZ. MEMBRILLA.** Ferimel, la Feria Regional del Melón, que se celebra cada dos años en Membrilla, está celebrando estos días su VI edición con importantes novedades y cambios destacados. La primera novedad es la fecha de celebración, que va del 13 de julio al 3 de agosto, coincidiendo con el inicio de la campaña del melón en La Mancha.

En una conversación con **Valencia Fruits**, el alcalde de Membrilla, Jorge Navas, y la directora de Ferimel, Elena Lozano, explican qué otras novedades presenta la feria de la localidad conocida como 'la capital del melón'.

"Tras contrastar con los participantes de las pasadas ediciones de Ferimel que el formato tradicional no estaba dando los resultados esperados, para esta VI edición se ha optado por separar la parte profesional de la programación lúdica y cambiar los stands por jornadas técnicas que servirán como punto de encuentro y foro en el que presentar novedades y debatir sobre los temas que más interesan al sector del melón, como son el agua, las plagas y enfermedades, o las nuevas variedades," explica Jorge Navas.

Esta sección profesional, centrada en jornadas técnicas, se ejecutará los tres martes posteriores al 13 de julio (16, 23 y 30 de julio).

Por su parte, Elena Lozano, aclara que los expositores de ediciones anteriores "tienen la oportunidad de seguir participando en Ferimel, pero ahora como patrocinadores o colaboradores". También apunta que en este nuevo formato, las jornadas técnicas y mesas redondas organizadas por las casas de semillas son las que "servirán como foros y puntos de encuentro para agricultores, comercializadores, semilleros y viveros que ya han confirmado su participación".

Tanto Navas como Lozano destacan que el principal objetivo del nuevo equipo directivo de la feria es "seguir fomentando la promoción y comercialización del melón, pues Ferimel es el mejor escaparate para impulsar y comercializar el melón Piel de Sapo. No es sólo un evento para Membrilla y La Mancha, sino que constituye el escenario para todos los productores de melón de la variedad Piel de Sapo y las empresas auxiliares que conforman su sector productivo a nivel nacional. Se encuentran y colaboran para compartir los avances de la producción y comercialización del cultivo, incrementando el valor del melón en la sociedad y promocionando este producto en el mercado nacional e internacional".

Tras la inauguración el pasado 13 de julio, el alcalde, Jorge Navas afirma que todo el equipo de Ferimel está "animado y al mismo tiempo expectante ante el recibimiento de este

nuevo formato, resultado de las reuniones mantenidas con los expositores y participantes de ediciones anteriores. La implicación de las casas de semillas, las comunidades de regantes,

las empresas patrocinadoras y del propio Ayuntamiento de Membrilla es total para esta nueva propuesta distinta, novedosa y, esperemos, con largo recorrido en el futuro".



Jorge Navas y Elena Lozano explican la importancia de la promoción. / NR

Powered by
Syngenta Vegetable Seeds

BOBAL

Gran rendimiento y sabor con resistencia* a pulgón, oídio y Nueva Delhi.




AGATA

El sabor del verano.







ÓSCAR AGUDO / Responsable de almacén y ventas de la SAT Tío Cacheje

“El futuro de la empresa pasa por mantener y fidelizar la cartera de clientes”

Tras una campaña 2023 marcada por la falta de producto en la temporada murciana, la SAT Tío Cacheje afronta 2024 habiendo hecho los deberes y asegurando, junto a los productores con los que trabaja en Murcia y La Mancha, una cosecha de acuerdo con las previsiones de venta que maneja la empresa, que rondarán los seis millones de kilos. Habiendo superado la primera parte de la campaña, en julio comienzan las semanas más fuertes en ventas, especialmente con la llegada al mercado de los primeros melones y sandías de La Mancha. Óscar Agudo señala que aún falta ritmo en las ventas.

► NEREA RODRIGUEZ. VILLACONEJOS. Valencia Fruits. ¿Cómo calificaría la situación de la SAT Tío Cacheje en 2024?

Óscar Agudo. La situación es de estabilidad, sin grandes cambios en nuestra cartera de clientes y con un planteamiento de aprovisionamiento y ventas similar respecto a años anteriores. Tras realizar las obras de remodelación, con la instalación de placas solares y la incorporación de maquinaria nueva durante el año pasado, en 2024 únicamente se han realizado pequeñas labores de mantenimiento del almacén.

VF. Si echamos la vista atrás, ¿qué balance realiza del 2023?

OA. Si hacemos balance del año completo, incluido el mes de julio en el que estuvimos casi parados debido al fallo de producción que hubo en Murcia a causa de las lluvias y el granizo, para Tío Cacheje el año 2023 ha dejado un buen sabor de boca, con precios altos durante buena parte

de la campaña nacional. Hubo momentos complicados de gestionar, de gran incertidumbre, preocupación y tensión... pero al final, en el cómputo general, los resultados obtenidos han sido buenos.

VF. Para controlar mejor el suministro, ¿Tío Cacheje se ha planteado disponer de producción propia?

OA. No es un tema que se haya planteado. Tenemos acuerdos

con productores de La Mancha y Murcia que cultivan para nosotros, así nos aseguramos de tener producto durante toda la temporada, un producto que cumple con los requisitos de calidad que representa nuestra marca.

VF. Y, ¿cómo se establecen y controlan esos parámetros cualitativos?

OA. En los meses de invierno nos reunimos con los productores y se acuerdan las hectáreas



Tío Cacheje cuenta desde el pasado año con placas solares y ha incorporado maquinaria nueva en el almacén. / TÍO CACHEJE



Óscar Agudo y Ángel Luis Olivar, responsable de almacén y ventas, y comercial de compras en el campo de la SAT Tío Cacheje. / TÍO CACHEJE

que queremos plantar, los kilos que prevemos comercializar, las variedades y el calendario...

VF. En esos acuerdos, ¿hay cambios en los porcentajes entre melón y sandía?

OA. El planteamiento es similar al año pasado. Durante la temporada de contraestación, el melón representa el 80% del volumen y la sandía el 20%, mientras que en los meses de la campaña nacional (de mayo a octubre) el porcentaje se reparte en un 40% sandía y un 60% melón.

VF. Y en variedades, ¿hay novedades?

OA. En melón seguimos fieles al Piel de Sapo y en sandía, además de la negra sin pepitas, hemos introducido como novedad la rayada.

VF. ¿Qué características deben cumplir el melón y la sandía que se plantan para Tío Cacheje?

OA. Ante todo, buscamos variedades de calidad priorizando dulzor y aguante.

VF. ¿Cuál es el volumen de comercialización que manejan para esta campaña?

OA. Entre melón y sandía, la previsión es acercarnos a los seis millones de kilos.

VF. ¿Qué peso tienen las cadenas de supermercados y el sector mayorista en la cartera de clientes de Tío Cacheje?

OA. Trabajamos tanto con supermercados como con mayoristas.

VF. ¿Hay línea de exportación en Tío Cacheje?

OA. La empresa tiene centradas sus ventas en el mercado nacional con una pequeña parte de envíos a Portugal.

VF. ¿Cómo ha cambiado el negocio del almacenista de melón y sandía en los últimos años?

OA. En nuestro caso, el mayor cambio ha sido el económico. Antes se podía 'luchar' por un precio, pero en los últimos años es muy difícil mantenerlos con los precios que hay en el campo y los que se manejan en el mercado. Se nota mucha tensión en la cadena y nuestra posición como intermediarios no es nada fácil de gestionar, máxime cuando nosotros también tenemos que lidiar con el aumento de costes en electricidad, embalajes, flejes y transporte...

VF. Centrándonos en la presente campaña, ¿cómo se están comportando las ventas, una vez superada la primera parte con las producciones almerienses y la entrada de Murcia?

OA. Lo que se está viendo ahora en Murcia es menos kilos de los previstos por culpa de una primavera más bien fría. Hay menos oferta y los precios ahora mismo están altos, pero no falta producto ni tampoco va a faltar.

En cuanto al mercado, la demanda no está siendo tan activa como se esperaba en las fechas que estamos. El tiempo no está acompañando y esto se nota. El melón y la sandía necesitan calor y por el momento no está haciendo mucho. De todas formas, espero que con la llegada de la temporada de La Mancha las ventas se reactiven.

VF. Al hilo de esta percepción, ¿aprecia en La Mancha una mayor apuesta por la profesionalización de la producción en comparación con otras zonas?

OA. Opino que tanto Andalucía, Murcia como La Mancha han evolucionado al mismo tiempo y por igual.

VF. ¿Cuáles son los planes de futuro de la empresa?

OA. El futuro de la empresa pasa por mantener y fidelizar la cartera de clientes que tenemos e intentar cada año superar el volumen de ventas del ejercicio anterior. Posibilidades hay, pero no podemos obviar que estamos viviendo tiempos muy difíciles. Capearemos este periodo intentando mantener nuestra posición en el mercado a la espera de tiempos mejores.

