

valencia fruits

17 de septiembre de 2024 • Número 3.080 • Año LXII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,75 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Las organizaciones reclaman de forma urgente el cold treatment para los cítricos de aquellos países que no puedan garantizar la seguridad sanitaria de sus envíos. / AVA ASAJA

Las plagas importadas dañan los cultivos valencianos

Los productores de la Comunitat solicitan un mayor control en las fronteras

► **ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.** Tienen su origen en diversas zonas de África, Latinoamérica o el Oriente Medio y llegan a nuestro país por vías comerciales haciendo de los cítricos, kakís, granadas o viñedos valencianos su nuevo lugar de residencia. Las plagas y enfermedades ya están provocando graves daños. Los más destacables son los producidos por el trip de Sudáfrica (*Scirtothrips aurantii*) y la araña roja (*Tetranychus urticae*) que ha provocado grandes pérdidas económicas en los limones Ver-na, según explican desde Asaja Alicante.

Estas plagas llevan a una situación de alarma entre los agricultores valencianos. El problema, además de la llegada de las mismas y su incidencia, es también el no poder combatir las por no disponer de materias efectivas para su control, como bien afirman las organizaciones agrarias.

Las interceptaciones de cítricos importados en la Unión Europea con plagas o enfermedades de cuarentena siguen produciéndose y este pasado mes de agosto se

produjeron 26 rechazos en total, según los datos recopilados por La Unió Llauradora y Ramadera. De estos datos, cabe destacar la presencia de varios casos de Falsa polilla (*Thaumatotibia leucotreta*), Mancha negra (*Phyllosticta citricarpa*), Cancro de los cítricos (*Xanthomonas*) o Sarna de los cítricos (*Elsinoe*), plagas todas ellas no presentes en la citricultura europea, lo que significa que algunos países siguen sin ofrecer las garantías sanitarias necesarias en sus envíos.

Las organizaciones agrarias AVA-Asaja, La Unió Llauradora y Ramadera y Asaja Alicante explican que urge la autorización excepcional de productos fitosanitarios que reduzcan la población de las plagas mientras se realizan ensayos para buscar un depredador natural. En concreto, ahora mismo preocupa mucho el trip de Sudáfrica y afirman que esta situación es consecuencia directa de la falta de control en fronteras y de la permisividad de los acuerdos comerciales de la UE.

Este goteo continuo de cargamentos interceptados con presen-

cia de plagas y enfermedades de cuarentena se produce, además, en un contexto en el que los productores de cítricos sufren un sobrecoste agronómico importante para luchar contra dichas plagas recientemente introducidas en nuestro territorio. Los cálculos de La Unió indican que las últimas seis plagas que han entrado en los últimos quince años suponen un incremento del 40% en los costes de producción y desestabilizan la forma de manejo agronómico en la constante actualización del plan de producción integrada y control de plagas. Ahora se comienzan a observar ya los efectos de las dos últimas como son la araña Banksi o la nueva plaga *Scirtothrips aurantii*, comúnmente llamada trip de Sudáfrica que está dañando cítricos, kakís, granado y vid.

En junio, julio y agosto, los cítricos sudafricanos experimentaron 20 interceptaciones de Mancha negra (*Phyllosticta citricarpa*) en sus primeros tres meses de exportación.

Las nuevas interceptaciones de plagas y enfermedades que

contabilizó la UE en agosto confirman que Sudáfrica tiene un grave problema con la Mancha negra de los cítricos (*Phyllosticta citricarpa*). El país sudafricano acumuló durante el mes de agosto ocho casos de cargamentos infestados del hongo causante de la Mancha negra en sus importaciones cítricas con destino a la UE, de los cuales siete fueron localizados en limones y uno en mandarinas. Sumados a las doce detecciones en junio y julio, los cítricos sudafricanos ya llevan veinte interceptaciones de Mancha negra en sus primeros tres meses de campaña de exportación.

Es por ello que las diferentes organizaciones agrarias reclaman de forma urgente el tratamiento en frío para los cítricos de aquellos países que no puedan garantizar la seguridad sanitaria de sus envíos, único instrumento para frenar la posible entrada de una plaga de cuarentena, según afirman; así como productos fitosanitarios efectivos para poder combatirlos.

Más información en pág. 7



Esta semana

3 El sector hortofrutícola ve "potencial" en el mercado chino

4 Fruit Attraction prevé la mayor participación de su historia

Lanzan la campaña EuFruitbasket para impulsar el consumo de fruta en Alemania y España

6 Artículo de opinión de Cirilo Arandis: "Bruselas sigue en la parra"

8 Las lluvias ocasionan daños en Aragón por 5 millones

La superficie de calabaza butternut aumenta un 18%

9 Análisis de campo citrícola de la segunda semana de septiembre

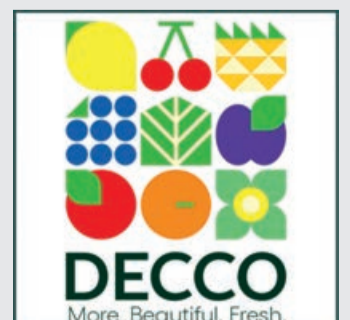
10 Las fronteras del cultivo de aguacate en España se desdibujan

11 Oriol Oro: "El nuevo planteamiento potenciará la feria de Lleida como referente agroalimentario de primer orden"



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	7
Agrocotizaciones:	14
Empresas:	19



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**

Lucha contra las plagas del kaki

Por GONZALO GAYO

Los agricultores piden con urgencia soluciones efectivas y eficientes contra las plagas importadas que afectan al kaki, cuyo cultivo en España se concentra en más del 90% en la provincia de Valencia. Los agricultores valencianos se han convertido en líderes mundiales en la comercialización del kaki en apenas 20 años. Su esfuerzo se ve seriamente amenazado por las plagas y los altos costes para eliminarlas sin que el ministerio de Agricultura mueva un dedo para poner en marcha soluciones urgentes que proponen los agricultores con el apoyo de la conselleria de Agricultura e informes de la UPV y el IVIA.

Las plagas están afectando a la producción y por primera vez se estima en un 6% de abandono de tierras y cultivos en los dos últimos años ante el encarecimiento de los tratamientos, en más de 6.000 euros por hectárea, dada su escasa eficacia y restricciones que impone la UE, sin dar soluciones alternativas. Por su parte, el ministro Planas guarda en el cajón del olvido la solución propuesta y avalada con informes desde hace 8 años.

Los agricultores valencianos han hecho su trabajo y demostrado al mundo su capacidad y sabiduría para alcanzar el liderazgo en el comercio mundial del kaki. Un liderazgo que se sustenta en una variedad y DO propia con 'puro sabor valenciano' cuya calidad ha conquistado Europa y a las puertas del mercado chino.

La presencia de plagas y enfermedades importadas de países terceros está frenando las enormes posibilidades de este producto por la desesperante burocracia y falta de interés demostrado por el ministerio de Agricultura en los últimos años. Es urgente establecer y desarrollar un sistema de Gestión Integrada de Plagas (GIP) del kaki, que permita acometer los problemas fitosanitarios crecientes con el apoyo de las administraciones dada su importancia en el empleo y la economía de la provincia de Valencia, así como el prestigio mundial alcanzado.

Los agricultores se quejan de que el kaki necesita cada vez de mayores tratamientos que están encareciendo mucho el cultivo por la poca efectividad dada las limitaciones de materias activas impuestas desde la UE y el nulo apoyo del Ministerio de Agricultura. Pese al enorme esfuerzo e inversiones realizadas por los agricultores, se encuentran en un callejón sin salida ante la importación de plagas por culpa de una UE incapaz a la hora de establecer controles



El kaki es un excelente alimento para deportistas./ G GAYO

en las importaciones de países terceros mientras prohíbe los tratamientos para acabar con ellas. Es por ello que la UE debería asumir todo el daño que está causando a los agricultores con sus políticas erráticas y erróneas.

Quedan escasos días para iniciar una nueva cosecha del kaki. Los pronósticos apuntan optimismo dada la excelente calidad por la ausencia de episodios climatológicos adversos, salvo una sequía que también empieza a pasar factura. Es por ello que se necesita todo el apoyo a tanto esfuerzo en la promoción del consumo dentro y fuera de nuestras fronteras, con el apoyo de las administraciones. Somos líderes en la exportación de salud y vida con nuestros kakis, naranjas, arroces, vinos aceites y antes de que cante el gallo, con aguacates y otros frutos tropicales en esta costa mediterránea convertida en el 'Jardín del Edén de Europa'.

El éxito de la campaña reportará beneficios en el empleo y mano de obra contratada hasta febrero en las comarcas de la Ribera Alta y Baja, Alcasser y el Valle d'Albaida, todas ubicadas en la provincia de Valencia. La principal zona productora del kaki se encuentra próxima a la ribera del río Xúquer, conocida también como el "jardín de España" por su gran fertilidad y su tradición agrícola para satisfacer las necesidades de los mercados.

Exportamos salud al mundo con un fruto como el kaki que abandera sus cualidades nutritivas y energéticas para todas las edades. Su gran cantidad de fibras solubles son ideales para mejorar el tránsito intestinal y tener digestiones fáciles y ligeras gracias a la pectina y los mucílagos. También está especialmente indicado para aliviar la gastritis en su madurez. Es rico en vitaminas y nutrientes con una acción antioxidante en nuestro organismo que nos rejuvenece dada las aportaciones de provitamina A, vitamina C, vitamina B6, K y vitamina E. Todas ellas ayudan a mantener un buen funcionamiento del organismo e incluso mejora la vista. Además, cubre las necesidades de manganeso y en su composición cobre, potasio y fósforo necesarios para la salud. El kaki está indicado para desde niños a adultos, y especialmente para deportistas y personas que realicen trabajos físicos intensos, que necesitan más cantidad de calorías y nutrientes diarios. Sería una buena iniciativa que en la maratón de Valencia en el mes de diciembre se pueda promocionar tanto el kaki como la naranja entre los miles de deportistas llegados a la ciudad del Turia desde todos los rincones del mundo. Serán nuestros mejores embajadores y en manos queda de los organizadores del evento.

Comienza en breve la cosecha, fruto del esfuerzo de todo un año en el que nuestros agricultores lo han dado todo por nuestra salud. Es hora de apoyarles como consumidores y de exigir a las administraciones que sepan estar a la altura de personas tan extraordinarias. Y que lo hagan de corazón porque es de justicia apoyar tanto esfuerzo y sacrificio dando soluciones a las plagas, incentivando el consumo del kaki, reconociendo la importancia de un fruto que ha conquistado Europa con puro sabor valenciano. También a una cadena alimenticia para que pague con justicia y reparta mejor ese 600% de incremento en el precio que paga al consumidor para venderlo en grandes superficies.

Es hora de dar las gracias a todos los agricultores/as que en estas señaladas fechas comienzan las grandes cosechas del kaki, cítricos, aceite, arroz, aguacates, vinos y otros tantos en esta 'Tierra del Edén' para una agricultura que llenará los mercados de Europa de salud y vida. Gracias también a los recolectores, transportistas, cooperativas, almacenes y miles de familias que viven con alegría y esperanza la hora de las grandes cosechas como siempre en estas fechas.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

El sector hortofrutícola ve “potencial” en el mercado chino

La tendencia de crecimiento se rompió con la pandemia y el sector aún no ha conseguido reposicionarse

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El sector hortofrutícola español tiene margen de crecimiento en China. Después de una ralentización de las exportaciones por parte del país asiático, el sector ve “potencial” de nuevo en el mercado chino para aumentar la introducción de fruta española. Cítricos y almendras son los productos españoles con más presencia en este destino.

Esta es una de las principales conclusiones extraídas de la jornada empresarial organizada por ICEX España, Ifema Madrid y Fepex, en la que han analizado el potencial importador del país asiático para España.

La jornada se enmarca dentro los eventos de la feria Fruit Attraction y forma parte de una serie de tres encuentros en los que el sector analizará las relaciones comerciales con tres países: China, Arabia Saudí y Brasil, estos dos primeros importadores invitados al evento, que se celebrará el próximo mes de octubre.

Según los datos expuestos, China destaca como tercer destino de las exportaciones de productos agroalimentarios y pesqueros fuera de la UE. Además, en el periodo de 2015-2022 se ha producido un crecimiento del 15,6% de las importaciones de frutas. No obstante, tras las disrupciones ocasionadas por la Covid-19, España no ha conseguido reposicionarse en este mercado, un factor al que se le añaden los obstáculos geográficos, como es el ser también un país del hemisferio norte con largos tiempos de tránsito.



Las naranjas son el producto cítrico dominante en los envíos a China. / ARCHIVO

Aún así, “existe potencial para aumentar la exportación”, ha asegurado durante su intervención la jefa de Área de Exportación en la Subdirección General de Acuerdos Sanitarios y Control en Frontera Dirección General de Sanidad de la Producción Agraria, María Arana Macua.

La responsable del Área de Exportación ha detallado que China requiere de un protocolo fitosanitario para la “gran mayoría” de frutas y hortalizas, lo que conlleva una campaña “específica” de exportación. Durante su intervención, Macua ha expuesto

los principales requisitos que demanda el proceso de exportación con el gigante asiático, como un procedimiento de autorización para productos que no cuentan con antecedentes de comercio histórico y ha advertido de que China no permite negociar más de un producto a la vez.

Por su parte, la jefa de Área de Calidad Comercial y Normalización del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, Paula de la Cruz, ha explicado que, actualmente, China aplica un arancel promedio del 12,9% para las frutas y hortalizas.

A su juicio, “existe una importante barrera en el acceso al mercado hortofrutícola” chino, aunque el mercado cuenta con “instrumentos para poder llegar a compromisos políticos como el diálogo comercial de alto nivel”.