La magia de ser agricultor

GLOBALGAP

GRAN SELECCIÓN 2020

jjf agrícola

PREMIO GRAN SELECCIÓN 2021

@agricolajjf

info@agricolajjf.es

www.agricolajjf.es

JULIÁN MOYA / Gerente de Valsic SL

“Valsic ofrece al sector desde lo más simple hasta las máquinas más sofisticadas”

Julián Moya, gerente de Valsic SL, analiza con Valencia Fruits el posicionamiento y la evolución de la empresa en el sector de maquinaria para melón y sandía. Destaca cómo la innovación constante en I+D+I y la capacidad de adaptación a las demandas del mercado han sido clave para su éxito. Además, Moya resalta la importancia de ofrecer soluciones automatizadas que mejoren tanto los resultados financieros como el bienestar de las personas trabajadoras en las empresas agroalimentarias. Valsic ha logrado implantarse de manera satisfactoria en zonas clave como Levante y La Mancha, contribuyendo significativamente a la profesionalización del sector.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. **Valencia Fruits.** ¿Cómo definiría el posicionamiento de Valsic como suministrador de maquinaria en el sector nacional de melón y sandía?

Julián Moya. En la zona de Levante y sur de España, hemos conseguido implantar nuestra marca, con un grado de aceptación bastante satisfactorio para nosotros.

VF. ¿Cómo se consigue llegar a ese grado de aceptación?

JM. Valsic apostó por este mercado de melón y sandía hace muchos años, trabajando en I+D+I y escuchando las demandas del sector, con ello hemos conseguido ser pioneros en diseños y automatización de maquinaria para la manipulación postcosecha.

VF. ¿Cuáles son los productos más demandados por las empresas especializadas en melón y sandía?



Imagen del calibrador electrónico por peso CBP03 patentado de Valsic. / VALSIC

JM. Generalmente tenemos un gran abanico de posibilidades para automatizar el sector, pero hay que tener en cuenta que se trata de campañas relativamente cortas, la amortización de las inversiones suele ser larga y los mercados todos los años no son lo favorables que deberían ser para las empresas manipuladoras.

Dicho esto, respondiendo a la pregunta, la demanda suele ser, salvo excepciones, de máquinas con un coste asumible, aunque a veces no reduzcan los costes todo lo deseable.

VF. ¿Cómo se consigue ser la empresa de referencia en un sector como el melón y la sandía, especialmente en La Mancha?



Julián Moya afirma que los productos de Valsic gozan de muy buena aceptación en el sector del melón y la sandía. / VALSIC

“La apuesta de Valsic por la I+D+I nos ha permitido ser pioneros en diseños y automatización de maquinaria para la manipulación postcosecha de melón y sandía”

JM. Bueno, yo no diría tanto, bien es cierto que nuestros productos gozan de una muy buena aceptación en un sector más o menos mecanizado y con posibilidades de invertir para mejorar, tanto en resultados financieros como en el bienestar de las personas trabajadoras. Nosotros, desde siempre, hemos ofrecido herramientas pensadas para este fin y con una calidad y diseño acorde a la experiencia de muchos años en el sector.

VF. Hablando de La Mancha, ¿cómo ha vivido y se ha adaptado Valsic al boom de la sandía en los campos y almacenes manchegos?

JM. Como cualquier mercado, y La Mancha no es una excepción, cuesta mucho introducir unos productos como los nuestros, pero creemos estar en la buena dirección, al ofrecer herramientas de calidad y polivalencia. Esto, poco a poco, nos va abriendo un mercado que, como he dicho anteriormente, no es nada fácil.

VF. Desde su posición como parte de la industria auxiliar, ¿qué puede comentar de la profesionalización que presenta La

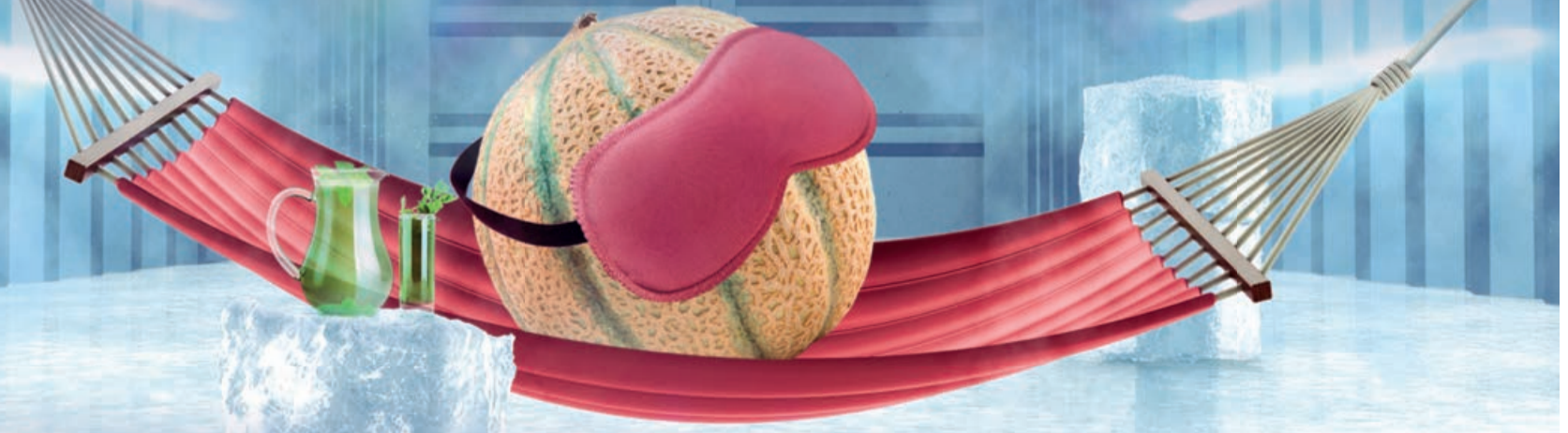
Mancha en el mundo del melón y la sandía?

JM. La Mancha tiene un gran potencial, no sólo por sus extensos campos de cultivo, sino también por la calidad de sus productos. Está muy bien posicionada para abastecer cualquier mercado y en particular el mercado de Madrid, que como todos sabemos, es el de mayor consumo y diversidad de España.

VF. ¿Cuál ha sido la contribución de Valsic a esta profesionalización?

JM. Como comentaba al principio, Valsic lleva muchos años innovando para ofrecer a este sector desde lo más simple para el pequeño emprendedor, hasta las máquinas más sofisticadas y con tecnología propia, sin perder de vista a qué sector dirigimos nuestra investigación y desarrollo, y no sólo eso, Valsic ofrece desde siempre a sus clientes un servicio personalizado y especializado en cada momento y les puedo asegurar que en esta línea vamos a continuar, motivados por la aceptación y confianza de nuestros clientes.

STAY COOL AND RELAX



msc.com/fruit

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

MOVING THE WORLD, TOGETHER.



ISABEL MONTERO / Gerente de Agrícola El Copón de Villacanejos

“El aumento de burocracia es uno de los cambios de estos últimos años en el negocio”

Agrícola El Copón de Villacanejos, nueva denominación de la firma villacanejera El Que Faltaba CB, mantiene su esencia empresarial bajo la gerencia de Isabel Montero, ofreciendo a sus clientes melones de calidad y consolidando su marca “El Copón” como una de las más reconocidas en el circuito comercial nacional. En esta entrevista, Isabel Montero nos ofrece su, siempre clara y sincera, opinión sobre la evolución del negocio, los retos actuales y los planes futuros de la empresa.

► NEREA RODRIGUEZ. VILLACONEJOS. Valencia Fruits. Agrícola El Copón de Villacanejos tiene una sólida herencia como almacenistas de melón. ¿Cómo ha cambiado este negocio en los últimos años?

Isabel Montero. El cambio más destacable es el aumento de la burocracia. A pesar de los muchos avances tecnológicos que se han producido tanto en el almacén como en las oficinas, el exceso de burocracia, que se extiende por todos los ámbitos, lo ralentiza todo hasta generar hastío y enfado absoluto. Un claro ejemplo son las recientes manifestaciones de productores en toda Europa.

VF. Las condiciones climáticas adversas son un reto constante. ¿Qué medidas proactivas estáis tomando para mitigar los riesgos y asegurar la producción de melones y sandías de alta calidad?

IM. Además de ser almacenistas, Agrícola El Copón de Villacanejos también produce melón en La Mancha, por lo que de julio a septiembre comercializamos nuestra propia producción. En cuanto a las campañas de Andalucía y Murcia, tenemos acuerdos con productores locales que trabajan con nosotros desde hace años. Cada año, antes de iniciar la preparación del campo, se establecen los volúmenes, calida-



Isabel Montero junto a las nuevas generaciones de Agrícola El Copón. / NR

des y calendarios. Son productos que conocen bien la empresa y el género que queremos que llegue a nuestro almacén.