Asimismo, el director técnico de Fepex, Luis Martín, ha recalado que China cuenta con un “gran potencial importador” de frutas y hortalizas aunque con “dificultades”. En este sentido, ha lamentado que, hasta la pandemia, “había una tendencia muy positiva, que aún no se ha conseguido revertir”.

■ DESAFÍOS

Según el consejero Económico y Comercial de España en Pekín, Ernesto Negredo, uno de los principales desafíos que afronta la llegada de producto nacional a China son las propias condiciones en las que llegarían los productos después de un “largo tránsito” que puede durar hasta los 35 días.

Las frutas españolas presentes en este mercado son los cítricos, el kaki y las almendras. Según los datos expuestos, el valor máximo de exportación de estos primeros alcanzó su valor máximo en el 2019, con un total de 54 millones de dólares.

Al detalle, las naranjas son el producto cítrico dominante en las exportaciones españolas. En 2023 se exportaron 7.183 millones de dólares, mientras que en los siete primeros meses de este año se ha alcanzado el 88% del año anterior, con 6.320 millones de

dólares. En cuanto a la almendra, su consumo en China se espera que crezca un 11% desde 2022 hasta 2027 motivado, entre otros, por el crecimiento de la industria del snacks (+ 12,4%) y de la pastelería (+ 21,5%).

■ PRIMER SEMESTRE

China fue noticia la pasada semana por el viaje oficial del presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, a la República Popular. En el ámbito del comercio de frutas y hortalizas frescas, la exportación española a este país asiático en el primer semestre de este año ascendió a 5,9 millones de euros y la importación se situó en 6,6 millones. Los envíos españoles de frutas y hortalizas a China de enero a junio de 2024 se situaron en 3.661 toneladas, un 1% menos que en el mismo periodo de 2023, por un valor de 5,9 millones de euros, un 6% menos, representando el 0,05% del total de la exportación española, que ascendió, en el semestre analizado, a 6,6 millones de toneladas y 10.068 millones de euros.

En cuanto a la importación española de frutas y hortalizas procedentes de China, se situó en el primer semestre en 4.823 toneladas, con un crecimiento del 34% respecto al mismo periodo del año anterior, por un valor de 6,6 millones de euros, un 65% más.

China representa el 0,2% de la importación total española hortofrutícola, que se situó en el primer semestre de este año en 2,2 millones de toneladas y 2.576 millones de euros.

Las cadenas regionales crecen en superficie el doble que la media del sector

► VF. REDACCIÓN.

Las 25 principales cadenas líderes regionales han elevado su superficie comercial por encima del 10% desde 2020 —un periodo complicado al coincidir con la pandemia y la crisis inflacionista—, lo que supone el doble de la media de crecimiento sectorial, que se ha situado en el 5,4%.

Los datos de la consultora especializada Retail Data, facilitados por la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (Asedas), dibujan un sector de distribución minorista alimentario que, en estos momentos, incluye 25.645 establecimientos, en 15,19 millones de metros cuadrados.

Según las mismas fuentes, los diez primeros operadores en el grupo de “líderes regionales” controlan el 23% de los puntos de venta y el 15,5% de la superficie comercial. Encabezan esta lista Coviran, Gadsa Retail —el supermercado con más cuota en Galicia— Condis, AhorraMas, Bon Preu, HD Covalco, Uvesco, Froiz, Dinosol y Alimerka, estos dos últimos líderes en sus comunidades autónomas, Islas Canarias y Asturias, respectivamente. En Cantabria, la referencia regional Semark Lupa es la primera en cuota.

Si se analizan los 25 primeros operadores de los “líderes regionales”, la cuota es del 37,6% de

las tiendas y el 26,8% de la superficie comercial.

El director de Asedas, Ignacio García Magarzo, ha señalado que el peso de las cadenas regionales en España nos diferencia de otros países de la UE, y “supone una gran ventaja para la capacidad de elección del consumidor”.

“España es un país muy diverso y saber adaptarse al consumidor local es clave para el modelo de negocio de la distribución”, ha recalado, tras recordar que la capacidad de competencia de las regionales y sus productos locales “se basa también en el apoyo a las centrales de compra”.

Mercadona, que comenzó siendo una cadena regional hace

25 años, es a día de hoy el operador individual líder en términos nacionales, con el 16,75% de la superficie comercial total.

La cadena valenciana tiene ahora el porcentaje de mercado más elevado en Madrid, Comunidad Valenciana, Cataluña, Andalucía, Región de Murcia, Castilla-La Mancha y Castilla y León. Según el último informe de la consultora Kantar —presentado la semana pasada—, su cuota nacional es del 26,9%. Este mismo estudio sitúa la cuota de valor de las enseñas regionales en el 17,7%, un 0,6% en los últimos ocho meses, y los describe como una “alternativa cada vez más recurrente” por un “importante trasvase desde el canal especialista, su apuesta por la proximidad y la marca del fabricante”.

“En un contexto donde las grandes cadenas apuestan por desarrollar su marca propia, la protección de la marca de fabricante y, en ocasiones, las locales, les ha permitido tener un posicionamiento diferencial”, han añadido.

Para enmarcar esta realidad, fuentes de esta consultora han detallado que el 80% de los hogares han adquirido alguna vez en estos operadores regionales en lo que va de año.

En este sentido, fuentes de Nielsen IQ han destacado que en los primeros seis meses del año los súper regionales han crecido un 0,7% en superficie y “consolidan su posición gracias a la fidelidad de sus clientes”.

Según los expertos de dichas consultoras, lo que caracteriza fundamentalmente a los supermercados regionales son la proximidad, los frescos y un surtido amplio, con el que el consumidor tiene capacidad de elección.

En cuanto al perfil del comprador, han explicado que tradicionalmente era más “senior”, pero desde hace años están tratando de “rejuvenecer” el segmento a través de la “innovación y productos de conveniencia e incluso reforzando secciones como por ejemplo la perfumería”.

Fruit Attraction prevé la mayor participación de su historia

La feria arrancará con 2.146 empresas expositoras y espera la asistencia de más de 100.000 profesionales

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La decimosexta edición de Fruit Attraction, que se celebrará del 8 al 10 de octubre, genera buenas sensaciones. Con un gran despliegue, la feria, organizada por Ifema Madrid y Fepex, y con Andalucía como Región Invitada, registra la mayor participación de su historia con 2.146 empresas expositoras, procedentes de 56 países. Estos datos reflejan un incremento del 7% con respecto al año pasado, se concretan en 70.000 metros cuadrados de superficie y la organización prevé la asistencia de más de 100.000 profesionales de 145 países, consolidándose como un evento de referencia para el sector a nivel global.

Por primera vez se alcanza la cifra de ocupación de diez pabellones del recinto ferial, que albergarán la gran oferta hortofrutícola que reúne esta edición, lo que significa un crecimiento de ocupación superior al 9% con respecto a 2023. De esta manera, Fruit Attraction 2024 convertirá a la ciudad de Madrid en epicentro mundial de la comercialización de productos frescos.

Unos datos muy positivos que ponen de manifiesto el respaldo a Fruit Attraction del sector de las frutas y hortalizas, como evento fundamental de internacionalización y punto de encuentro del conjunto de los profesionales que integran toda la cadena de suministro.

En esta edición, el Área Fresh Produce representa cerca del 70% de la feria y registra un incremento de la superficie del 6% con respecto al año anterior; así como el Área Industria Auxiliar, que acapara el 24% y apunta un crecimiento del 4%. También el Área Fresh Food Logistics anota un aumento de más del 26%. Como novedad, este año el pabellón 1 estará destinado a Innova&Tech, la nueva área que aglutina los sectores de Biotech Attraction y Smart Agro,



De izquierda a derecha, José María Pozancos, director general de Fepex; María José Sánchez, directora de Fruit Attraction; Daniel Martínez, vicepresidente ejecutivo de Ifema Madrid; Salomé Martínez Aparicio, directora adjunta de Industria Alimentaria del ICEX; José Miguel Herrero, director general de Alimentación. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Teresa Astolfi, delegada de la Junta de Andalucía en Madrid. / FRUIT ATTRACTION

dirigida a empresas de innovación, investigación, desarrollo tecnológico.

La participación nacional supone el 55% de la feria. La gran potencia de España como líder mundial del mercado hortofrutícola se deja sentir en su representación con la presencia de todas las comunidades autónomas productoras de frutas y hortalizas del país, confirmando a Fruit Attraction como una herramienta eficaz para la generación de oportunidades de negocio y para el acceso a nuevos mercados internacionales.

El segmento internacional registra un importante crecimiento. En esta ocasión, acapara el 45% de la ocupación total de la superficie expositiva y apunta un aumento del 22,5% de la superficie. Del mismo modo, crece un 18% el número de expositores, con la incorporación de 102 nuevas empresas. En este sentido, uno de los grandes objetivos de

Fruit Attraction es ofrecer una plataforma de impulso y expansión internacional. Por ello, Ifema Madrid, con la colaboración

del Ministerio de Agricultura y el ICEX, vuelve a activar el Programa de Compradores Internacionales, que atrae a Madrid a

cerca de 700 compradores de 70 países, jefes de compra retail, importadores y mayoristas.

A esto se suman los 'Países Importadores Invitados', con China y Arabia Saudí como protagonistas de esta edición. Con ello, Fruit Attraction abrirá y fomentará una vía de relaciones comerciales con estos mercados, arropado por un programa completo de mesas redondas, visitas guiadas a la feria, y sesiones B2B.

Por otro lado, el aguacate será el producto estrella este año concentrando diversas iniciativas entorno a este súper alimento y también tendrá lugar, en el marco de la feria, el Congreso del Nogal y Pecano.

Un año más, los Foros acogerán decenas de ponencias distribuidas en diferentes espacios. Entre otros, acogerá el Biofruit Congress; Biotech Attraction, el V Fresh Food Logistic The Summit y otras interesantes sesiones en los Foros Fruit Next.

En esta edición, The Innovation Hub, con cerca de 40 productos, será el área dedicada a la innovación y novedades empresariales en el sector. En este ámbito, la feria volverá a acoger los Innovation Hub Awards, que se han convertido en un acontecimiento fundamental para el apoyo a la apuesta emprendedora empresarial del sector.

Como es habitual, Factoria Chef volverá a representar el espacio gastronómico dentro de Fruit Attraction con atractivas demostraciones y showcooks. Y, por primera vez, Fruit Attraction otorgará el Premio al Mejor Stand. Del mismo modo, se entregará el XIV Premios Periodísticos de APAE y el de Fruit Attraction dedicado este último a medios internacionales de reconocido prestigio en el sector hortofrutícola.

Fruit Attraction 2024 ya ha confirmado que volverá a contar, en su acto de inauguración, con el ministro Luis Planas.

Andalucía, Región Invitada

Andalucía participará como Región Invitada en la decimosexta edición de Fruit Attraction. La Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, tiene como objetivo impulsar el sector agroalimentario regional, destacando como uno de los patrocinadores principales por tercer año consecutivo. A través de su participación, la Consejería promocionará los productos hortofrutícolas andaluces, sus métodos de producción y su identificación en el mercado. Del mismo modo, pretende ampliar el conocimiento de los consumidores sobre los productos de la región e incrementar el reconocimiento de aquellos con etiquetas de calidad diferenciada. Andalucía también promocionará en su stand en la feria su marca de calidad diferenciada Gusto del Sur que, desde su puesta en marcha, más de 100 empresas y asociaciones se han adherido, con lo que hasta 300 productos de distintos sectores y subsectores lucen ya esta etiqueta reconocida por Europa. ■

Lanzan la campaña EuFruitbasket para impulsar el consumo de fruta en Alemania y España

La iniciativa de AEKAKI y ASEPOP Velventou busca impulsar las ventas y exportaciones de kakis, nectarinas, melocotones, y kiwis y fomentar hábitos alimentarios saludables

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña europea "Medidas de información y promoción para aumentar el consumo de frutas y hortalizas frescas de la UE en el mercado interior de la UE (Alemania y España) EuFruitbasket", va a poner en marcha una nueva e interesante iniciativa destinada a promover el consumo de nectarinas, melocotones, kiwis y kakis en España y Alemania.

Esta campaña de tres años de duración, de mayo de 2024 a abril de 2027, está cofinanciada por la Comisión Europea en virtud del Reglamento (UE) 1144/2024, por el que se apoyan acciones de información y de promoción de los productos agrícolas en el mercado interior. La campaña es fruto de la colaboración entre ASEPOP Velventou (Grecia) y AEKAKI, con sede en Valencia, que se han comprometido a lle-

var frutas de la más alta calidad a las mesas de los consumidores europeos.

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

EuFruitbasket se ha diseñado en torno a tres estrategias básicas de comunicación dirigidas a consumidores, líderes de opinión y compradores del mercado tradicional. A través de diversas actividades, que incluyen la participación en Fruit Attraction y



La campaña EuFruitbasket tendrá tres años de duración. / AEKAKI

Fruit Logistica, la publicación de publibreportajes en revistas, la interacción en redes sociales y jornadas de degustación, la campaña pretende alcanzar dos objetivos clave.

Por una parte, se pretende educar a los consumidores al proporcionar nuevos conocimientos sobre los beneficios para la salud de consumir al menos cinco raciones diarias de una variedad de frutas y verduras. En este sentido, la campaña pretende fomentar hábitos alimentarios más saludables en toda Europa.

Por otra parte, se busca aumentar las ventas y el valor de las exportaciones. La campaña no sólo se centra en la educación, sino también en impulsar las ventas y el valor de las exportaciones de las organizaciones participantes en España y Alemania. Al hacer hincapié en la calidad superior, el sabor y los beneficios nutricionales de las nectarinas, melocotones, kiwis y kakis europeos, EuFruitbasket pretende diferenciar estos productos de otros del mercado.