VF. La empresa también se ha dejado conquistar por la sandía, pero con la particularidad de trabajarla sólo en contraestación. ¿Qué ventajas y desafíos presenta este enfoque?

IM. Nosotros trabajamos la sandía de octubre a febrero, es decir, en los meses de contraestación cuando en España no hay producción. La mayor ventaja es la ausencia de competencia. Aunque los volúmenes no son los mismos que en verano, hay una demanda bastante estable y el trabajo es más tranquilo.

VF. Agrícola El Copón de Villacanejos tiene una fuerte presencia en el mercado nacional, pero ¿se han planteado la posibilidad de expandirse a mercados internacionales?

IM. El grueso de nuestras ventas se realiza en el mercado nacional, sin embargo, prácticamente desde los inicios hemos vendido nuestros melones en Portugal, Francia, Bélgica e Italia. La exportación no representa un gran porcentaje en el cómputo general, pero mantenemos una cartera de clientes bastante fiel y la idea es seguir ganando cuota de mercado en el exterior.

VF. ¿Qué podemos decir de la temporada 2024? ¿Cómo se presentan los meses más fuertes de la campaña con la entrada de los melones de La Mancha?

IM. Para las fechas en las que estamos, el ritmo de venta no es el esperado. El verano no está siendo tan caluroso y esto se nota en las ventas. Además, hay una bajada de consumo de melón que empieza a ser preocupante. No es una tendencia exclusiva del melón; también en sandía e incluso en el resto de frutas se habla de esta caída de consumo.

VF. ¿Cuáles son los objetivos y planes estratégicos que tiene la empresa para los próximos años?

IM. Con el relevo generacional asegurado, estos próximos años serán de preparación para mi salida de la gerencia y la entrada del joven equipo que ha estado a mi lado en estos últimos años, aprendiendo y ganando experiencia para en unos años ponerse al frente del negocio familiar. Es gente joven con nuevas ideas y proyectos empresariales más ambiciosos. El futuro está en sus manos.

Arranca la campaña de Galkia®

Este melón Galia, que cultivan Fruca, Gregal y Jimbofresh, está logrando recuperar el consumo de la categoría en Europa

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de Galkia® ya está en marcha. Este melón Galia con el sabor y el aroma tradicionales que cultivan Fruca, Gregal y Jimbofresh, sobre la base de la genética de BASF|Nunhems®, vuelve a los lineales europeos y españoles, donde ya está logrando recuperar el consumo de la tipología.

“El proyecto Galkia® está cumpliendo con creces su objetivo, que no es otro que recuperar e incrementar el consumo de melón Galia en Europa”, recuerda Juan Pedro Pérez, Regional Crop Lead de melón y sandía de

BASF. Y lo está logrando gracias a dos pilares fundamentales.

Por un lado, un portfolio de variedades que permite cubrir todas las zonas de cultivo, ofreciendo un altísimo grado de calidad y sabor de forma consistente; y por otra parte, gracias a “un grupo de productores expertos y comprometidos con la excelencia en la producción para ofrecer al consumidor la más alta calidad, utilizando para ello las técnicas más avanzadas y sostenibles”, señalan desde BASF.

Este compromiso de los productores del Grupo Galkia®,

unido a la mejora varietal de BASF|Nunhems®, está permitiendo invertir la tendencia negativa del consumo de melón Galia en Europa, atendiendo a las demandas del consumidor, cada vez más exigente, sobre todo con el sabor.

También en España, un mercado en el que tradicionalmente no se ha comercializado esta tipología, Galkia® está consiguiendo afianzarse y crecer como una referencia sólida y de calidad, comenta Juan Pedro Pérez.

La evolución del mercado del Galia desde la irrupción de



El proyecto Galkia® está cumpliendo objetivos según sus responsables. / BASF

Galkia® es tal que, de hecho, los productores del grupo, Fruca, Gregal S.Coop. y Jimbofresh, prevén seguir creciendo en superficie en los próximos años. Las expectativas son, por tanto,

muy prometedoras. “Los productores están comprometidos con el producto, los supermercados lo piden y el consumidor lo valora y repite la compra”, afirma Pérez.

Agrícola el Copón de Villacanejos, S.L.

Cuidado en el cultivo

Cultivamos nuestros melones de forma natural y sostenible

Atención personalizada

En Melones de Villacanejos, nos importa la satisfacción de nuestros clientes

Proceso de selección y envasado

Nuestros melones pasan por un riguroso proceso de selección y envasado

Disfruta de la dulce tentación de nuestros melones

Cno. De la Cooperativa, 10 - 28360 VILLACONEJOS (Madrid)
Tél. 919 363 349 - E-mail: info@melonesdevillacanejos.com - web: melonesdevillacanejos.com

DIEGO MARTÍNEZ / Director general de Grupo Diego Martínez

“La temporada comercial de melón se está desarrollando en condiciones aceptables”

A punto de comenzar la campaña de comercialización en Castilla-La Mancha y Villacañeros, Diego Martínez, director general de Grupo Diego Martínez, defiende y apuesta por la calidad del melón que se produce en los campos de estas zonas productoras. Con los datos disponibles hasta el momento se augura una temporada óptima, aunque habrá que esperar hasta por lo menos octubre para realizar un balance.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Para Diego Martínez, hasta la fecha, la temporada de comercialización de melón se está desarrollando con unos precios no excesivamente altos ni tampoco bajos, y sin prácticamente solapamiento entre variedades. Con un carácter más general, Grupo Diego Martínez califica como bueno el desarrollo de la primera parte del ejercicio, con mayor volumen comercializado que el año anterior aunque con una media de precios más baja.

Valencia Fruits. ¿Cómo se presenta la comercialización del melón de La Mancha y Villacañeros?

Diego Martínez. Estamos a punto de empezar la campaña de comercialización del melón de La Mancha y Villacañeros que, según nuestros proveedores, será sobre el 20 de julio, tanto en melón verde como amarillo.

Todos los indicadores que tenemos hasta el momento apuntan a una previsión de campaña óptima.

VF. ¿Cuál es el calendario de mercado de este melón?

DM. Sobre una campaña normal según fechas de cultivo, la campaña de comercialización oscila entre finales de julio y se alarga hasta el mes de octubre.



Diego Martínez analiza cómo se está desarrollando hasta la fecha la temporada española de melón. / ARCHIVO

VF. En general, ¿cómo se está desarrollando la campaña de melón?

DM. En términos generales y hasta la fecha, la campaña de comercialización de melón se está desarrollando en condicio-

nes aceptables con unos precios no excesivamente altos ni tampoco bajos, destacando que cada producción se ha presentado al mercado en sus fechas sin prácticamente solapamiento entre las diferentes variedades.

VF. ¿Qué cualidad destacaría del melón de La Mancha y Villacañeros?

DM. Quizás destacaría entre sus cualidades que es un melón muy bueno de comer. Para mí, en la actualidad La Mancha es la

“Durante los últimos ejercicios crece año tras año la demanda del melón amarillo”

mejor zona productora de melón del territorio español.

VF. Durante el mismo periodo de comercialización, ¿tiene competencia de otro melón?

DM. Durante los meses de presencia de melón de La Mancha y Villacañeros prácticamente no tiene competencia de otro melón ya que copa el grueso de comercialización de este producto.

VF. ¿Qué representa el melón en la actividad de Diego Martínez? ¿Cuáles son los principales destinos de comercialización?

DM. Para nosotros representa una venta muy importante. De hecho, observamos que en los últimos ejercicios crece año tras año la demanda del melón amarillo en el Mercado de Barcelona, acaparando mayor cuota de mercado.

En cuanto a destinos, nuestra experiencia es que la demanda de exportación del melón amarillo crece con mayor porcentaje que la del verde. La tendencia de comercialización del melón verde principalmente se reparte en calibres grandes para el mercado interior y calibres pequeños para el mercado exportador.

VF. Para finalizar, ¿qué balance del año realiza hasta la fecha?

DM. Hasta la fecha podemos calificar el año como bueno y favorable con mayor volumen comercializado que el ejercicio anterior aunque con una media de precios más baja. Destacar que las sucesivas campañas (Huelva, Sevilla, Murcia, Aragón, Lleida...) no han experimentado solapamientos con demanda y precios aceptables.

VF. ¿Qué desea añadir?

DM. Sólo recordar que un año más acudimos a la feria Fruit Attraction, somos expositores desde la primera edición, para presentar nuestro catálogo de productos y servicios.

Melones y Sandías • Mercado Nacional
SAT TIO CACHEJE
 Camino de la Cooperativa, s/n • 28360 VILLACONEJOS (Madrid)
 Tel.: 91 893 85 79 • Móvil: 626 867836
 E-mail: tiocacheje@tiocacheje.com • www.tiocacheje.com

¿Cuáles son las demandas actuales de los productores de melón?

Ante la elección de qué semilla plantar, Syngenta ofrece las mejores soluciones para cubrir sus necesidades teniendo en cuenta las necesidades de la distribución y la satisfacción del consumidor

■ SYNGENTA.

El melón, como tantos otros cultivos está evolucionando en nuestro mercado, así como en el de exportación, de maneras diferentes y con puntos en común.

A nivel de mercado nacional, y concretando, el melón Piel de Sapo, está sufriendo, al igual que otras tipologías, la presión de algunas plagas y nuevas enfermedades. El caso del pulgón, como vector de transmisión para otras enfermedades, y que está haciendo daño a muchas plantaciones, el oídio y el virus de Nueva Delhi, del que llevamos hablando ya varios años y que finalmente ha incrementado su incidencia en condiciones de invernadero.

Sin olvidar que, desde Syngenta, estamos trabajando en ofrecer las mejores soluciones a nuestros clientes y al mercado, primero cubriendo las necesidades del inicio de la cadena, destacando la importancia de ofrecer una facilidad de cuajado en las variedades más tempranas, asegurando la polinización y la floración, además de un buen escriturado, con el objetivo de mejorar la calidad y el rendimiento comercial del productor. También mediante la introducción de variedades resistentes a pulgón y oídio, así como la incorporación de la resistencia al virus de Nueva Delhi, que ya pudimos ver en 2023 en el campo de Cartagena y que llevamos a la edición de Fruit Attraction de 2023.

■ VARIEDADES MÁS RESISTENTES

La apuesta viene por la introducción de nuevas variedades de Piel de Sapo con resistencia a Nueva Delhi para la gama de aire libre y poder cubrir toda la campaña en España.

Este año, durante las jornadas de melón y sandía en Murcia, se ha podido ver lo que ofrecen estas nuevas variedades, como Bobal, que además de las resistencias, tiene el sabor y la firmeza que el mercado demanda y cubre la necesidad para invernadero. Sin olvidar variedades como Graciano, Cencibel y Macabeo, que completan la campaña.



El melón Bobal, la nueva propuesta de Syngenta, además de las resistencias al oídio y Nueva Delhi, tiene el sabor y la firmeza que el mercado demanda. / SYNGENTA

El melón Piel de Sapo está sufriendo la presión de algunas plagas y nuevas enfermedades como el caso del pulgón (como vector de transmisión para otras enfermedades), el oídio o el virus de Nueva Delhi

La apuesta de Syngenta es la introducción de nuevas variedades de Piel de Sapo con resistencia a Nueva Delhi para la gama de aire libre y poder cubrir toda la campaña en España

Con la mirada puesta en el mercado europeo, la casa de semillas propone Cóctel y Vermentino, dos melones Piel de Sapo de pesos entre 1,2-1,8 kilos que están en plena fase de lanzamiento

Dentro de esta tipología, y ya poniendo la mirada en el mercado europeo, tenemos 2 melones Piel de Sapo, para exportación, de pesos entre 1,2-1,8 kg,

Cóctel y Vermentino, que están en plena fase de lanzamiento. En otras tipologías, hemos detectado que el mercado, sobre todo para la exportación, vuel-

ve a animarse a ver las especialidades y productos más innovadores, que con el contexto socioeconómico en que nos movemos desde la pandemia, hizo que se volviera a los básicos, olvidándose de estas debido a las necesidades del mercado, pero que ahora al menos vemos el interés por estas.

Con este contexto, y sobre todo dirigido a un mercado menos tradicional, como es el europeo, que acepta este tipo de variedades, hemos podido mostrar nuestras propuestas, con el ya conocido Gwanipa, nuestro melón con un sabor más peculiar, por terminar con notas cítricas o tropicales, así como nuestras variedades de melón blanco tipo Dino y extra dulce, y los ensayos de los IDEAL MELONS que presentamos en Fruit Logística en 2023, con su indicador de madurez en la piel, de forma que garantizamos que este melón siempre esté en momento óptimo de consumo en cualquier parte de la cadena de valor; y que no

le falle al consumidor final, pero esto como decía, todavía estamos en la introducción en nuestros mercados. Y no podemos olvidar tampoco para el mercado europeo, que aparte del sabor, tenemos el compromiso de ofrecer una vida útil que permita cubrir las necesidades logísticas de la cadena de suministro, lo cual trabajamos desde el inicio de desarrollo de una variedad, con el resto de las necesidades demandadas por la cadena de valor.

En nuestro caso, además, estos ensayos los llevamos a cabo en nuestros mercados objetivos, como Portugal e Italia, con consumos de diferentes tipologías, más locales, para adaptarlo al consumidor local y sus necesidades específicas.

Aparte, todos tenemos la responsabilidad de que nuestras variedades cumplan con un compromiso en el manejo, que las permita optimizar el consumo de insumos, líneas que estamos desarrollando a nivel de investigación, para que nuestras semillas den lugar a plantas que soporten las condiciones climáticas más adversas y que podamos ofrecer la mejor solución desde el inicio de la campaña en Almería, Murcia y hasta su término en La Mancha.

En cualquier caso, en el mercado nacional, seguimos con inquietud la evolución del melón, ya que lleva varios años a la baja, con una mayor comeditización, como indicábamos anteriormente, y sí que vemos una mayor estabilidad dentro del melón amarillo, pero no dejamos de trabajar en la mejora de todas las variedades para adaptarlas a las necesidades de la cadena de valor.

OFICINAS:
Cañizares, s/n
Tel.: 926 64 40 02
Fax: 926 64 41 14

ALMACENES:
Los Pozos, s/n
losllanos@ucaman.es
LLANOS DEL CAUDILLO (Ciudad Real)

FRANCISCO JAVIER NÚÑEZ / Director gerente del Grupo Núñez García Filoso, S.L.

“Tenemos puestas las esperanzas en la sandía; es el producto con el que queremos crecer”

Con Francisco Javier Núñez, director gerente del Grupo Núñez García Filoso, abordamos temas clave relacionados con la evolución del negocio, la adaptación a condiciones climáticas adversas y los planes futuros de la empresa. Además, comparte con **Valencia Fruits** la transformación y los desafíos de la empresa familiar, conocida por la marca ‘El Caballero Andante’. Con un enfoque en la innovación y el compromiso con la tradición, nos revela sus estrategias para asegurar la calidad y la continuidad en la producción de melones y sandías, así como sus planes para el futuro.

► NEREA RODRIGUEZ. MEMBRILLA.

Valencia Fruits. Una de las novedades este año es el inicio de las obras del nuevo almacén.

Francisco Javier Núñez. ¡Por fin! Después de un largo periodo de espera, hemos obtenido los permisos necesarios para comenzar con el proyecto de ampliación. Este consiste en la construcción de una nueva nave de 700 m² para montar en ella la línea de sandías. Las obras prácticamente acaban de empezar, por lo que será complicado tener todo listo para el inicio de la temporada de La Mancha. Nos lo tomaremos con calma y en los meses de invierno nos concentramos en su puesta a punto.

VF. ¿Cuál es la situación actual de la empresa? ¿Cuáles son sus cifras?

FJN. Desde la disolución de la sociedad y quedarme yo solo al frente del negocio, los últimos años han sido duros debido a la bajada en el volumen de negocio. No obstante, poco a poco hemos ido recuperando el espacio perdido, y ahora mismo la empresa mueve en torno a los 8-10 millones de kilos.

VF. ¿Qué podemos decir de la temporada 2024 de melón y sandía de La Mancha?

FJN. A fecha de 26 de junio, la previsión en melón es comenzar a cortar para el día de Santiago, el 25 de julio. El primer mes de verano ha sido más bien fresco, con lluvias localmente fuertes al principio y finales de junio. Por lo tanto, preveo la plena producción más cercana a los primeros



Las obras del nuevo almacén, en el que se instalará la línea para las sandías, ya están en marcha. / NEREA RODRIGUEZ

días de agosto que a finales de julio. En cuanto a la sandía, tradicionalmente comienza a cortarse una semana antes, así que hacia el 20 de julio ya estarán a la venta las primeras sandías manchegas.

VF. ¿La sandía también está ganando peso en Caballero Andante al igual que en La Mancha?

FJN. Desde hace unos años, en La Mancha ya no sólo hablamos de melón, sino también de sandía y últimamente de calabaza. Antiguamente, en los meses de verano, el melón era de La Mancha y la sandía de Sevilla. Ahora todo ha cambiado. En nuestra zona, la sandía ha superado al melón en volumen. Además, la novedad de los últimos años es la irrupción de la calabaza, un producto ideal para cubrir los meses de otoño e invierno y perfecto para esas tierras que se dejan en barbecho tras dos años cosechando melón.