La unión hace la fruta

Together is better



LISTADO DE ASOCIADOS

ÁNGELA IMPORT EXPORT, S.L.
46240 · CARLET
Tlf. 669.19.39.07
e-mail: salvador@frutasangela.es

ARANTRADE, S.L.
21650 · CIEZA
Tlf. 96.876.51.25
e-mail: arantrade@hotmail.com

BLASCO FRUIT, S.L.
12400 · SEGORBE
Móvil. 609.05.43.12
e-mail: joseluis@blasco-fruit.com

BOLLO NATURAL FRUIT, S.L.U.
46612 · CORBERA
Tlf. 96.004.66.45
e-mail: joan.mico@thenaturalfruit.com

BOSKAKI, S.L.
46840 · LA POBLA DEL DUC
Tlf. 96.225.00.88
e-mail: info@boskakisl.com

CITRICS CARLET, S.L.
46240 · CARLET
Tlf. 96.253.20.33
email: comercial@citricscarlet.com

DISPLAFRUIT, S.A.
46230 · ALGINET
Tlf. 96.367.36.02
e-mail: info@displafruit.com

E. PONS GASCON, S.L.
46760 · TAVERNES DE LA VALLDIGNA
Tlf. 648.63.44.53
e-mail: e.pons_gascon@yahoo.es

FERMONDUC, S.A.
46840 · LA POBLA DEL DUC
Tlf. 96.225.00.45
e-mail: info@fermonduduc.com

FRUITES TOT L'ANY, S.L.
46600 · ALZIRA
Tlf. 96.241.76.63
e-mail: bernardo@fruitestotlany.es

FRUTAS ALEJANDRO, S.L.
46800 · XÀTIVA
Tlf. 607.31.33.27
e-mail: frutaspabel@frutaspabel.com

FRUTAS CHESCO MARTÍNEZ, S.L.U.
12489 · SOT DE FERRER
Tlf. 646.43.05.75
e-mail: chescomartinez@hotmail.com

FRUTAS ESTHER, S.A.
30550 · ABARAN
Tlf. 96.877.00.00
e-mail: com@frutasesther.es

FRUTAS HERNARA, S.L.
46293 · BENEIXIDA
Tlf. 96.258.00.57
e-mail: comercial@frutashernara.es

FRUTAS INMA, S.L.
46291 · BENIMODO
Tlf. 96.253.14.71
e-mail: pedidos@frutasinma.com

FRUTAS PASCUAL, S.L.
46841 · CASTELLÓ DE RUGAT
Tlf. 96.281.36.22
e-mail: frutaspascual@frutaspascual.com

FRUTAS RANA, S.L.
46841 · RUGAT
Tlf. 96.281.34.51
e-mail: rana@gruporana.es

FRUTAS ROSMI, S.L.
46667 · BARXETA
Tlf. 96.222.82.17
e-mail: frutasrosmi@telefonica.net

FRUTAS SAMBA, S.L.
46812 · AIELO DE MALFERIT
Tlf. 96.236.01.34
e-mail: frutasamba@gmail.com

FRUTAS VITORE, S.L.
46136 · MUSEROS
Tlf. 96.142.10.09
e-mail: frutasvitore@gmail.com

FRUTA DE AUTOR, S.L.
46800 · XÀTIVA
Tlf. 615.10.43.44
e-mail: comercial@frutadeautor.com

GREEN FRUIT, S.L.
46013 · VALENCIA
Tlf. 96.124.10.42
e-mail: greenfruit@greenfruit.es

HATO VERDE SAT 9972
46230 · ALGINET
Tlf. 96.175.42.72
e-mail: vicent@sathatoverde.com

HUERTO LAS PARRAS SAT 47 CV
46669 · ENOVA
Tlf. 96.297.92.57
e-mail: pascual.prats@huertolasparras.com

LA ESPESA SAT 189 ARA
22530 · ZADIN
Tlf. 97.447.84.38
e-mail: laespesa@frutaslaespesa.com

LUSIA FRUIT, S.L.
46200 · PAIORTA
Tlf. 96.224.62.50
e-mail: lusiafruit@lusiafruit.com

MADREMIA, S.L.
46650 · CANALS
Tlf. 96.224.11.76
e-mail: campo@madremia.es

MARTÍ FRUIT, S.L.
46837 · QUATRETONDA
Tlf. 96.226.47.91
e-mail: martifruit@martifruit.es

MICOFRUIT IS LIFE, S.L.
46891 · EL PALOMAR
Tlf. 650.84.77.45
e-mail: ernesto.micofruit@gmail.com

MONTESA INTEGRAL AGRÍCOLA SAT 1001
46814 · LA GRANJA DE LA COSTERA
Tlf. 96.225.44.11
e-mail: jamarti@morondo.com

ONUBAFRUIT S. COOP. AND
21001 · HUELVA
Tlf. 95.954.08.44
e-mail: onubafruit@onubafruit.com

RIBER MAGFRUITS, S.L.
46250 · L'ALCUDIA
Tlf. 667.33.90.66
e-mail: ribermagfruits@ribermagfruits.com

RICAFRUT LLUTXENT, S.L.
46838 · LLUTXENT
Tlf. 96.292.30.11
e-mail: ricafрут@hotmail.com

SAFIR FRUITS, S.L.
46816 · ROTGLÀ i CORBERÀ
Tlf. 699.28.24.56
e-mail: administracion@safirfruits.com

SANLLO FRUITS SAT
46680 · ALGEMESÍ
Tlf. 96.131.72.06
e-mail: info@sanllofruits.com

THADER CIEZA, S.C.L.
30530 · CIEZA
Tlf. 96.876.16.50
e-mail: contacto@thadercieza.com

THE NATURAL HAND, S.L.
46470 · ALBAL
Tlf. 96.004.63.20
e-mail: info@thenaturalhand.com



FEPEX

FEDACOVA

OPINIÓN



Por CIRILO ARNANDIS (*)

Bruselas sigue en la parra

Tras la vuelta de vacaciones, apenas sin tiempo para retomar la actividad cotidiana, se ha hecho público el contenido del documento "El futuro de la competitividad europea", más conocido como "Informe Draghi" en referencia a la persona responsable de su redacción. El trabajo del acreditado político italiano, encargado hace un año por la Comisión Europea dice, en resumen, que o la Unión Europea espabila o se quedará atrás en el mercado mundial. Y lo que es peor todavía, en su papel geoestratégico, pues corremos el riesgo de convertirnos en una potencia irrelevante. Con la publicación de este informe, parece lejano en el tiempo, prácticamente olvidado, el presentado en el mes de abril por Enrico Letta sobre el futuro del mercado único, también de gran calado y relevancia. De igual forma, hace apenas unos días la presidenta de la Comisión Europea recibía también el informe resultante del "Diálogo estratégico sobre el futuro de la agricultura de la Unión Europea", puesto en marcha a finales de enero de este mismo año.

Se trata de tres documentos muy bien elaborados por autores de prestigio, que ponen en negro sobre blanco diferentes cuestiones que todos ya sabíamos o por lo menos intuíamos. Los productores europeos venimos denunciando desde hace tiempo la existencia de una competitividad del sector lastrada por las políticas elaboradas desde Bruselas, que se caracterizan por facilitar el acceso al mercado europeo de las producciones procedentes de países terceros, que no tienen que respetar toda una serie de normativa aplicable en Europa. Y es que los sectores industriales y primario europeos han seguido caminos paralelos en lo que se refiere a la competitividad, y todo como consecuencia de un exceso de regulación aquí, para apostar por los precios de los de allí.

Antes de entrar en materia agraria, tan solo unas pinceladas de los informes reseñados. El 15 de septiembre de 2023, el ex primer ministro italiano y actual presidente del Instituto Jacques Delors, Enrico Letta, aceptaba el encargo del Consejo Europeo de elaborar un informe sobre el futuro de nuestro mercado único. El 27 de abril, el informe fue presentado bajo el título "Mucho más que un mercado". El documento indica que el actual mercado europeo no tiene en cuenta en sus importaciones las exigencias de la economía circular necesaria para combatir el cambio climático, la dimensión empresarial, la eliminación de burocracia, la armonización normativa, y sobre todo, la exigencia de innovar y de movilizar fondos económicos que faciliten la transición verde y digital. Primera llamada a la necesidad de fondos más allá de la PAC para la puesta en valor del Pacto Verde que, en el caso



La presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, ha promovido un diálogo que ha permitido limar asperezas y elaborar un documento de consenso. / CE

En los primeros días del presente mes de septiembre, Ursula von der Leyen ha recibido el informe final del estudio que lleva como título "Una perspectiva común sobre la agricultura y la alimentación en Europa", que se enmarca dentro del Diálogo estratégico sobre el futuro de la agricultura de la Unión Europea

"El documento está en total sintonía con las reivindicaciones que venimos reiterando los productores. Y es que no podía ser de otro modo. De entrada, el documento establece que la agricultura es un sector estratégico para la UE, cuyo futuro está directamente ligado a las rentas de los productores, y para cuya mejora será imprescindible el fomento del poder de estos en la cadena comercial"

"A la vista de estos informes, suena muy bien la música, ya que es la que venimos entonando desde el campo hace ya bastante tiempo. En la primavera del 2025, la Comisión Europea se ha comprometido a presentar un documento sobre la situación de la agricultura comunitaria, acompañado de propuestas, y que es seguro que será la base de discusión de la PAC que se debe de aplicar a partir del 2027. Entonces será cuando veamos si la letra de la canción va acorde con la música de los documentos"

de la agricultura, más que un pacto ha sido una imposición.

Mario Draghi no necesita presentación. Brillante en su dilatada vida pública y profesional, ejerciendo puestos de máxima responsabilidad, pasará a la historia como el salvador del euro desde su puesto en el Banco Central Europeo en la crisis económica allá por 2012. La primera parte del documento solicitada por la presidenta de la Comisión Europea a Draghi,

realiza una descripción actual de la situación para, en un segundo capítulo, abordar cuáles son los principales desafíos de Europa: falta capacidad de innovación, hay que compatibilizar descarbonización y competitividad, y hay que aumentar la seguridad económica reduciendo la dependencia del exterior. Por último, se exponen dos requisitos para lograr estos objetivos: refuerzo de la inversión pública y privada (800.000 millones de

euros anuales) y una mejora de la gobernanza europea, incluida la política de competencia. Lo que venimos reivindicando desde el campo encaja con suma facilidad en el contenido de este informe.

Como decía anteriormente, en los primeros días del presente mes de septiembre, Ursula von der Leyen ha recibido el informe final del estudio que lleva como título "Una perspectiva común sobre la agricultura y la alimentación en Europa", que se enmarca dentro del diálogo estratégico sobre el futuro de la agricultura de la Unión Europea. Si bien no se trata de un documento propio de la Comisión, sí que lo ha patrocinado y coordinado, por lo que es seguro que su contenido debe de guiar los trabajos de las instituciones comunitarias a la hora de presentar sus propuestas sobre nuestra actividad. Pese a la importancia de los documentos citados anteriormente, no cabe duda de que este último es el de mayor importancia para nuestro sector, al referirse de modo concreto y exclusivo a nuestra actividad.

Como consecuencia de las protestas de los agricultores por la práctica totalidad de países miembros de la Unión Europea, la presidenta de la Comisión propuso en su discurso de apertura del curso político en septiembre de 2023, la necesidad de abrir un proceso de diálogo en un escenario en el que los productores fueran consultados y escuchados. Hay que felicitar a la Sra. Von der Leyen, por cuanto ha sido capaz de promover un diálogo que ha sentado en una mesa a 29 organizaciones, incluido el COPA-COGECA o las organizaciones ecologistas, y por cuanto el foro ha sido capaz de limar asperezas y superar la polarización existente, elaborando un documento de consenso que, en buena parte, da respuesta política a las demandas de los agricultores. Cabe hacer notar que, como quiera que sólo han podido participar presidentes de organizaciones, ningún español ha participado en este trabajo, aunque sí que han sido consultados Ministerios de Agricultura, eurodiputados y otras instituciones relacionadas con el sector. Todo sea por la unidad europea.

A modo de resumen más que sintético, bien podemos seguir diciendo que el documento está en total sintonía con las reivindicaciones que venimos reiterando los productores. Y es que no podía ser de otro modo. De entrada, el documento establece que la agricultura es un sector estratégico para la Unión Europea, cuyo futuro está directamente ligado a las rentas de los productores, y para cuya mejora será imprescindible el fomento del poder de estos en la cadena comercial. De igual manera, se ponen en el centro del debate temas como la competitividad del sector y su aportación a la estabilidad social en la medida que garantiza el abastecimien-

to de alimentos, cuestiones que habían desaparecido del discurso de Bruselas. Un asunto básico en esta misión es la política comercial, que debe de ser coherente y tener más en consideración a la agricultura en las negociaciones comerciales, ya que Bruselas había olvidado en su discurso, y en sus hechos, esta necesidad.

Además de la mención específica al relevo generacional con propuestas concretas que incentiven la incorporación de jóvenes, el documento también habla de la necesidad de fondos económicos tanto dentro como fuera de la PAC. Es por ello que la PAC, cada vez con menos presupuesto, ya no vale para financiar más y más cosas. Así, se propone constituir un fondo de transición, fuera de la PAC, para incentivar las nuevas medidas de sostenibilidad que puedan establecerse. Otro hecho relevante es la mención a la necesidad de no imponer normativa desde arriba, debiéndose de tener en cuenta la voz de los productores para cualquier propuesta, tal y como ya se había comprometido la presidenta de la Comisión. Por último, el documento indica la necesidad de generar un nuevo escenario que hable más de incentivos que de sanciones. Creo que si este enfoque se hubiera aplicado al Pacto Verde su resultado, probablemente, hubiera sido muy distinto.