En cuanto al peso de la sandía en la empresa, los porcentajes respecto al año pasado no han variado mucho. Estamos en tor-

no al 60% melón y 40% sandía. Nuestro objetivo es equiparar este porcentaje (50-50) cuando pongamos en marcha la línea de sandía.

VF. ¿Cómo está ahora mismo el mercado? ¿Hay buenas perspectivas comerciales?

FJN. El mercado nacional se mantiene estable, con demanda de melón y sandía en la temporada de La Mancha. Sin embargo, la clave está en la exportación. Aquí la regla es sencilla: si hace calor, Europa ‘tira’; y si hace frío, hay ‘tranquilidad’. Por ejemplo, destinos como Reino Unido, Países Bajos o Alemania son mercados muy sensibles al calor, mientras que, como en toda regla, hay una excepción: Francia, mercado al que no le afecta el tiempo y siempre consume melón y sandía.

VF. Siguiendo con el apartado de la exportación, ¿cómo evoluciona esta línea de trabajo en la empresa estos últimos años?

FJN. Seguimos desarrollando esta línea todo lo que podemos,

con el permiso del tiempo, siendo Francia nuestro primer destino en exportación, seguido de Reino Unido y Países Bajos, y en menor volumen Alemania y Portugal. Hay un proyecto para empezar a trabajar con Italia, pero no hay nada cerrado por el momento.

VF. ¿Cuál es la tipología de cliente de Núñez García Filoso?

FJN. Nuestra cartera de clientes la componen empresas mayoristas y cadenas regionales.

VF. ¿Hay novedades en cuanto a marcas?

FJN. Por el momento mantenemos las tres con las que venimos trabajando tradicionalmente: Caballero Andante, Calar Manchego y Doncel, siendo la primera la más reconocida y nuestro buque insignia.

VF. Viendo cómo van las ventas de las producciones andaluzas y murcianas, ¿se puede intuir cómo serán los precios en La Mancha?

FJN. Aún es pronto para decirlo, dependerá de cómo acaben Andalucía y Murcia. Julio se

prevé un mes con mucha producción, especialmente en Sevilla y Córdoba, con un pico de producción a partir del 10 de julio. Si hace calor, este agolpamiento de producto podrá comercializarse sin problemas tanto en el mercado nacional como en Europa, y los precios no se resentirán por el exceso de oferta. Pero esto, ahora mismo, son meras suposiciones o más bien deseos. Un dato positivo es que no se espera solapamiento entre Murcia y La Mancha. La primavera y el inicio del verano han sido más frescos de lo normal para esta zona, por lo que los cortes de las variedades más tempranas no se harán hasta la semana 30, coincidiendo con la festividad de Santiago.

VF. ¿Considera que el sector del melón y la sandía en La Mancha apuesta por la profesionalización?

FJN. Se está avanzando, pero cuesta debido a la falta de mano de obra y esto desanima mucho a la gente. No obstante, a pesar de las dificultades, La Mancha sí apuesta por la profesionalización. Un ejemplo de ello es la propia gestión de la recogida del melón en campo, que es más organizada y eficiente. En nuestro caso, cuando empiezan a cortar, acudimos ya con nuestros envases y palets y se va cargando la fruta directamente. Esto, además de agilizar el trabajo, ayuda a que haya menos golpes y el melón sufra menos. Antes, los melones cortados se iban apilando en un remolque y se dejaban ahí hasta que el almacenista pasaba a recogerlos en su camión. Desde hace unos años, se corta, se coloca en los boxes del cliente y con el portapalet se cargan y se llevan del campo al camión y de allí al almacén. Son pequeños pasos si se compara con otras zonas como puede ser Murcia, que fue pionera hace 15 años en el uso del portapalets en campo, pero se va mejorando.

VF. ¿Cuáles son los objetivos para esta campaña?

FJN. El objetivo siempre es crecer, si bien este año no esperamos grandes incrementos. Será a partir de la campaña 2025, con la nave nueva en funcionamiento, cuando nos plantearemos nuevos proyectos en producción y comercialización con los que poder crecer en volumen de ventas. Tenemos puestas las esperanzas en la sandía. Es el producto con el que queremos crecer.

Producción y Comercialización
de Melones y Sandías



AgroBORJA S.L.

Ctra. N. 430 Manzanares - Daimiel - Tels. 620 729 747 / 639 882 418
E-mail: agrorborja.sl@gmail.com - Web: www.agrorborjasl.com







Semillas Fitó evoluciona su catálogo varietal

La compañía presenta las innovaciones para esta temporada en un amplio abanico de tipologías de melón y sandía

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Semillas Fitó ha evolucionado su catálogo varietal y ha presentado innovaciones en un amplio abanico de tipologías y segmentos de melón y sandía para las diferentes zonas productoras de España y Portugal. La compañía ha mostrado todas sus novedades en sus 'Water&Melon Show', eventos que recientemente reunieron a profesionales del sector en Almería y Murcia.

Las jornadas se celebraron bajo el lema 'De Fitó al Mundo', y el objetivo ha sido poner en valor la importancia de la compañía a nivel global en los proyectos de mejora para los cultivos de melón y sandía. Unos proyectos globales que se adaptan a las necesidades y características de cada zona productora.

El desarrollo varietal se rige por conceptos como la productividad, la incorporación de resistencias a plagas y enfermedades o la facilidad de cultivo. Pero sin duda, para José Antonio Zafra, Key Account de melón y sandía para España y Portugal de Semillas Fitó, "el eje principal que rige el lanzamiento de nuevas variedades en España es la calidad interna. De hecho, en Piel de Sapo, una tipología de gran consumo en nuestro país, sometemos a todas nuestras variedades a un panel de cata externo para evaluar su calidad y aceptación".

Las novedades presentadas por Semillas Fitó esta temporada abarcan prácticamente todas las tipologías de melón y sandía que se cultivan en los campos españoles y en Portugal.

En sandía triploide sin semilla, cuentan con Rhiana, una negra triploide, y como novedad este año han lanzado Taylor (SAT 210176). Se trata de una sandía blanca rayada, de entre 6 y 8 kilos, de corteza firme y carne roja crujiente. De momento tiene carácter precomercial, y se está probando con gran aceptación en toda España y Portugal.

"Para nosotros Taylor (SAT 210176) es muy importante porque no teníamos ninguna sandía rayada triploide enfocada a este segmento profesional", señala José Antonio Zafra.

En sandía han apostado también por variedades polinizadoras con microsemilla. En Semillas Fitó consideran que existe una oportunidad de negocio en este sector impulsando la calidad gustativa. En este segmento la firma ya contaba con Raquel y Pilar y esta campaña han lanzado Leiva, denominada en su fase experimental como SAM 190046. De esta forma, ahora mismo disponen de

tres variedades, cada una de un tamaño. Raquel la de menor calibre, Leiva un mayor tamaño y Pilar con un calibre intermedio.

"Con Leiva (SAM 190046) ya tenemos el paquete completo de tres tamaños, con una forma externa similar y una excelente calidad interna. En exportación, el mercado se está moviendo hacia sandías con microsemilla y una elevada calidad gustativa, similar a la ofrecida por variedades triploides, pero son más pequeñas y polinizan", indica el Key Account de Melón y Sandía.

Semillas Fitó también cuenta con otra variedad precomercial denominada SAM 210136, que alcanza un peso de unos 2 kilos y presenta una buena calidad gustativa. Se trata de una sandía con microsemilla pero tipo Crimson. Es ideal para polinizar frutos de tamaño medio tipo Tiger sin que se confunda a la hora de recolectar con las especies triploides porque la piel es distinta y perfectamente reconocible.

■ MELÓN

Aunque el melón ha ido perdiendo terreno respecto a la sandía en superficie de cultivo, en Semillas Fitó siguen apostando por este segmento lanzando variedades de gran calidad y sabor para incentivar el consumo. En esta línea, en la tipología Piel de Sapo, este año ya se ha comenzado a producir comercialmente, con trasplantes de febrero y marzo en los invernaderos almerienses, la variedad Callejon. En Sevilla también se ha plantado algo al aire libre en marzo. Se trata de una variedad que aporta sobre todo una gran calidad interna, y cuenta con resistencias a fusarium, raza 0 y 1, MNSV, las cinco cepas de oídio y pulgón.

"Esta campaña, en el primer año comercial de esta variedad, se ha se ha cubierto el objetivo de venta de semillas, además este melón lo han comprado importantes firmas marquistas, lo que da una idea de su calidad", destaca José Antonio Zafra.

Además, la firma ofrece también otras variedades de Piel de Sapo para Murcia como son Paredes, Ceferino, Arroyo y Montiel. Y en La Mancha se cultivan Arroyo, Manchego, Montiel, Castellano y como novedad para plantación tardía en esta zona productora la firma cuenta con PPS 211364. Esta nueva variedad puede aportar, gracias a la firmeza de su carne, un alargamiento del periodo de vida útil postcosecha. En la zona productora de Portugal la firma ha apostado sobre todo por Arroyo.