No quiero dejar pasar la ocasión para resaltar el papel que el informe reserva para las cooperativas, pues de modo literal se indica que "la posición de los agricultores en la cadena de valor debe fortalecerse animándolos a unirse a cooperativas y/o asociaciones para reducir costos, aumentar la eficiencia y mejorar los precios del mercado. Esto se puede apoyar reforzando y fomentando la organización de sectores en cooperativas agrícolas, Organizaciones de Productores (OP), Asociaciones de Organizaciones de Productores (AOP) y Organizaciones Sectoriales". De igual manera se menciona el protagonismo del sector cooperativo en ámbitos como la sostenibilidad, el desarrollo de prácticas respetuosas con el entorno, el fomento de la bioeconomía, así como su relevancia en la visualización del papel que deben de jugar tanto mujeres como jóvenes.

A la vista de estos informes, suena muy bien la música, ya que es la que venimos entonando desde el campo hace ya bastante tiempo. En la primavera del 2025, la Comisión Europea se ha comprometido a presentar un documento sobre la situación de la agricultura comunitaria, acompañado de propuestas, y que es seguro que será la base de discusión de la PAC que se debe de aplicar a partir del 2027. Entonces será cuando veamos si la letra de la canción va acorde con la música de los documentos.

(*) *Presidente de Frutas y Hortalizas de Cooperativas Agro-Alimentàries*

Agrocultivos

El sector agrario reclama medidas ante el avance de plagas de países terceros

Las organizaciones agrarias avisan de los daños producidos por las plagas y solicitan materias para poder combatirlos, así como la aplicación del tratamiento en frío

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Trips de Sudáfrica, Mancha negra, Falsa polilla, araña roja, araña Banksi, HLB... Las plagas y enfermedades procedentes de países terceros provocan una situación de alarma entre los agricultores valencianos. El problema, además de la llegada de las mismas y su incidencia, es también el no poder combatirlos por no disponer de materias efectivas para su control, como bien afirman las organizaciones agrarias.

Las interceptaciones de cítricos importados en la Unión Europea con plagas o enfermedades de cuarentena siguen produciéndose y este pasado mes de agosto hubo 26 rechazos en total, según los datos recopilados por La Unió Llauradora y Ramadera.

De estos datos, cabe destacar la presencia de varios casos de Falsa polilla (*Thaumatotibia leucotreta*), Mancha negra (*Phyllosticta citricarpa*), Cancro de los cítricos (*Xanthomonas*) o Sarna de los cítricos (*Elsinoe*), plagas todas ellas letales y no presentes en la citricultura europea, lo que significa que algunos países siguen sin ofrecer las garantías sanitarias necesarias en sus envíos.

■ UN SOBRECOSTE MÁS

Este goteo continuo de interceptaciones de plagas y enfermedades de cuarentena se produce, además, en un contexto en el que los productores de cítricos sufren un sobrecoste agronómico importante para luchar contra dichas plagas recientemente introducidas en nuestro territorio. Los cálculos de La Unió indican que las últimas seis plagas que han entrado en los últimos quince años suponen un incremento del 40% en los costes de producción y desestabilizan la forma de manejo agronómico en la constante actualización del plan de producción integrada y control de plagas. Ahora se comienzan a observar ya los efectos de las dos últimas como son la araña Banksi o el trips de Sudáfrica, detectado ya en diversos cultivos de la Comunitat Valenciana.

Carles Peris, secretario general de La Unió, indica que “cada plaga o enfermedad que entra en nuestro territorio es una auténtica ruina para nuestra citricultura, cuesta miles de euros al sector y a las administraciones para su control”.



El trip de Sudáfrica está dañando cítricos, kakis, granado y vid en la Comunitat Valenciana. / ASAJA ALICANTE

Las organizaciones agrarias solicitan la autorización excepcional de productos fitosanitarios que reduzcan la población de las plagas mientras se realizan ensayos para buscar un depredador natural

■ TRIPS

La novedad es el *Scirtothrips aurantii*, comúnmente llamado trips de Sudáfrica. Esta plaga está dañando cítricos, kakis, granado y vid. Preocupan seriamente los limones alicantinos, que se encuentran ahora mismo en fase de desarrollo. Por ello, Asaja Alicante reclama contundencia en las acciones, firmeza en las aduanas, y que dejen de entrar cítricos de Sudáfrica. “La expansión del *Scirtothrips aurantii* es muy grave, no sólo para la rentabilidad de los agricultores, sino también es una cuestión de seguridad alimentaria que afecta a toda la cuenca mediterránea. Estamos cansados de denunciar que no podemos competir contra ellos, y encima nuestras fronteras son un auténtico coladero de plagas que arruinan nuestras cosechas”, explican.

■ MANCHA NEGRA Y FALSA POLILLA

En junio, julio y agosto, los cítricos sudafricanos experimentaron 20 interceptaciones de Mancha negra (*Phyllosticta citricarpa*) en sus primeros tres meses de exportación, un dato que AVA Asaja considera alarmante.

Las nuevas interceptaciones de plagas y enfermedades que contabilizó la Unión Europea en agosto confirman que Sudáfrica tiene un grave problema con la Mancha negra de los cítricos (*Phyllosticta citricarpa*). El país sudafricano acumuló durante el mes de agosto ocho casos de cargamentos infestados del hongo causante de la Mancha negra en sus importaciones cítricas con destino a la UE, de los cuales siete fueron localizados en limones y uno en mandarinas. Sumados a las doce detecciones en junio y julio, los cítricos sudafricanos ya llevan veinte interceptaciones de Mancha negra en sus primeros tres meses de campaña de exportación.

Zimbabwe, país colindante de Sudáfrica, también contabilizó en agosto una interceptación de Mancha negra y otra de Falsa polilla (*Thaumatotibia leucotreta*) en sus importaciones de naranjas.

■ ARAÑA ROJA Y ARAÑA BANKSI

En relación al impacto económico para el agricultor, el presidente de Asaja Alicante, José Vicente Andreu, aclara que el limón Verna sufrió en torno a

una merma de 40% de pérdidas económicas por la araña roja (*Tetranychus urticae*), otra plaga venida de terceros países.

Por otro lado, la araña Banksi (*Eutetranychus Banksi*) también preocupa, pues continúa su rápida expansión por la Comunitat Valenciana y se comienzan ya a observar sus efectos en cítricos.

■ HLB

Sobre el vector HLB y la confirmación de la presencia de este en Tucumán (Argentina), Asaja Alicante avisa que “es imparable y cuestión de tiempo” que llegue a nuestro territorio. Por ello, José Vicente Andreu solicita a la interprofesional del limón que realice un informe de la situación de la enfermedad en el país latinoamericano para comprobar la rapidez de transmisión, a la vez que insta a la UE a replantearse acuerdos como el de Mercosur, que acabarían afectando al agricultor español.

■ FITOSANITARIOS Y CONTROL

Las organizaciones agrarias explican que urge la autorización excepcional de productos fitosanitarios que reduzcan la población de las plagas mientras se realizan ensayos para buscar un depredador natural. En concreto preocupa el trip de Sudáfrica y afirman que esta situación es consecuencia directa de la falta de control en fronteras y de la permisividad de los acuerdos comerciales de la Unión Europea.

Coincidiendo con el principio de la campaña citrícola, la sectorial de naranjas y mandarinas de AVA-Asaja reunió el pasado 11 de septiembre a un centenar de productores para abordar las principales novedades de la actualidad agraria.

La sectorial demandó a las administraciones una mayor investigación y disponibilidad de materias activas fitosanitarias para prevenir y combatir las plagas del cultivo. Los agricultores están multiplicando sus tratamientos contra los ácaros, pero como los productos autorizados no presentan una suficiente efectividad, los daños se agravan. Además de las cochinillas y los trips ya presentes en la citricultura valenciana, este año el nuevo trips de Sudáfrica no tiene soluciones autorizadas y está ocasionando importantes perjuicios tanto en la actual producción como en la siguiente.

■ SOLICITUDES

Desde La Unió, AVA Asaja y Asaja Alicante reclaman de forma urgente el tratamiento en frío para los cítricos de aquellos países que no puedan garantizar la seguridad sanitaria de sus envíos, único instrumento para frenar la posible entrada de una plaga de cuarentena, según afirman.

A juicio de La Unió, las autoridades de la Unión Europea deben incrementar la presión inspectora, realizar más controles en origen y adoptar el tratamiento en frío para todos aquellos países que no son capaces de garantizar la seguridad sanitaria de sus envíos, como es el caso de Turquía, Egipto, Sudáfrica, Zimbabue, Botswana o Swazilandia y algunos países de Sudamérica como Argentina, Brasil, Uruguay o Colombia, fundamentalmente.

Carles Peris afirma que “estamos combatiendo muchas plagas y cada vez con menos medios de control y vamos sumando otras como la última del trips de Sudáfrica o las que puedan ir entrando. Por ello la Unión Europea debe tomarse muy en serio la situación y adoptar medidas urgentes como el tratamiento de frío”.

A la problemática de las plagas hay que añadir la falta de reciprocidad en materia fitosanitaria. “Hay que prohibir la entrada de todos aquellos productos importados que no cumplan con los compromisos del Pacto Verde Europeo en su estrategia fitosanitaria. Hay que competir en igualdad de condiciones y no como hasta ahora. No podemos fomentar las importaciones mientras nuestros cítricos a veces se pudren en los árboles”, asegura Carles Peris.

Por su parte, Asaja Alicante, solicita a la Conselleria de Agricultura que interceda ante el Gobierno de España y la Unión Europea a fin de poner en marcha una investigación urgente que encuentre un depredador natural para disminuir población, a la vez que sea contundente frente a estas administraciones para que cierre los puertos de entrada a cítricos sudafricanos.

Las lluvias torrenciales ocasionan en Aragón daños por 5 millones de euros

El cierre, durante los próximos seis meses, por desprendimientos de los pasos fronterizos de Somport y Bielsa perjudica a la industria agroalimentaria

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Las lluvias torrenciales caídas en Aragón en las últimas semanas han ocasionado daños por más de cinco millones de euros, según las primeras estimaciones del Gobierno autonómico.

Las principales pérdidas se han producido en vías de comunicación y en materia de agricultura, las infraestructuras dañadas pasan por acequias, escolleras y ramblas, además de caminos rurales y campos de cultivo.

Asimismo, el cierre por desprendimientos de los pasos fronterizos de Bielsa y Somport está ocasionando abundantes pérdidas en la agroindustria aragonesa.

El Gobierno aragonés ha solicitado al Ejecutivo de Pedro Sánchez la declaración de zona gravemente afectada por una emergencia de Protección Civil para poder obtener ayudas destinadas a la reparación de infraestructuras.

Organizaciones agrarias y colectivos solicitan ayudas y actuaciones urgentes. Así, Asaja Aragón ha reiterado la necesidad de limpiar los cauces de los ríos para que no causen "problemas mayores" en época de lluvias y avenidas.

Dicha organización ha señalado los destrozos que las tormentas dejaron en la comarca zaragozana de Daroca, donde las mayores afecciones se produjeron en los municipios de Herrera de los Navarros, Abanto y Aldehuela de Liestos.



Carretera de un paso fronterizo por el Pirineo aragonés cortada por un corrimiento a raíz de las fuertes tormentas. / JO

También en la provincia de Zaragoza, las lluvias torrenciales, acompañadas de granizo, provocaron importantes daños en la comarca de Calatayud, y especialmente en las localidades de Monterde y Cimballa, donde la piscifactoría quedó gravemente afectada.

En estas zonas los cultivos afectados han sido sobre todo los almendros y la viña, aunque también hay cuantiosos desperfectos en infraestructuras, caminos, y barbechos, que han sufrido importantes arrastres de tierra.

En Huesca resultaron afectadas las comarcas de Jacetania,

Si bien las lluvias caídas han generado pérdidas importantes, para el melocotón tardío de la denominación Calanda, cuya campaña se prolonga hasta principios de noviembre, han sido beneficiosas

Alto Gállego, Sobrarbe y Ribargoza. Los daños se centran especialmente en caminos e infraestructuras rurales que es necesario restaurar con celeridad para facilitar el acceso a las granjas y, sobre todo, para permitir la bajada de los animales de los puertos de verano, que se producirá próximamente.

En la zona de Sierra de Guara, y parte del Somontano, se han dado afecciones a caminos, pero también alguna finca de cultivo. Por lo que urge recuperar los caminos para el acceso a las explotaciones agrícolas y ganaderas.

También la provincia de Teruel ha registrado daños en

las zonas de Albarracín, Guadalupe, Ariño y las localidades de Báguena y Burbáguena, entre otros puntos.

Sin embargos, las lluvias caídas pueden ir bien para el melocotón tardío de la denominación de Calanda, cuya campaña se prolonga hasta principios de noviembre.

■ AGROINDUSTRIA

Asimismo, las tormentas han provocado desprendimientos y deslizamientos en las carreteras que unen España con Francia por el Pirineo aragonés, lo que ha provocado el cierre, por unos seis meses, de los túneles de Somport y Bielsa.

Por eso, la Asociación de Industrias de la Alimentación de Aragón ha advertido de los perjuicios operativos y económicos que está provocando esta situación en el sector.

Recuerdan que Francia es el principal destino de las exportaciones aragonesas y además a diario atraviesan el Pirineo más de 400 camiones que abastecen de materias primas las principales empresas agroalimentarias de Aragón, sobre todo las vinculadas a la transformación de cereales para alimentación humana y animal, piensos, almidones, harinas y sémolas, entre otros productos.

Calculan un sobrecoste para los camioneros aragoneses de 100.000 euros al día, tres millos al mes, por el rodeo que tienen que hacer para pasar por Irun o la Junquera.

La Asociación de Industrias de Alimentación se ha dirigido al Gobierno de Aragón para pedir su intermediación de manera que se consiga agilizar la reapertura prevista, según Francia, dentro de unos seis meses.

El presidente de dicha Asociación, Luis Villamayor, ha señalado que "seis meses es impensable para toda la industria alimentaria porque la conexión con Francia es lo que nos da la competitividad, ya que estamos lejos de los puertos. La cercanía con Francia es esencial para toda la industria alimentaria aragonesa".