Jose Antonio Zafra muestra melones de la variedad Callejon. / SF



Claudio ha llamado la atención entre los profesionales del sector. / SF

En cuanto a la tipología de melón Branco, Semillas Fitó ha lanzado Brinches, una variedad especialmente enfocada a Portugal pero que también se ha plantado en España. Aunque la firma ya contaba con Pias y Ferreira, este nuevo tipo de melón aporta más firmeza de carne porque las cadenas portuguesas estaban demandando variedades con más vida postcosecha.

"Este año 2024 teníamos una producción de semilla muy elevada y se agotó toda en el momento en el que la sacamos al mercado. Ha habido una 'psicosis' por buscar semilla de Brinches. Se ha plantado en Portugal,

Murcia y La Mancha", destaca José Antonio Zafra.

Y como novedad para el año viene, el Key Account de Melón y Sandía de la firma anunció el lanzamiento de BRA 203360. Además de las resistencias a las principales plagas y enfermedades, este melón está enfocado hacia el mercado tradicional portugués y también asegura una larga vida postcosecha.

En cuanto al melón Amarillo, además de Indurain para la zona invernada de Almería, la firma ya contaba para Murcia con la trilogía: Robleo, Soleares y Cristiano. Ahora, Semillas Fitó va a añadir a su catálogo varietal

José Antonio Zafra, Key Account de Melón y Sandía para España y Portugal, señala que "el eje principal que rige el lanzamiento de nuevas variedades en España es la calidad interna"

AMA 192017, un melón para trasplante tardío al aire libre en los campos murcianos y todo el ciclo de La Mancha. Es una variedad destinada fundamentalmente al mercado de exportación porque no se pasa de tamaño y se queda en un peso aproximado de entre 1,5 y 1,7 kilos. La firma no contaba hasta el momento con ningún melón de este calibre para exportar.

En Galia no hay grandes novedades y Semillas Fitó mantiene una gran fortaleza en Almería con Grazelema y Mojacar. Y este es el segundo año comercial, en la zona de cultivo al aire libre de Murcia y La Mancha, de la variedad Bristol.

En Cantaloup, Semillas Fitó también está muy bien posicionada en la zona invernada de Almería con Solmarin y Jacobo, y ahora entra en juego Claudio, que viene a sustituir a Jacobo, que ha sido líder durante muchos años. Claudio ya incorpora las resistencias a oídio y pulgón.

"En la Water&Melon Show de Almería, que celebramos a finales de mayo, Claudio (CLV 213053) fue la variedad que más llamó la atención de todos los visitantes, sobre todo por su sanidad de planta y su fruto homogéneo. Y para el año que viene esperamos que coja el liderato en su segmento. Son para trasplante medio y tardío de invernadero, desde el 20 de febrero hasta final de ciclo a últimos de marzo", explica José Antonio Zafra.

En esta categoría, Semillas Fitó cuenta también para cultivar al aire libre con Marme, y recientemente han presentado en Murcia una variedad para trasplante de abril denominada CLV 213028, que aporta sobre todo una calidad interna gustativa superior sin perder vida postcosecha. Se trata de un melón más avanzado que entrará en fase comercial el año que viene.

En Charentais, Semillas Fitó cuenta con Cancun, para trasplantes tempranos, y BoraBora para tardíos en Murcia.

■ WAIKIKI Y LITTLE PLANET

En la 'Water&Melon Show', que Semillas Fitó celebró a principios de julio en Murcia, la compañía dejó un espacio para marcas en la que mostraron el melón Waikiki y Little Planet, un melón que oscila entre uno o dos kilos de carne verdosa.

"Consideramos que esta última tipología tiene mucho futuro. Este año hemos dado un paso importante y más empresas han apostado por esta categoría. Este tipo de melón se puede producir en Almería, Murcia, Castilla-La Mancha e incluso en Brasil. Tiene una vida postcosecha de más de un mes y una calidad interna extraordinaria, con un gran aroma y sabor, pudiendo alcanzar los 21° Brix. Nosotros recomendamos comenzar a recolectar a partir de 16° Brix para garantizar esta calidad", explica José Antonio Zafra.

Un largo proceso

Sacar una variedad al mercado es un proceso costoso en tiempo y dinero, que puede durar entre siete u ocho años. Cuatro en fase de mejora y otros tantos en fase de desarrollo. Por poner un ejemplo, sólo en la tipología Piel de Sapo, la compañía Semillas Fitó testea anualmente en una fase inicial unas 1.000 variedades, unas 300 para cada zona productora. "En el segundo año la selección del mejorador puede reducir este número de variedades a unas 50. Los dos siguientes años son ya decisión del equipo comercial y en el primero podemos trabajar con unas 20 variedades para toda España. A la siguiente fase precomercial pueden pasar unas 5 variedades. Y a la fase comercial final pueden pasar todas, una, dos o ninguna", analiza José Antonio Zafra. ■

JUAN PEDRO MADRIGAL / Responsable de campo de Agrícola JJJF

“La clave para que el precio no sea un factor disuasorio es la calidad”

Desde Llanos del Caudillo, la firma Agrícola JJJF ha finalizado su última fase de siembras de acuerdo con la planificación de cosecha diseñada para esta campaña, muy similar a la del año según nos comenta Juan Pedro Madrigal. Mientras llega el 20 de julio, fecha en la que tienen previsto comenzar a cortar los primeros melones y sandías, el responsable de campo de la empresa manchega nos comenta cuáles son sus sensaciones para esta nueva campaña y la importancia que tiene apostar por la calidad

► NR. LLANOS DEL CAUDILLO.

Valencia Fruits. ¿Qué podemos decir de la campaña 2023?

Juan Pedro Madrigal. En general, fue un buen año. La cuestión estuvo en la cosecha, que no fue abundante. Las lluvias de junio causaron problemas en los cultivos, estropeando gran parte de la fruta en el campo y afectando a la calidad, además, la falta de oferta hizo que los precios se elevaran. Una vez se estabilizó la situación, la oferta fue aumentando y los precios volvieron a niveles tradicionales para las fechas, con algunos vaivenes.

VF. Después de lo vivido el año pasado, ¿cómo ha planificado Agrícola JJJF su cosecha de 2024?

JPM. Para este año contamos con una superficie de cultivo de 110 hectáreas, con un reparto equitativo entre melón y sandía, y también se han plantado algunas calabazas.

VF. ¿Persiste la problemática de la disponibilidad de tierras en la zona de Llanos del Caudillo?

JPM. Terrenos buenos en esta zona hay pocos y lo que hay son caros. Además, hay que tener en cuenta las restricciones de agua y las dotaciones de riego asignadas, lo que supone que para regar 4 hectáreas necesitas disponer de 12 o 13 hectáreas, y esto incrementa los gastos, que siguen disparados.

Otro aspecto a destacar en el tema de tierras es la presión que están generando otros cultivos, como el ajo, que en los últimos años ha extendido su superficie de cultivo a zonas como la nuestra. Es un sector que paga bien y esto reduce el terreno disponible para los productores de melones como nosotros.

VF. ¿Cómo está el tema del agua este año? ¿Se han reducido las dotaciones?

JPM. Este año también nos han bajado la dotación, pero hemos conseguido mantener el plan de siembra inicial... pero, si la situación sigue así, el futuro no se vislumbra muy halagüeño, no habrá más remedio que sembrar menos.

VF. ¿Cómo están siendo los episodios de tormentas en esta zona?

JPM. Hasta el momento no se han registrado grandes tormentas, esperamos que la situación se mantenga así porque en este punto, cualquier episodio fuerte de agua puede incidir en la proliferación de plagas y enfermedades, y ni qué decir tiene si cae granizo.

VF. ¿Hay problemas con la mano de obra?

JPM. Es una constante que se viene repitiendo en los últimos años, especialmente en la época de cosecha. Para sembrar y criar nos vamos apañando, pero cuando llega la recolección, faltan manos, sobre todo en melón.

VF. ¿Para cuándo están previstos los primeros cortes en Agrícola JJJF?

JPM. Si el tiempo nos respeta, la previsión es empezar más o menos para el 20 de julio en melón y en sandía unos días antes.

VF. ¿Cómo han vivido el ‘boom’ de la sandía?

JPM. Sandía se siembra desde hace muchos años por la rotación de tierras. Empezamos poco a poco y con el paso del tiempo ha ido ganando más peso, sobre todo a partir de convertirnos en unos de los proveedores de unas de las cadenas de supermercados de referencia a nivel nacional.



Juan Pedro Madrigal confirma que la previsión de cosecha de Agrícola JJJF es de 4,5 millones de kilos en sandías y 2,5 millones en melón. / NEREA RODRIGUEZ

“Si el tiempo nos respeta, la previsión es empezar más o menos para el 20 de julio en melón y en sandía unos días antes”

Actualmente producimos alrededor de 4,5 millones de kilos de sandías, en melón estaremos sobre los dos millones y medio de kilos.

VF. ¿Cuáles son las variedades por las que se han decantado este año?

JPM. Hay alguna variedad que hemos tenido que dejar de sembrar por tema de enferme-

dades de hongos..., pero en conjunto mantenemos las mismas variedades de los últimos años. En sandías tenemos Style y Bazman (Nunhems) y en melón plantamos Arroyo (Fitó), Corrales y Alcares (Enza Zaden).

VF. ¿Por qué estas variedades y no otras? ¿Cuáles son los parámetros que tienen en cuenta a la hora de comprar las semillas?

JPM. En melón se busca, por ejemplo, que no se vaya mucho de tamaño, aguante bien la tierra, que no la canse en exceso y, por supuesto, que tenga sabor.

Después de tantos años sembrando melones, la variedad Cordial, personalmente creo que es el mejor melón en cuanto a sabor. El problema es que es muy exigente en cuanto al terreno, de hecho, nosotros dejamos de

sembrarlo porque dejaba ‘seca’ la tierra, y en parcelas ya cansadas daba muchos problemas.

VF. ¿Qué podemos decir de la parte comercial de Agrícola JJJF?

JPM. La situación comercial es estable. Hemos incrementado ligeramente las ventas con la cadena de supermercados con la que trabajamos y mantenemos las ventas con el exportador holandés con el que colaboramos desde los inicios de la empresa. Estas dos líneas absorben el 80-90 por ciento de las ventas.

VF. ¿Los precios caros influyen en la decisión de compra de melón y sandía?

JPM. Un precio alto en los lineales, tanto en fruta como en hortaliza, claramente condiciona la decisión de compra del consumidor. La clave para que el precio no sea un factor disuasorio es la calidad. Si el género es bueno, aunque esté caro, el consumidor seguirá comprando.

VF. ¿Agrícola JJJF se ha planteado diversificar su oferta con otras variedades más orientadas a la exportación?

JPM. Opino que hay más posibilidades de comercialización con el melón verde que con otras variedades como el Cantaloup, Galia o el melón amarillo, incluso en exportación. El secreto está en dar calidad.

VF. ¿Qué sensaciones transmite la campaña 2024, que ha alcanzado ya su ecuador?

JJJF. En nuestro caso, la campaña de verdad todavía no ha empezado (27 de junio), estamos concentrados con las últimas siembras y no tenemos la vista puesta en cómo está transcurriendo la campaña comercialmente. Pero respondiendo a la pregunta, lo que vemos es que hay muchos campos de sandías, y todos sabemos que cuando hay mucho es complicado obtener precios altos. Así pues, lo que hace falta es calor en Europa, que las temperaturas no bajen de los 28 grados.

**Distribución Nacional
Import-Export**

El Melonero

DE VILLACONEJOS

S.A.T. 9213 HNOS. AGUDO CONTRERAS

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

BASF revoluciona el mercado con un portfolio 'camaleónico'

Rendimiento, calidad, confianza, versatilidad e innovación son los pilares que sustentan el desarrollo varietal de la compañía de semillas BASF | Nunhems

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

BASF | Nunhems celebró del 1 al 5 de julio una nueva edición de su Melon & Watermelon Business Event por Experts en su centro de I+D de La Palma (Cartagena, Murcia). Una vez más bajo el eslogan 'What's Next', la casa de semillas volvió a reunir a productores, comercializadores y distribuidores llegados desde todos los continentes para darles a conocer sus novedades en ambos cultivos.

"Nuestro objetivo es mostrarles las diversas soluciones que ofrecemos para, juntos, satisfacer las crecientes y exigentes demandas del mercado", explica Juan Pedro Pérez, Regional Crop Lead de melón y sandía de BASF. Y todo ello con el fin último de "lograr la máxima satisfacción del consumidor", un reto que debe ser compartido por toda la cadena de valor, desde la semilla al supermercado.

Para ello, BASF | Nunhems sustenta todo su actividad de I+D en cuatro pilares fundamentales: rendimiento y calidad, confianza, versatilidad e innovación.

RENDIMIENTO Y CALIDAD

"El productor debe lograr una rentabilidad máxima", afirma Juan Pedro Pérez, y sin perder de vista este objetivo, la casa de semillas desarrolla variedades que maximizan el rendimiento gracias a un elevado nivel de rusticidad, resistencias a plagas y enfermedades, así como que permitan reducir el destrío a la mínima expresión.

De este modo, este año presentaron novedades en distintas tipologías de melón, como en Piel de Sapo, donde mostraron el NUN 68152 MEM F1, una variedad con la que inauguran una nueva línea genética que denominan "superplanta". En este sentido, José Ramón Naranjo, Sales Specialist de BASF, explicó que el NUN 68152 MEM F1 "tiene un sistema radicular muy potente frente a hongos de suelo, además de una planta vigorosa, que cubre muy bien el fruto, y rústica, permitiéndole adaptarse a los cambios climáticos".

En esta misma línea, mostraron el Charentais Aragorn, una variedad para ciclo temprano de Murcia (trasplantes de febrero) que "aúna sabor, producción y resistencias", apuntó Enrique Ballester, Account Manager de BASF, quien detalló que cuenta con resistencias a oídio (incluida la raza 3.5) y a pulgón. Y también presentaron a los profesionales asistentes el Cantaloup NUN 12352 MEM F1, una variedad de alto vigor y potente sistema radicular que combina con una elevada producción, resistencias y rapidez a la hora de coger el azúcar. En sandía, BASF | Nunhems trabaja también para ofrecer variedades que garanticen el rendimiento y la calidad, y en esta línea, este año han presentado la CS117



BASF celebró del 1 al 5 de julio una nueva edición de su 'Melon & Watermelon Business Event por Experts' en La Palma. / BASF

Desde variedades de Piel de Sapo con "superplanta" a una nueva sandía mini negra con todo el sabor de las de gran calibre, BASF | Nunhems presenta novedades en todos los segmentos de mercado

F1°, que se une a referencias ya consolidadas como Style F1, Bazman F1 y Bengala F1.

CONFIANZA

Lograr la confianza del con-

sumidor es la condición 'sine qua non' para que cualquier variedad, tanto de melón como de sandía, alcance el éxito en el mercado, algo que sólo es posible garantizando una alta cali-

dad de forma consistente. En este sentido, BASF | Nunhems ha puesto en marcha proyectos de 'partnership' en melón como Galkia®, Sunup, Tiare o Fashion y Premium Universe en sandía. "Un testimonio de nuestra capacidad para establecer asociaciones estratégicas con nuestros clientes, uniendo visión y esfuerzos para ofrecer la mejor experiencia de calidad al consumidor durante todo el año", explica Juan Pedro Pérez. "Trabajamos estrechamente



Los profesionales que visitaron el centro de investigación pudieron degustar las diferentes variedades de la firma. / BASF

con nuestros socios no sólo para proporcionar las mejores variedades, sino también para crear y promover soluciones óptimas para el consumidor", expone el Regional Crop Lead de melón y sandía de BASF.

VERSATILIDAD

BASF | Nunhems lanzó hace años el concepto 'Dual purpose' en sandía con el objetivo de poner en el mercado variedades adaptadas a su comercialización en fresco y también mínimamente procesadas. Este es el caso de Harmonium F1, Bazman F1 y, más recientemente, Amazo F1* y Zenium F1*.

Ahora, la compañía introduce el concepto 'Dual market', de momento enfocado al melón y que nutre de variedades que, gracias a su amplio rango de calibres, según el manejo y comportamiento postcosecha, permiten abordar tanto el mercado nacional como de exportación. Bajo este nuevo concepto se incluyen, de momento, los Piel de Sapo Kumara y NUN 68122 MEM F1.

INNOVACIÓN

La innovación resulta clave para toda la cadena de valor, que puede ofrecer soluciones totalmente diferenciadoras a un consumidor ávido de nuevas experiencias. Por ello, en BASF | Nunhems siguen introduciendo en el mercado soluciones y propuestas rompedoras, que contribuyan a elevar el consumo.

En este sentido, ya cuentan con su sandía unipersonal Ayami F1 y este año presentan Takemi F1*, una variedad muy versátil, que puede ser utilizada tanto en programas de monocultivo como en modalidad polinizador.

"Es realmente una sandía mini, de alrededor de 2 kilos, de piel negra, con microsemillas y una calidad interna muy exclusiva. Es una sandía mini diploide con el sabor de las de gran calibre y carne crujiente, como si se tratase de una sin semillas", explica Pere Montón, Senior Account Manager de BASF.