La superficie de calabaza butternut aumenta un 18 por ciento en España

Sakata, líder en semillas de calabaza, prevé una campaña con buenas expectativas a pesar de los efectos de la sequía

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Arranca la época por antonomasia de la calabaza con buenas expectativas sobre esta hortaliza, cuya tendencia de consumo no para de incrementarse. Esto se refleja en los datos de la campaña, tal como asegura Joaquín Navarro. El responsable de desarrollo de calabaza en Sakata Seed Ibérica indica que "la superficie cultivada ha aumentado un 18%. Y aunque la producción se ha visto afectada, en parte, por factores climáticos como la falta de lluvias o las altas temperaturas, esta situación se ha compensado con el aumento de superficie, por lo que el balance final es

muy similar al de la temporada anterior".

En España, las principales áreas de producción de calabaza son Murcia, Alicante y La Mancha. Joaquín Navarro explica que "las primeras calabazas siempre se recolectan sobre principios de junio en Murcia y Alicante y se continúa desde mitad de septiembre y hasta mediados de octubre en las zonas de interior de la península, las más tardías en cuanto a recolección".

En cuanto a su destino, la prioridad es el consumo nacional. Las primeras recolecciones van directamente a venta directa

y se almacenan, más bien, poco tiempo. Sin embargo, las recolecciones de septiembre y octubre se almacenan con la idea de comercializarlas a lo largo de todo el otoño, invierno e incluso llegando hasta finales de mayo del año siguiente, con el objetivo mencionado de cerrar un año entero de comercialización con producto nacional. Gracias a la mejora vegetal de las empresas obtentoras como Sakata, que ha lanzado la variedad Estrella, ahora se puede consumir calabaza nacional los 12 meses del año sin depender de importaciones. Además, otras novedades se suman al portfolio de esta compañía



La mejora vegetal, desarrollada por empresas obtentoras como Sakata, ha permitido contar con calabaza nacional durante los doce meses del año. / SAKATA

como Orionit y Carlota, la primera orientada para el mercado en fresco y la segunda para industria, ambas con una altísima vida útil.

El consumo de calabaza en España es mayoritariamente en fresco, si bien la calabaza procesada en IV y V gama se está incrementando muy rápidamente, con la perspectiva de que, en un futuro no muy lejano, el procesado supere al fresco como ocurre ya en algunos supermercados españoles.

■ UN HALLOWEEN TERRORÍFICO
Con el otoño arranca una nueva

campaña de Halloween de Love Klabaza, que llegará a influencers, chefs y niños. Como ya es tradición, los productores donarán a más de 70 colegios de España y Portugal 15.000 calabazas, que a su vez fomentan el desperdicio cero. "Esta variedad debido a su piel, permite decorarla y luego degustarla. Así que los niños pueden participar en nuestro concurso de un viaje a la Warner enviando la foto de su calabaza más terrorífica y luego hacer recetas" ha explicado Amparo Pellicer, Food Chain Manager de Sakata Seed Ibérica.



La alta demanda y la rentabilidad han derivado en la expansión del cultivo del aguacate en España. / ARCHIVO

Andalucía y Valencia, regiones climáticamente más idóneas

Andalucía y Valencia son las regiones de la península ibérica climáticamente más adecuadas para el cultivo del aguacate, con aproximadamente 1.500.000 hectáreas reconocidas como potencialmente adecuadas para su producción, según un estudio desarrollado por las Universidades de Huelva y Extremadura y AGQ Corporación Tecnológica SL.

El estudio, publicado en la revista Land, parte del hecho de que en la expansión que ha tenido en las últimas décadas el cultivo del aguacate por toda la península ibérica, principalmente en la costa atlántica sur y mediterránea, así como en Canarias, debido a la alta demanda y a los altos precios, que han hecho que el cultivo sea muy atractivo, no siempre se han seguido criterios de idoneidad climática, poniendo en riesgo la sostenibilidad.

El aguacate es originario de zonas tropicales y subtropicales y tiene unos requisitos climáticos muy específicos para asegurar una buena producción.

Por ello, en el estudio se han analizado las variables climáticas clave, incluidos los daños por frío invernal, la viabilidad del polen y las temperaturas de floración y cuajado, utilizando datos climáticos diarios desde 1975 hasta 2022 y aplicando técnicas avanzadas de análisis espacial para elaborar mapas de idoneidad.

Los resultados indican que la expansión del cultivo es posible en determinadas zonas del sur de Andalucía y Valencia pero no en el resto de la península.

Variables asociadas a bajas temperaturas, como los daños por frío (temperaturas inferiores a 0°C en invierno) y las condiciones desfavorables para el cuajado (temperaturas mínimas diarias inferiores a 10°C en primavera), se han identificado como los factores más restrictivos.

En concreto, el número de días con temperaturas mínimas superiores a 10°C en marzo y abril parece ser el factor climático más limitante para el cultivo del aguacate en la península ibérica y Baleares.

El estudio proporciona una evaluación integral de las áreas óptimas para el cultivo de aguacate en el territorio español, destacando provincias como Cádiz, Sevilla, Málaga y Huelva como regiones privilegiadas para el cultivo de aguacate.

Las áreas costeras de Granada y Almería y la región costera de Alicante y Valencia también tienen condiciones favorables para el cultivo de aguacate, destacando la diversidad de oportunidades dentro de la región.

La metodología desarrollada ha localizado nuevas áreas que son climáticamente adecuadas para el cultivo de aguacate, y su reevaluación en el nuevo contexto climático del calentamiento global podría ayudar a identificar nuevas zonas de cultivo, concluyen los investigadores. ■

Las fronteras del cultivo del aguacate en España se desdibujan

Frente a las principales regiones productoras, nuevos puntos de la geografía española, como Valencia o Asturias, se perfilan como zonas para este cultivo

■ CELIA ARCOS. EFEAGRO.

La producción de aguacate en España ha atravesado un bache durante los últimos años debido a la sequía, un factor que ha hecho repensar al sector la viabilidad de cultivos ubicados en zonas como la Axarquía de Málaga, frente a otros puntos que se perfilan como nuevas opciones atractivas, como Asturias y Valencia.

Tras un 2023 “desastroso”, el sector de las frutas tropicales encara en general la actual campaña ahogado de nuevo por la sequía, que provocará una caída en la producción de aguacate en Málaga, principal zona productora.

Las perspectivas no son buenas, ya que la temporada pasada la Asociación Española de Frutas Tropicales (AET) cifró en torno a un 60% la caída de la producción debido a la falta de recursos hídricos, y, además, el 30% de las fincas realizaron talas.

Frente a esta situación se dan dos vertientes: por un lado, muchos agricultores de las principales zonas productoras se han replanteado la viabilidad de los cultivos en un contexto de falta de agua, con caídas de la rentabilidad. Por otro lado, movidos por una mejora en las condiciones de cultivo, los productores de otras provincias, como Huelva, Cádiz y Valencia, han optado por el aguacate frente a otros cultivos más tradicionales.

En esta línea, el presidente de la Asociación Española de Frutas Tropicales, Álvaro Palacios, detalla que, muchos productores de limón y naranjas se han pasado al cultivo de aguacate ya que “sólo requiere buen clima y un poco más de agua” y, a su vez, ofrece una mayor rentabilidad.

Confirma esta tendencia un estudio elaborado por las Universidades de Huelva y Extremadura y AGQ Corporación Tecnológica, en el que señalan que Andalucía y Valencia son las regiones climáticamente más adecuadas para el cultivo del aguacate.

El estudio parte del hecho de que en la expansión que ha tenido en las últimas décadas el cultivo del aguacate por toda la península debido a la alta demanda y a



Según la AET, las perspectivas productivas este año tampoco son buenas debido a la sequía. / ARCHIVO

los altos precios —que han vuelto el cultivo muy atractivo—, no siempre se han seguido criterios de idoneidad climática, poniendo en riesgo la sostenibilidad.

Según los investigadores, el aguacate es originario de zonas tropicales y subtropicales y tiene unos requisitos climáticos muy específicos que deben cumplirse para asegurar una buena producción.

■ ASTURIAS, UN EJEMPLO EXCEPCIONAL

Y, aunque el estudio advierte de que el cultivo de este producto es posible en determinadas zonas del sur andaluz y Valencia pero no en el resto de la península, la empresa Aguacastur, especializada en el cultivo de aguacate en el norte ibérico, ha demostrado que Asturias puede ser una excepción.

El pueblo de Salas (Asturias) fue el lugar que le dio la primera pista a Andrés Ibarra, uno de los creadores de Aguacastur, para intuir el potencial de esta zona como productora de aguacate.

“Vi un árbol muy alto, identifiqué que era un aguacatero y que tenía frutos”, recuerda Ibarra en una entrevista con Efeagro; a partir de ahí, el responsable hizo en 2009 un recorrido por la zona cantábrica en el que descubrió que “había miles de ellos”.

Motivados por el ejemplo de esos cultivos, empezaron con su propia plantación y, aunque en el comienzo obtuvieron “muchas críticas” e, incluso, les llamaban “vendedores de humo”, después de que las plantas pasaran su primer invierno y comenzaran a crecer hubo un “cambio de opinión” y la “idea ya no parece tan descabellada”.

En general, la idea de cultivar aguacates en el norte del país genera “extrañeza” dadas las diferencias climáticas entre Málaga y este área. No obstante, Andrés Ibarra señala que el clima natural del producto en México, principal productor y exportador global, es “el mismo que el del norte de España”.

La empresa cuenta ya con cuatro inversores provenientes de segundas generaciones de españoles que emigraron a México y que han decidido volver y apostar por este tipo de cultivo, explica el responsable.

Y aunque el clima es cambiante y el futuro puede variar, las perspectivas de la empresa son optimistas y esperan seguir creciendo en un contexto en el que cada campaña pone de manifiesto la necesidad de apostar por nuevas técnicas y horizontes que mantengan la producción nacional.

ORIOLO ORÓ / Director general de Fira de Lleida

“El nuevo planteamiento potenciará la feria de Lleida como referente agroalimentario de primer orden”

Con estas palabras Oriol Oró, director general de Fira de Lleida, ilustra el nuevo enfoque de la feria agraria para convertirla en estrictamente profesional, más la ampliación de equipamientos con la construcción de un quinto pabellón.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. ¿Cómo está evolucionando la Feria Agraria de Sant Miquel y el Salón Eurofruit?

Oriol Oró. Fira de Lleida está llevando a cabo un proceso de reorganización y optimización de ambos salones con el fin de adaptarlos a las nuevas exigencias del sector. Así, en el aspecto de los equipamientos, se está iniciando el proceso para licitar, redactar el proyecto y ejecutar un nuevo pabellón, el número 5, una instalación que permitirá asumir el crecimiento del espacio ferial de la ciudad. El nuevo pabellón será una construcción desmontable que, por tanto, permitirá aprovecharla para otros espacios en caso de ser necesario.

Por otro lado, se van a reformular estos salones para convertirlos en una feria estrictamente profesional, que se celebrará entre semana y con un nuevo enfoque centrado en el agrobiotech y la innovación.

El nuevo planteamiento contempla la feria como punto de encuentro de las empresas emergentes y start ups greentech, agrotech y biotech. La incorporación de congresos y jornadas de alto nivel como el Congreso BIT (Bioeconomía Innovación y Tecnología) consolidará la feria de Sant Miquel y Eurofruit como la principal actividad ferial de fomento socioeconómico de Lleida y de su entorno, a la vez que potenciará Lleida como referente agroalimentario de primer orden.

Hay que considerar que Lleida tiene un fuerte tejido empresarial, institucional y social vinculado al sector y cuenta con una amplia área de influencia geográfica, que incluye el Valle del Ebro y la cuenca mediterránea.

VF. En clave internacionalidad, ¿principales procedencias de los expositores extranjeros?

OO. La internacionalización de Sant Miquel y Eurofruit se traduce en la presencia de expositores extranjeros procedentes, este año, de Francia, Italia, Polonia y EEUU, básicamente de los sectores de la maquinaria agrícola, los calibradores de fruta y sistemas antiheladas.

La consolidación de dichos salones como una de las manifestaciones feriales de ámbito agrario más importantes del sur de Europa conllevará, un año más, la asistencia de visitantes de países como Alemania, Francia, Italia, Marruecos y Portugal.

Cabe recordar, en este sentido, que el salón Eurofruit cuenta con el reconocimiento de “Internacionalidad Completa” otorgado por el Ministerio de Industria, Comercio y Empresa.

VF. ¿Puede avanzar alguna novedad?

OO. Al margen del Congreso de Bioeconomía, Innovación y Tecnología, esta edición la feria acogerá iniciativas interesantes, como el AgriFood Next, un evento de emprendimiento, innovación y tecnología de los sectores agro, bio y food. AgriFood Next se plantea como un evento híbrido que fusiona charlas inspiradoras, debates enriquecedores y “pitches” de startups, en las que se hablará sobre últimas tendencias en sostenibilidad, biotecnología y transformación agroalimentaria, que se llevarán a cabo en el stand del ecosistema emprendedor “Link Up, conecta y eleva”, por un lado; y una After Party exclusiva (AFN After Party) que comenzará con una dinámica de Networking On, seguida de una cena informal que servirá para que los asistentes a este evento puedan continuar consolidando su red de contactos. El objetivo principal de la doble propuesta es forjar conexiones de alto valor.

Por otro lado, en el apartado de agricultura de precisión la empresa-academia especializada en drones Aerofor presentará la última tecnología en drones de aplicación aérea (de hasta 40 litros de capacidad) y un nuevo pack formativo actualizado en el RD actual de pilotaje de drones, así como el curso más flexible y con más prácticas reales de piloto aplicador.

VF. En esta edición, nuevamente se celebra el Congreso BIT. Parece que se consolida la celebración de este congreso en el marco de la Feria Agraria de Sant Miquel. ¿Cuál será el eje temático de este año?

OO. Sin duda, el Congreso de Bioeconomía, Innovación y Tecnología (BIT 2024), evento que se celebrará los días 26 y 27 de septiembre, es uno de los platos fuertes de esta edición del salón. Este año se centrará en la bioeconomía de alto valor añadido y la simbiosis industrial (estrategia que promueve la conexión entre las empresas a partir del intercambio de materiales entre los sistemas de producción: los residuos de uno son la materia prima de otro y viceversa).

El día 26, el congreso se estructurará en tres mesas de debate en torno a tres sesiones temáticas. La primera tratará sobre la “Bioeconomía circular y obtención de principios activos para la industria cosmética, farmacéutica y nutricional”, la segunda abordará el tema de “Bioeconomía y la transición hacia los productos químicos biobasados”, y el eje de la tercera será la “La bioeconomía como generadora de nuevos materiales”. En estas mesas participan empresas de prestigio que com-



Oriol Oró, director general de Fira de Lleida / O. ORTEGA

partirán su experiencia y casos prácticos de fabricación de sustancias, productos y materiales biobasados. El acto culminará con una charla de Alfons Cornella, fundador de Next e Infonomía, entre otras empresas, que dará su visión sobre la necesidad de innovar y hacerlo a través de las oportunidades que genera la bioeconomía.

La jornada del viernes 27 de septiembre pondrá el foco en la simbiosis industrial y se estructurará en tres bloques. Se iniciará con una presentación sobre cómo el biopolígono crean ecosistemas industriales sostenibles. También se realizará una mesa redonda con los principales sectores implicados sobre la “Simbiosis industrial en el país: infraestructuras necesarias, barreras y palancas”. La última sesión temática estará dedicada a la “Simbiosis empresarial” y contará con la presencia de casos internacionales y un

ejemplo local. El acto concluirá con la presentación de la plataforma de simbiosis industrial.

VF. La Feria Agraria de Sant Miquel también contempla la 53ª Premio del Libro Agrario y el 9º Premio del Artículo Técnico Agrario. ¿Qué objetivos tienen estos premios?

OO. El Premio del Libro Agrario y el Premio del Artículo Técnico Agrario tienen como objetivo distinguir las obras o artículos recientemente publicados, en formato impreso o digital, que supongan una aportación remarcable en el sector agroalimentario o el ámbito rural, así como estimular la creación de trabajos de carácter científico, técnico o divulgativo que permitan incrementar la literatura destinada a estos sectores. Con más de medio siglo de trayectoria, se trata del único premio del país centrado en esta temática.

Aprovecho para recordar que en esta edición el Premio

del Libro Agrario ha recaído en El algarrobo, una obra que compendia el análisis del sector de la algarroba desde una perspectiva histórico-técnica, básicamente relacionada con temas económicos y comerciales, botánicos, ecológicos, de tecnología del cultivo, de la industrialización y de las aplicaciones alimentarias del fruto.

Por su parte, Uso de vesículas artificiales para la mejora del silenciamiento génico inducido por spray (SIGS) en la protección de cultivos ha ganado el Premio del Artículo Técnico Agrario. La obra se centra en una tecnología innovadora y respetuosa con el medio ambiente, donde la aplicación tópica de ARN de doble cadena sobre material vegetal dirigido a genes del patógeno permite el control de plagas mediante el mecanismo de ARN de interferencia.

VF. El Premio a la Innovación Tecnológica y Seguridad en el Diseño de las Máquinas Agrícolas y de los Equipos de la Industria Alimentaria llega este año con novedades....

OO. El premio, en efecto, presenta novedades importantes. El nuevo planteamiento contempla tres premios e incrementa la dotación de 1.000 a 2.000 euros.

Los apartados en cuestión son el de Innovación tecnológica en máquinas agrícolas (con un premio de 1.000 euros y diploma); el de Innovación tecnológica en equipos de la industria agroalimentaria (con un premio de 500 euros y diploma); y el de Innovación en tecnologías digitales por la gestión agraria o la industria alimentaria (con un premio de 500 euros y diploma). Los tres apartados contemplan también una mención especial, reconocida con diploma.

Cabe recordar que el galardón está destinado a distinguir y promover las innovaciones tecnológicas en maquinaria agraria, equipamiento industrial y tecnologías digitales, que, a través de la mejora de su diseño y uso de nuevos componentes, representen un avance significativo en la productividad, la calidad, la seguridad, la rentabilidad y la sostenibilidad agrícola y agroalimentaria. También quiere promover la presencia de máquinas y equipos innovadores en el área de exposición y aportar un aliciente extra a las empresas expositoras.

feria agraria de
santmiquel

70 SALÓN NACIONAL DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA

Lleida, del 26 al 29 de septiembre de 2024



Inscríbese como visitante profesional en
www.sant-miquel.com
y recibirá una invitación gratuita

fira lleida
www.sant-miquel.com



OPINIÓN

La importancia de la variedad

Por MANUEL FERRER GÓMEZ (*)

Cada año la producción, la logística y la distribución del mercado nacional hortofrutícola se concentra en menos agentes. La verticalización del modelo, importada de otros sectores, es inminente.

Es un hecho que sólo será posible sobrevivir a través de la especialización, lo que coloquialmente definimos como hacer lo que otros no saben, no pueden o no les interesa hacer.

Cada temporada falta más producto de calidad, independientemente de su categorización como primeras, primeras bis o directamente segunda. La fruta y la verdura de calidad escasea. Y es esa precisamente la que los mercados

nacionales necesitamos para mantener nuestro modelo y sobrevivir.

Los mayoristas deben cuidar ese elemento diferenciador que valora nuestro consumidor final, y que lo motiva para hacer un esfuerzo superior al resto de compradores habituales de grandes superficies.

El futuro de los mercados nacionales depende del esfuerzo de los que los habitamos en ese sentido, y en no caer en la trampa de las cuatro referencias. Debemos trabajar en preservar una amplia gama de variedades de fruta y verdura de buen sabor que impida ser plagiados por la competencia.

(*) Director comercial de Sastre y Ferrer, SL



Los mayoristas deben apostar por la fruta de calidad. / ARCHIVO

Mercovasa: una apuesta por la calidad y el servicio

► V.F. REDACCIÓN.

Mercado Costa Valencia (Mercovasa), mercado mayorista de frutas y verduras ubicado desde 1983 en El Puig de Santa María (València), se encuentra en un punto estratégico a 15 km al norte de la capital y con fácil acceso a las salidas de Castellón, Barcelona, Madrid y Alicante. Cuenta en sus instalaciones con un amplio espacio de diversos puestos con una gran oferta de productos agrícolas de calidad. De hecho, la calidad y el buen servicio son un referente en este merca.

Mercovasa abastece a minoristas de su entorno próximo y a distribuidores de frutas y verduras de toda España, llegando también a otros países debido a la cantidad y variedad de productos que se venden en este mercado. El mercado fue creado y es gestionado por los accionistas que, en su gran mayoría, son los propios asentadores. Cuenta con una superficie total de 100.000 m² de los cuales 30.000 m² corresponden a las instalaciones del mercado. La instalación cuenta con 87 puestos de venta y ofrece, además, otros servicios como son la tira de contar, colla o servicio de carga-descarga, restaurantes, banco, empresas de logística del transporte, una empresa de climatización y frío industrial, una asesoría, así como vestuarios a disposición de los transportistas. Por lo que respecta al funciona-



El mercado ha instalado paneles solares en sus instalaciones. / MERCOVASA

miento, el mercado ha previsto una amplia franja horaria a lo largo del día con la intención de proporcionar ventajas para los clientes, así como una mejor calidad de vida para asentadores y trabajadores. Mercovasa abre los lunes de 4 a 7 horas y de lunes a viernes de 11.30 a 16.30 horas.

Entre sus características cabe destacar la amplitud del módulo: los puestos de venta tienen una superficie de 160 m², más elevada que las usuales. Por lo que respecta a la comodidad de las instalaciones, ventilación e iluminación natural, Mercovasa cuenta con unas instalaciones muy accesibles, como sus muelles de 7 m de anchura, consiguiendo con ello rapidez en descarga y carga de la mercancía.

Gracias a su ubicación, próxima a Valencia y cerca del mar, así

como un aislamiento adecuado hace que, en invierno no existan problemas para la conservación en condiciones idóneas de la fruta y verdura. Para los meses de primavera y verano, el mercado cuenta con una ventilación natural muy importante gracias a la solución arquitectónica adoptada.

■ COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL

Mercovasa es, además, una empresa "comprometida con el medioambiente y la sostenibilidad" y este año ha tomado la iniciativa de apoyar la transición hacia fuentes de energía más limpias y renovables. "Conscientes de la importancia de reducir nuestra huella de carbono y promover un futuro más sostenible, en Mercovasa hemos implementado una serie de medidas y proyectos para fomentar el uso de energías renovables", explican.

En esta línea, especifican que "una de las principales acciones que hemos llevado a cabo es la instalación de paneles solares en nuestras instalaciones, lo que nos permite generar parte de la energía que consumimos de manera limpia y sostenible. Además, hemos implementado programas de eficiencia energética para reducir nuestro consumo y optimizar el uso de los recursos disponibles".

La empresa ha establecido alianzas con proveedores de energía renovable "para garantizar que la electricidad que utilizamos provenga de fuentes limpias y respetuosas con el medioambiente. De esta manera, contribuimos a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y al impulso de un modelo energético más sostenible", subrayan.

La sostenibilidad "es fundamental para el futuro de nuestro planeta y de las generaciones venideras. Por ello, en Mercovasa seguimos trabajando para promover prácticas responsables y respetuosas con el medioambiente, apostando por un modelo de negocio sostenible que contribuya al cuidado del entorno y al desarrollo de una sociedad más justa y equitativa", puntualizan desde el mercado.



Sastre & Ferrer

DESDE 1903



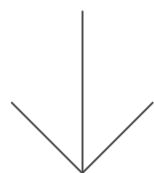
Sastre y Ferrer, S.L.

Pol. Ind. Mercovasa - Ptos 8-9-22-25-38A - 46540 El Puig (Valencia) - Tel: 96 147 21 67 - 96 147 23 03

Departamento Comercial: Manuel Ferrer Gómez - 607 401 073 - manuel@sastreiferrer.com

Departamento Administración: Amparo Sastre Albiach - 649 174 314 - amparo@sastreiferrer.com

Correo electrónico: administracion@sastreiferrer.com



Con todo el futuro
 por delante.



MERCOVASA

+50  DESDE
 1967

Síguenos en:

Te esperamos en nuestro STAND
 Pabellón 3 / N°3D04



 +34 96 166 70 28
 comercial@patatasaguilar.es
 www.patatasaguilar.es

CENTRAL Ribba-Roja de Túria
 MERCOVASA El Puig
 MERCAVALENCIA València
 MERCADO ABASTOS CASTELLÓN Castellón de la Plana

MERCADOS NACIONALES

Girasol	
Alto oleico +80%.....	435,00
Convencional.....	410,00
Colza.....	S/O

NOTA: Toda la información de precios de esta Lonja es propiedad de la misma.
Próxima sesión el 17 de septiembre de 2024.

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 2 al 8 de septiembre de 2024, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES

Trigo	
Media Fuerza.....	S/C
Trigo	
Pienso.....	20,50
Cebada	
Malta.....	S/C
Cebada Pienso.....	18,50
Maíz.....	S/C
Tricale.....	19,10

Bajo una actividad comercial casi nula -basta con indicar que nunca antes se habían registrado en nuestro mercado local menos operaciones que las de estas semanas-, se va conociendo el nivel con el que se han cerrado las primeras liquidaciones a los productores. Unos precios que estrenan una nueva campaña de comercialización, y que en la pasada, podemos recordar, fueron los más altos de la misma. Los de esta temporada comienzan siendo inferiores a los vigentes en el pasado mes de junio, después de un descenso de más del 10% entre septiembre de 2023 y junio de 2024.

PATATAS

Hasta que comience el almacenaje de patatas en las naves, el ritmo de la recolección lo marca la industria de transformación, que por el momento es tranquilo. Además, las precipitaciones de esta semana no han dejado avanzar en la recolección y se ha tenido que esperar a que el terreno esté en las condiciones adecuadas para retomar esa labor.

CHAMPIÑÓN Y SETAS Euros/Kg

Champiñón	
Granel pie cortado.....	2,62
Bandeja pie cortado.....	2,88
Industria 1 Raíz.....	S/C
Industria 2 Pie cortado.....	S/C
Seta Ostra Granel.....	3,50
Ostra Bandeja.....	4,25
Shii-Take granel.....	5,00

Los cultivadores de champiñón para industria van incrementando su actividad con la continua entrada de sacos de compost incubados, con el objeto de abastecer con champiñón a la industria de transformación. La bajada de temperaturas de estos días permite controlar mejor la temperatura del compost y, por tanto, el crecimiento del micelio. Los precios de champiñón y seta en fresco repiten precio una semana más.

HORTALIZAS Euros/Kg

Acelga	
Amarilla.....	0,90
Verde.....	0,80
Borrajá.....	1,20
Lechuga	
Rizada.....	4,00
Escarola.....	S/C
Cardo.....	S/C
Repollo.....	0,30
De Bruselas.....	S/C
Coliflor.....	S/C
Cebolleta.....	S/C
Brócoli.....	1,15
Romanescu.....	S/C
Alubia	
Verde Fresco.....	1,54
Verde Industria.....	330,00
Pocha.....	S/C
Calabacín.....	0,40
Tomate 1º.....	0,80
Tomate 2º.....	0,40
Tomata.....	1,00
Pera.....	0,30
Pepino Corto.....	0,60
Pimiento Verde Crsital.....	0,80
Verde Italiano.....	0,80

La variedad de hortalizas existente en el mercado es mínima, ya que los cultivos

de verano van llegando a su fin mientras que las de invierno todavía no han entrado en producción. La temporada de tomates entra en sus últimas semanas de comercialización, mientras que la campaña de pimientos rojos recién arranca. En campo, continúan las labores de plantación y siembras, y la recolección de alubia verde con destino a industria. Respecto a los precios, solo la acelga verde anota una ligera subida ante la falta de oferta, mientras que el brócoli reduce su valor debido a una pérdida de calidad en las últimas cabezas recolectadas en la zona de Rioja Alta.