Además, introducen el concepto 'Extra long shipper' (ELS), bajo el que engloban sandías con un alto grado de calidad y postcosecha para desarrollar el mercado de contraestación. Bajo este nuevo concepto, mostrarán este año la NUN 32010 WMW F1*.

Pero la innovación no se circunscribe a la sandía, sino que, en melón, siguen apostando por el Dino Crispy y lanzan este año su primer Piel de Sapo para exportación de carne naranja. "Buscamos la diferenciación definitiva del Piel de Sapo de exportación", afirma Juan Pedro Pérez.

BASF | Nunhems abrió de nuevo las puertas de su Melon & Watermelon Business Event for Experts incidiendo en el enfoque integral del sector productor y comercializador de melón y sandía, que le ha permitido ser líder en el mercado con productos de alta calidad y soluciones innovadoras que cumplen con las exigencias del consumidor, logrando su satisfacción.

(*) APC concedido y en proceso de solicitud para la inclusión en el EC Common Catalogue of Vegetable Varieties.

Peris espera superar las cifras de producción del año 2023

Prevé una producción por encima de los 5 millones de kilos de los que el 18% se destinará a sus marcas más exigentes

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Vicentín y Peris Gold, los melones gourmet de Vicente Peris, llevan ya dos meses en el mercado, dado el alto nivel de calidad que sea obtenido en la campaña de Almería, así como de las primeras partidas procedentes de los cultivos a cielo abierto de Murcia.

Por su parte, la marca de melones más premium de Peris, 18 Quilates, también está disponible desde los primeros días de julio.

De acuerdo a las previsiones iniciales, Peris ha estimado para la presente campaña una producción por encima de los 5 millones de kilos de los que, previsiblemente, el 18% se destinará a las marcas más exigentes de la empresa.

Peris busca en estos selectos melones un calibre y un peso que supere los 3 kilos, brix altos, densidad, firmeza y una buena formación.

Para poder obtener estas piezas más selectas es necesaria una triple selección, que empieza en el campo con la elección de variedades, continúa durante la recolección y concluye en la planta de producción, con la ayuda de las manos expertas de los 'triadores', que eligen los mejores melones de entre las mejores piezas.

Estos primeros melones gourmet de la temporada cultivados a cielo abierto han llegado del Campo de Cartagena. En esta área próxima al mar, Peris tiene sus cultivos en tierras arenosas, consideradas de las más óptimas para el cultivo de esta fruta. Hacia finales de julio se incorporarán los melones Piel de sapo cultivados en Castilla-La Mancha, que seguirán aportando continuidad en la calidad con la que trabaja Peris.

Peris espera superar este año las cifras de producción del año 2023, que fueron inferiores a la



Para obtener las piezas más selectas Peris realiza una triple selección, que empieza en el campo con la elección de variedades, continúa durante la recolección y concluye en la planta de producción. / PERIS

La firma valenciana es un operador que trabaja la pieza entera, el melón a mitades y el melón troceado

Peris busca un calibre y un peso que supere los 3 kilos, brix altos, densidad, firmeza y una buena formación

media histórica de la empresa a causa de la climatología, que provocó pérdidas en la producción y ciertas carencias en la calidad del producto. Una circunstancia que golpeó a todo el sector en general. "Venimos de un ejercicio para olvidar, pero todo indica que este 2024, salvo imprevisto meteorológico, vamos a poder disfrutar de una excelente campaña, algo que el consumidor apreciará en la dulzura y textura de nuestros melones", afirma Alberto Montaña, director general de Peris.

■ 80 AÑOS DE ESPECIALIDAD MELONERA

La empresa valenciana Vicente Peris celebra este año su 80 aniversario. Ocho décadas dedicadas al cultivo del melón, producto con el que empezaron su actividad y del que son especialistas. En la actualidad, es la tercera generación de la familia Peris quien se ocupa de la gerencia de la empresa y entre las innovaciones incorporadas durante los últimos años destaca el trabajo en IV gama, donde también tiene presencia el melón,

entre otras frutas y verduras.

Peris es por tanto un operador que trabaja la pieza entera, el melón a mitades y el melón troceado. Algo que exige un control total del producto, ya que las exigencias de trabajo son diferentes dependiendo de los formatos.

Peris reserva para su división de IV gama el 20% de su producción de melón. El 80% de la producción restante se destina a I gama y, mayoritariamente, al mercado español, con un porcentaje del 10% que se exporta a países con los que la empresa mantiene una colaboración asentada desde hace años, como son Francia, Italia, Alemania, Austria y Bélgica.

La empresa también es reconocida en el mercado por diversos productos en los que la calidad es la seña de identidad, como es el caso de la sandía, la calabaza y el apio blanco, entre otros.

La Región de Murcia, epicentro mundial de la innovación en melón y la sandía

Las principales casas de semillas muestran sus novedades en los 'Melon & Watermelon Innovation Days'

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las frutas de verano por excelencia, el melón y la sandía, convierten durante dos semanas a la Región de Murcia en el epicentro mundial de la innovación agronómica y genética.

Desde la Asociación de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport) destacan el valor de los 'Melon & Watermelon Innovation Days', celebrados recientemente en los campos murcianos. Se trata de unas jornadas en las que agricultores y empresas agrarias han podido conocer las adaptaciones que mejor encajen con sus necesidades.

Las principales casas de semillas españolas e internacionales, con centros y fincas de experimentación en Murcia, abrieron sus puertas a los profesionales del sector agrícola para mostrarles sus últimos ensayos y desarrollos en variedades de melón y sandía. Seminis, Enza Zaden, Nunhems, Rijk Zwaan, Semillas Fitó y Syngenta son algunas de

las firmas que han participado en la edición de este año.

Fernando Gómez, director general de Proexport, incide en que "el éxito de cualquier cultivo arranca con una adecuada selección de las semillas, ya que su genética es muy importante para poder obtener plantas sanas y frutos de calidad. No hay que olvidar que para que los consumidores encuentren un producto óptimo, antes los agricultores y empresas agrarias buscamos desarrollos varietales que aporten sabores, colores, formas, texturas, resistencias a plagas, optimización de insumos o adaptación al cambio climático. Las casas de semillas trabajan en estrecha colaboración con nuestros productores y emplean hasta diez años para obtener variedades que lleguen al mercado".

"Es un trabajo arduo que requiere de una importante inversión en I+D+i y la colaboración estrecha entre las casas de semillas y los productores en origen, algo que en la Región de Murcia



Murcia lidera las exportaciones de melón con un 49% del total, mientras en la sandía, con un 18,4%, ocupa el segundo lugar tras Andalucía. / ARCHIVO

hacemos con especial éxito", añade el directivo de Proexport.

Entre las innovaciones presentadas este año por algunas de las casas de semillas está el melón Piel de Sapo con resistencia al virus de Nueva Delhi, variedades de sandía destinadas a exportación, donde se resalta su color rojo y sabor más intenso; o melones con paquetes completos

de resistencia a las principales plagas y virus que les afectan.

■ SEMANA DEL MELÓN DE TORRE PACHECO

Por otra parte, también se celebró del 2 al 6 de julio, con muy buena acogida, la primera Semana Internacional del Melón de Torre Pacheco, un evento dedicado a promover la excelencia

de los melones cultivados en la Región de Murcia. Durante estos días, los asistentes pudieron sumergirse en la cultura del melón y disfrutar de experiencias únicas. Además, el festival permitió participar en mesas redondas sobre gastronomía, concursos de fotografía llenos de creatividad y vibrantes conciertos con artistas de renombre nacional. Sin duda, la gran variedad de actividades ha sido la clave del éxito de este evento en el que no sólo se ha podido disfrutar de ponencias y sesiones profesionales, sino también de mucha música y espectáculo.

■ LIDERAZGO

Murcia lidera las exportaciones de melón a nivel nacional con un 49% del total, mientras en la sandía, con un 18,4%, ocupa el segundo lugar tras Andalucía. En 2023, la Región exportó 158.614 toneladas de melón por valor de 148 millones de euros. En cuanto a sandía, las exportaciones ascendieron a 125.114 toneladas, por un valor de 93 millones de euros.

En cuanto a producción, en 2023 la Región de Murcia cultivó 4.501 hectáreas de melón, un 25,5% del total nacional, y 2.775 hectáreas de sandía, lo que supone el 22,8% del total. Asimismo, se obtuvieron 147.400 toneladas de sandía (12,78%) y 147.800 toneladas de melón (28,7%), situándose en ambos productos en tercer lugar sólo por detrás de Andalucía y Castilla-La Mancha.

Valencia Fruits donde y como quieras



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



El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

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

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

EMPRESA:

DE ACTIVIDAD: DNI/NIF:

CON DOMICILIO EN: CP:

CALLE: NÚMERO: TEL.:

E-MAIL:

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

BANCO/CAJA: IBAN Nº

Firma