FRUTAS Euros/Kg

GRUPO PERA	
Industria.....	0,09
Limonera 60+.....	0,90
Ercolini 50+.....	0,90
Blanquilla DOP.....	0,95
Moretini60+.....	0,90
GRUPO MANZANA	
Royal Gala 60+.....	0,85
Industria.....	S/C
Golden 70+.....	S/C
Fuji 70+.....	S/C
GRUPO MELOCOTÓN	
Rojo 70+.....	1,20
Amarillo 70+.....	S/C
Nectarina Amarilla 65+.....	0,70
Paraguay 70+.....	S/C
Industria.....	0,30
GRUPO CIRUELA	
Reina Claudia >38.....	2,30

Una ciruela Reina Claudia con un excelente calibre y calidad ha propiciado una campaña de comercialización muy ágil, dejando en la primera semana de septiembre a pocas centrales hortofrutícolas con las últimas existencias de esta fruta, lo que queda reflejado en un incremento de su precio. Lo mismo ocurre con el melocotón rojo, que esta semana anota una importante subida en su cotización ante la falta de producto existente en el mercado nacional. En campo, continúa la recolección de pera conferencia y también ha empezado la de manzana

Golden.

FRUTOS SECOS Euros/Kg

ALMENDRAS	
Común.....	0,76
Largueta.....	0,99
Marcona.....	1,21
Floración Tardía.....	1,25
Ecológica.....	1,20

Semana de precios al alza en las variedades común, marcona y floración tardía, gracias a una demanda que ha ganado actividad en estas fechas coincidiendo con el desarrollo de una cosecha que, a escala nacional, ofrece un resultado menor al pronosticado en el arco mediterráneo, y en nuestra comunidad, se aguarda con buena calidad en cuanto al calibre de las pipas y normal respecto a su producción.

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 5 de septiembre de 2024. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2022-2023).

CEREALES Euros/Tm

MAÍZ	
Maíz Secadero.....	227,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	195,00
Pienso -62 kg/Hl.....	185,00
AVENA	
Rubia.....	S/C
Pienso.....	215,00
TRIGO	
Duro Pr>12.....	S/C
Pienso +72 Kg/Hl.....	219,00
Fuerza +300w +14 pr.....	S/C
Fuerza -300 +12,5 pr.....	S/C
Panificable Pr>11, W<200.....	231,00
Chamorro.....	S/C
Triticale.....	209,00
Centeno.....	S/C
Guisante.....	276,00
Yeros.....	250,00
Garbanzo sin limpiar.....	S/C
Veza.....	S/C
Alfafa 1ª.....	183,00

Paja 1º + p grande.....	60,00
Avena en Rama.....	S/C

Nota: Repiten cotizaciones las cebadas y tricales. Mínima bajada del maíz. Pequeñas subidas de trigo y forrajes.
Próxima cotización el 19 de septiembre de 2024.

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 9 de septiembre de 2024. Campaña 2024-2025.

GRUPO NARANJAS Euros/Kg

SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	0,29
Navel.....	Sin operaciones
Navel Lane Late.....	Sin operaciones
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett.....	Sin operaciones
GRUPO SANGRE	
Sanguinelli.....	Sin operaciones
GRUPO BLANCAS	
Salustiana.....	Sin operaciones
Barberina y Mid-night.....	Sin operaciones
Valencia Late.....	Sin operaciones

GRUPO MANDARINAS Euros/Kg

GRUPO SATSUMAS	
Okitsu.....	0,28-0,31
Owari.....	0,25-0,29
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrórs y Basol.....	0,53-0,65
Orunules.....	0,60-0,70
Marisol.....	0,36-0,42
Arrufatina.....	0,42-0,50
Clemenules y	
Orogrande.....	0,41-0,48
Hernandina.....	Sin operaciones
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla.....	Sin operaciones
Tango.....	Sin operaciones
Nardocott.....	Sin operaciones
Ortanique.....	Sin operaciones
Orri.....	Sin operaciones

Nota: Esta semana se animan ligeramente las compras en Navelinas y Clemenules. El próximo boletín de cotizaciones se publicará el lunes, 16 de septiembre de 2024.

LEGISLACIÓN

El MAPA y FIAB firman un convenio para impulsar la marca Alimentos de España en mercados internacionales

El acuerdo facilita la presencia de empresas españolas en 14 ferias internacionales en 2024 y 2025

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha firmado un nuevo convenio con la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) con el objetivo de facilitar la presencia de empresas exportadoras del sector en 14 ferias en Europa, Asia, Oriente Medio y América en 2024 y 2025, y fortalecer así la marca Alimentos de España en los mercados internacionales.

El convenio, publicado el 13 de septiembre en el Boletín Oficial del Estado (BOE) y enmarcado dentro de la Estrategia de Alimentos de España, tiene un presupuesto de 930.000 euros, de los que el ministerio aportará el 50 %.

Con este nuevo acuerdo, el ministerio y FIAB reafirman su compromiso con la promoción y el desarrollo del sector agroalimentario español con acciones para impulsar su presencia y reconocimiento en los principales mercados internacionales, de acuerdo con lo que será la nueva Es-



trategia Nacional de Alimentación, actualmente en fase de redacción.

Las ferias incluidas en este convenio son, para 2024, Speciality & Fine Food London (Reino Unido), ISM Middle

East (Dubái), PLMA Chicago (Estados Unidos) y Food Ingredients Europe en Francfort (Alemania).

Para 2025, se contempla la participación en Winter Fancy Food en Las Vegas

(Estados Unidos), Sirha Lyon (Francia), Supermarket Trade Show (Japón), Expo Antad, IFE London (Reino Unido), Saudi Foodshow (Arabia Saudí) Seoul Food &Hotel (Corea del Sur), SIAL China, Tutto

Food Milano (Italia) y Biofach (Alemania).

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación tiene entre sus objetivos la internacionalización del sector agroalimentario español, considerado un líder mundial gracias a la calidad y diversidad de sus productos y a la profesionalidad de sus operadores. La constante superación de récords en exportaciones agroalimentarias es un claro indicador de la solidez y competitividad de España en el ámbito internacional.

La Estrategia de Alimentos de España busca fortalecer la marca España y destacar su potencia en alimentación y gastronomía para generar una imagen positiva y reconocida a nivel global. La promoción en ferias internacionales es una acción clave para posicionar a España como un referente en calidad alimentaria y gastronómica y atraer así a visitantes y compradores internacionales.

Unica continúa su expansión con la incorporación de la histórica Surinver

La entrada de la cooperativa trae consigo el desembarco en V gama y la prolongación del ciclo de 12 meses en productos como el pimiento

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Unica suma a su equipo a la histórica Surinver, ubicada en Pilar de la Horadada (Alicante), que esta campaña ha cumplido sus 50 años de vida. La entrada de esta cooperativa supone la incorporación de nuevos productos hasta ahora inéditos en el catálogo de Unica, como maíz, apio verde, mini romana o radicchio.

Entre otros beneficios, esta integración permitirá completar el ciclo de producción de pimiento California, durante los 12 meses del año, entre otros. Unica es líder nacional en la producción de pimiento, con 100 millones de kilos, que se verán incrementados con la aportación de Surinver, donde el pimiento ocupa un lugar destacado dentro de su catálogo, superando los 16 millones de kilos, en su mayoría, variedad California.



Instalaciones de la cooperativa alicantina Surinver. / UNICA

Otra novedad significativa es la entrada en el segmento de V gama, que ayudará a revalo-

rizar la producción de Unica. Surinver dispone de una completa línea de soluciones 'ready

Surinver ayudará a la ampliación del catálogo de Unica con productos como maíz, apio verde, mini romana o radicchio

En la cooperativa alicantina el pimiento también ocupa un lugar destacado superando los 16 millones de kilos

to eat', compuesta por platos vegetales ya preparados y listos para consumir. Su oferta de V gama va desde tomate rallado a las tradicionales verduras asadas y, entre las novedades, ensaladas de quinoa, de legum-

bres o verduras caramelizadas. La división de ecológico, que representa más de un 30% de las ventas, dispone de referencias, tanto en V gama como en fresco.

Por su parte, Unica cerró la pasada campaña con 620 millones de euros de facturación. Este incremento se debe al crecimiento orgánico dentro de las cooperativas que conforman Unica y la aportación de Frutas Segura y García, de Níjar (Almería), que a finales de campaña se ha reincorporado a la enseña, y que viene a reforzar la línea de ecológico.

De cara a la presente campaña 2024/25, está previsto un crecimiento significativo en la cooperativa, gracias a la nueva incorporación de la entidad alicantina, así como al crecimiento orgánico de las cooperativas que ya forman parte del grupo. Con unos 200 socios, Surinver facturó 42 millones de euros durante la pasada campaña, con un volumen de 39 millones de kilos. De sus 950 hectáreas en producción, 234 hectáreas son de invernadero y 716 ha de cultivo al aire libre.

Esta operación refuerza la posición de Unica al ampliar su gama de productos y calendario, lo que le permite mejorar el servicio a los clientes y aumentar su diferenciación. Todo esto está orientado a incrementar la rentabilidad de los agricultores, que constituyen el pilar fundamental de la estrategia de la cooperativa.

Grupo Agroponiente cierra una excelente campaña alcanzando los 325 millones de kilos de comercialización

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Grupo Agroponiente ha cerrado ya oficialmente la campaña 2023/2024 y lo ha hecho con algunas de las mejores cifras de su historia. De hecho, la compañía que ya había crecido por encima del 7% en la campaña anterior (2022/2023), ha alcanzado en este nuevo período agrícola los 325 millones de kilos comercializados, acelerando el ritmo de crecimiento al 13% y apuntando a una campaña 24/25 que todo parece indicar mejorará ampliamente estas cifras hasta al menos un 15-20% de crecimiento esperado.

Al respecto, el CEO del Grupo Agroponiente, Imanol Almuñi, ha explicado que "la expansión y el crecimiento de la compañía está incluso superando nuestras previsiones, acelerándose los crecimientos mes a mes. El reto ahora es seguir creciendo de manera sostenible, ofreciendo un buen servicio a nuestros agricultores y clientes, en el objetivo de llegar a ser la empresa de referencia en el sur de Europa de producción y comercialización de Frutas y Hortalizas".

Para esta campaña entrante el Grupo ha aumentado un 50% sus metros de invernadero de

producción propia, ha aumentado en tres centros de recogida su red de aprovisionamiento, y ha arrancado con éxito el proyecto de relanzamiento de la antigua AgrupaAdra con una nueva subasta y centro de confección en esta localidad almeriense.

Por productos, destacan los 75 millones de kilos comercializados de tomate, que ha vuelto a ser el producto de referencia; así como los 62 de calabacín, 56 de pimiento, 48 de pepino, 50 de sandía, 22 de berenjena, 7 de melón y 3 millones de kilos de judía. Además de las cifras de negocio, la campaña ha sido



Con 75 millones de kilos comercializados, el tomate ha vuelto a ser el producto de referencia. / AGROPONIENTE

muy significativa en otros aspectos que se consideran capitales en la filosofía corporativa de la compañía. Así, la 23/24 ha sido la campaña definitiva en la implantación de la filosofía de 'agricultura consciente', que encarna un modelo de

producción, comercialización y organización basada en la convivencia con el medio ambiente y con el entorno. Ello ha supuesto unas reducciones importantes en cuanto a consumos de agua y de energía y a la huella de carbono, sentando las bases para convertir a Grupo Agroponiente en la primera compañía del sector en obtener la certificación B-Corp.

"Tenemos muy claro que se puede ser una empresa rentable, eficiente y en continuo crecimiento, respetando al máximo nuestro entorno y aplicando e implementando políticas de reducción de consumos en todos los sentidos, encaminadas a una máxima eficiencia. Nuestra 'agricultura consciente' está encaminada a ser un sello de identidad del sector y hemos empezado logrando que presida transversalmente todas las acciones y departamentos de la compañía, lo cual supone una enorme satisfacción para nosotros", asegura Imanol Almuñi.

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-FRUITS, POR EL PLAZO DE UN AÑO, HACIENDO EFECTIVO EL IMPORTE DE LA SUSCRIPCIÓN POR:

BANCO/CAJA: IBAN Nº

Firma

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

Desconecta del estrés,
conecta con la tranquilidad.

Consumo inteligente,
relajación asegurada.

Descubre más.



visítenos en el stand 3C28

smart consumption . cat system





AgroBank

8 Fruta de hueso

El calibre y el tiempo fresco en Europa determinan la temporada murciana

10 Limón

Ailimpo aprueba una extensión de norma con medidas clave

murcia fruits

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

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La producción regional de hortalizas y frutas se acerca a los 3,6 millones de toneladas y la facturación se sitúa, según campañas, en torno a los 3 mil millones anuales. / RF

Desafíos y futuro del agro murciano

La capacidad para adaptarse y abordar retos globales mantiene al sector hortofrutícola de la Región de Murcia como un modelo de referencia internacional

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

La Región de Murcia es un referente en la producción y exportación hortofrutícola en España. Este sector representa un porcentaje significativo del PIB regional, casi el 15%, y es una fuente vital de empleo debido a su alta intensidad en mano de obra. Además, el sector hortofrutícola de la región no se limita a la producción y exportación en fresco, sino que articula un entramado empresarial que abarca desde empresas dedica-

das a la producción de maquinaria o semillas hasta una sólida industria transformadora que se dedica a conservas, congelados y otros productos elaborados.

Sin dejar de ser una de las principales comunidades exportadoras y con una participación del 19% del total nacional, en los últimos años Murcia se ha enfrentado a diversos desafíos. Las incidencias climatológicas, las regulaciones agronómicas, fitosanitarias y medioambientales impuestas a nivel autonómico,

nacional y europeo, así como el incremento de los costes de producción y la pérdida de reciprocidad y competitividad frente a terceros países han condicionado el crecimiento del sector.

En 2023, las exportaciones de frutas y hortalizas alcanzaron las 2.162.979 toneladas, una disminución del 5,9% respecto al año anterior y un 17,2% si se compara con el volumen exportado de hace cinco años, cuando se alcanzaron las 2.610.862 toneladas.

A pesar de los desafíos, la Región de Murcia ha demostrado una notable capacidad de adaptación. El dinamismo, la constancia y la resiliencia son características clave de este sector sólido y competitivo. Así, en un contexto de permanente cambio y dificultades globales, el sector mira hacia el futuro dispuesto a adaptarse y consolidar, más aún, su posición líder el mercado hortofrutícola.

Más información en el reportaje de las págs. 2, 3 y 4.

Esta semana



6 Murcia tiende puentes con Asia abriendo nuevas vías de colaboración en el vasto continente oriental

9 Las cooperativas impulsan la gestión en común para frenar el abandono de tierras

10 El Gobierno murciano y Ailimpo trabajan en la mejora de la sanidad vegetal de los cítricos



11 El 90% de la uva de mesa sin semillas española se produce en Murcia

12 Proexport apuesta por la I+D+i en la lucha contra el desperdicio alimentario

13 La agroalimentación lidera los proyectos de I+D+i



14 La Región acoge una colección mundial de 400 variedades de melocotoneros para la investigación genética

Murcia lidera la producción española de plantones hortícolas

El SCRATS impulsa una campaña para mostrar el buen uso del agua

15 BIMÍ® patrocina los premios World Food Photography Awards

Asaja exige a la UE un plan de acción para "hacer frente" a las plagas y enfermedades que acechan a la citricultura española

16 Fruit Logística promueve en Murcia las oportunidades de agroexportación de la Región

La DOP Pera de Jumilla prevé recuperar las 20.000 toneladas de producción



La Región + Eco de Europa



La Región de Murcia es conocida como “la huerta de Europa”, ya que sus condiciones climáticas únicas permiten una producción agrícola que en el resto de Europa no se puede replicar en circunstancias normales. / G'S

Retos y oportunidades para un motor económico en constante evolución

La Región de Murcia es un referente en la producción y exportación hortofrutícola gracias a la capacidad de sus empresas para adaptarse a un entorno cambiante y afrontar los desafíos del mercado global

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

El sector agroalimentario en Murcia representa un porcentaje esencial en la configuración del PIB regional, llegando a suponer casi al 15% del total sumando la industria transformadora, y es una fuente clave de empleo, al ser intensivo en mano de obra. Además, el sector agrícola se articula con una importante red de industrias auxiliares: desde proveedores de semillas, maquinaria, fertilizantes... hasta empresas dedicadas al empaquetado y distribución. Aunque la mayor parte del producto final es fresco y de primera gama, existe también una sólida industria transformadora dedicada a conservas, congelados y otros productos elaborados. Este entramado convierte al sector en un motor esencial para la economía y el empleo regional, con un impacto que se hace notar más allá de las fronteras nacionales.

Sin embargo, el entorno cambiante, especialmente en los últimos años, hace que este motor económico se enfrente a importantes retos. En 2023, las exportaciones de frutas y hortalizas de la Región de Murcia alcanzaron las 2.162.979 toneladas, una cifra que, aunque significativa, representa una disminución de 134.314 toneladas (-5,9%) respecto al año anterior, según datos de Aduanas procesados por la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport). A pesar de esta reducción en volumen, el valor de las exportaciones aumentó un 5,5%, situándose en 3.085 millones de euros, reflejando en parte los incrementos en los costes de producción y comercialización.

Murcia mantiene su posición y figura entre las tres principales comunidades autónomas exportadoras de productos agro-



Para ofrecer una gran calidad en sus productos y un servicio inmejorable, las empresas del sector hortofrutícola controlan todo el proceso, desde la semilla hasta el cliente. / AGROMEDITERRÁNEA

alimentarios de España, representando el 19% del total nacional, sólo por detrás de Andalucía y la Comunidad Valenciana. Sin embargo, el volumen exportado en los últimos cinco años ha caído un 17,2%, pasando de 2.610.862 toneladas en 2019 a 2.162.979 toneladas en 2023, siguiendo una tendencia similar a la observada en el conjunto del país.

La actual coyuntura del sector hortofrutícola en la Región de Murcia y las causas que han llevado a esta situación abarcan desde las incidencias climatológicas que han afectado a los ciclos de producción en las últimas campañas hasta las estrictas regulaciones agronómicas, fitosanitarias y medioambientales impuestas a nivel autonómico, nacional y

européico, así como el incremento de los costes de producción y la pérdida de reciprocidad y competitividad frente a terceros países dentro de un complejo marco internacional.

Para comprender mejor estos desafíos y su impacto en el sector hortofrutícola, cuatro directores comerciales de empresas murcianas de referencia ofrecen su visión y su experiencia: Rafael Soto, de G's España; David Franco, de Grupo Hortofrutícola Paloma; Sebastián Aguilar, de Cricket; y Juan Alfonso Sánchez, de Agromediterránea. Sus testimonios detallan cómo el sector se está adaptando a este nuevo panorama y qué medidas son necesarias para garantizar su sostenibilidad y crecimiento en el futuro.

■ COMERCIO Y RETAIL

En un entorno en constante evolución, el sector hortofrutícola también ha vivido profundos cambios en su comercio y *retail* en los últimos años. Las exigencias crecientes de los consumidores, los conflictos geopolíticos que afectan a la logística y a la distribución, las nuevas restricciones legislativas y el incremento de los costes, entre otros, han llevado a las empresas hortofrutícolas de la Región de Murcia a una continua adaptación para mantenerse competitivas y eficientes.

Sebastián Aguilar, director comercial de Cricket, explica que “somos una empresa concebida para el *retail*”. Especializada en bráscicas, con la coliflor y el brócoli como los productos más demandados, Cricket “tiene una presencia significativa tanto en el mercado nacional como internacional. En otoño e invierno, el 75% de nuestra campaña se centra en el mercado internacional y el 25% restante en el nacional, mientras que en verano este porcentaje se invierte porque los países a los que nos dirigimos —países europeos— tienen su producción propia”. El éxito de esta combinación se debe a que han logrado “mantener una producción constante durante todo el año, lo cual es crucial, ya que los *retailers* españoles exigen un suministro continuo de 12 meses al año”.

En línea con las exigencias de los diferentes mercados, Aguilar añade que “cada mercado tiene sus particularidades, influenciadas por costumbres y preferencias locales, lo que requiere ajustes en la presentación y el tipo de producto”. Así, aunque tienen una fuerte presencia en Europa y en Emiratos Árabes, Aguilar reconoce que Asia es un mercado aún en fase de prospección.

Grupo Paloma también es una empresa “eminente exportadora. Comercializamos en el exterior un 95% de la producción, mayoritariamente en Reino Unido y Alemania. A nivel nacional, nuestra presencia es limitada debido a que no tenemos ciclos de producción de 12 meses que exige la gran distribución en España, un factor que limita nuestro desarrollo en el mercado nacional. Además, las innovaciones varietales y los nuevos productos se han diseñado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes internacionales, lo que a veces no se alinea con las demandas del mercado nacional”, explica David Franco, director comercial de la compañía. No obstante, en la estrategia comercial a corto y medio plazo se están considerando opciones para ampliar la presencia de ciertos productos, especialmente dentro de la categoría del tomate, en el mercado español.

Dada la vocación exportadora de las empresas hortofrutícolas de la Región de Murcia, el director comercial de Agromediterránea, Juan Alfonso Sánchez, resalta que tanto el *retail* nacional como internacional “reconoce a Murcia como una fuente importante de suministro invernal y que cumple con los estándares de calidad que otros países no siempre garantizan. Esto nos permite tener una relación directa con las principales cadenas de Francia y Alemania, siendo el mercado internacional el 40% de nuestras ventas”. Desde la compañía, que cultiva más de 35 variedades de vegetales, subrayan además que sus clientes aprecian especialmente poder disponer de productos frescos de la mejor calidad durante todo el año.

El director comercial de G's España, Rafael Soto, amplía la visión sobre el mercado europeo. “Actualmente, alrededor del 92% de nuestras ventas son exportaciones, con solo un 8% destinado al mercado nacional. Trabajamos con los principales supermercados de Europa, centrándonos en aquellos que lideran sus respectivos mercados y con los que alcanzamos relaciones de largo plazo y con compromiso por ambas partes”, explica.

En referencia a los requisitos y estándares de calidad exigidos por la gran distribución, Soto afirma que tratan de “ir siempre un paso por delante de lo que nos piden los clientes. En términos de certificación, hemos alcanzado el nivel más alto posible, y en cuanto a los plazos de entrega, no se nos puede exigir más. Trabajamos con un flujo tenso increíble que nos permite ser eficientes y rápidos”.

■ COSTES

En cuanto los costes y su impacto en las empresas hortofrutícolas y en la gran distribución, los incrementos en los últimos años han sido notables. La inflación generalizada y los aumentos en los precios de los insumos han llevado a una presión considerable sobre las empresas del sector hortofrutícola, que se han visto obligadas a ajustar sus precios para mantener su viabilidad económica. Ajustes que, inevitablemente, se han transmitido a la gran distribución y, en última instancia, al consumidor.

“El sector de la gran distribución ha tenido que aceptar el aumento de costes, que ha llevado inevitablemente a un ajuste en los precios de venta”, explica Soto. Por su parte, Franco comenta que “los productos hortofrutícolas son más caros que hace 4 o 5 años”. A estas alturas, está claro que los costes han subido en todas las partidas que afectan tanto a la producción como a la comercialización, sobre todo, “los logísticos y los que tienen que ver con el envasado y el *packaging*”, añade Franco.

Trasladando este aumento de costes a la parte del transporte de mercancías, el director comercial de Cricket expone también los problemas a la hora de exportar sus productos a los Emiratos Árabes, un gran nicho de mercado para esta compañía murciana. “El bloqueo y la amenaza de piratería a la hora de atravesar el Mar Rojo han complicado enormemente la logística, ya que el tránsito debe reali-



Ofrecer suministro durante los 12 meses del año es una exigencia del *retail* español. / CRICKET



La tecnología aplicada y la sostenibilidad del sector hortofrutícola coloca a las producciones murcianas en una posición destacada respecto a productos de otros orígenes. / GRUPO PALOMA

zarse a través del canal de Suez. Aunque exploramos alternativas, como rodear el cabo de Buena Esperanza, estas opciones resultaron inviables tanto en términos de tiempo como de coste”. Así, “nuestras exportaciones a los Emiratos se han visto resentidas, y hemos tenido que realizar ajustes estratégicos durante los meses previos a las diferentes campañas para redistribuir la producción y adaptarnos a la demanda prevista”, comenta.

■ CONSUMIDORES

A medida que los gustos y expectativas de los consumidores evolucionan, impulsados por factores como la creciente conciencia sobre la salud, la sostenibilidad, la comodidad y la calidad de los productos, las empresas deben adaptarse para satisfacer estas nuevas demandas.

Francisco destaca que, a pesar de un receso generalizado en

el consumo de frutas y verduras, hay una notable demanda creciente en el segmento de los *snacks*. Según él, “ahora mismo, la información que nos llega a través de los diferentes estudios de mercado a los que tenemos acceso y de los mismos *retailers* muestra que el consumo de frutas y verduras ha disminuido, pero el segmento de *snack* se mantiene o incluso crece. Por ello, estamos orientando nuestro trabajo hacia tomates pequeños tipo *snack*”.

Además, Franco observa que, a pesar de la crisis económica y el aumento de costes, el segmento medio-alto sigue demandando productos de alta calidad. “Ese segmento sigue creciendo y los consumidores continúan buscando tomates con gran calidad y sabor, más allá del precio. Y ahí es donde estamos dirigiendo nuestros esfuerzos”, añade.

Soto coincide en esta tendencia hacia productos de conveniencia y el *snacking*, y explica cómo G's España está respondiendo a esta demanda. “Hacemos apio en *stick pack*, una forma de facilitar el consumo para el cliente final. Esta línea, que inicialmente estaba más centrada en el mercado inglés, está expandiéndose a otros países de Europa Occidental, adaptándose al aumento en el consumo de productos saludables”. El director comercial de G's España también destaca el crecimiento en la demanda de productos bio. “Desde 2007 hacemos producción biológica y, a pesar de la incertidumbre

en los últimos años, esta línea se ha ido consolidando poco a poco. Actualmente, alrededor del 10% de nuestra facturación en España proviene de esta gama”, señala. Además, menciona que los consumidores están buscando cada vez más formatos pequeños debido a la disminución del tamaño de los hogares.

Aguilar explica que los productos más demandados de Cricket son el brócoli y la coliflor y que, ante la demanda de comodidad por parte de los consumidores, han creado “un suministro de floretas de brócoli y coliflor para facilitar su consumo. Tan fácil como lavar y cocinar”. Pero son dos las tendencias que sorprenden al director comercial de Cricket. Por un lado, la creciente demanda de alcachofas frescas, tanto en el mercado nacional como internacional. “Son un producto que, por su condición, son difíciles de trabajar en casa, pero su demanda ha ido en aumento”, explica. La otra tendencia, el aprovechamiento del producto entero. “Es una moda que se ha extendido entre los más jóvenes. En el caso del brócoli, no sólo

consumen las floretas, sino que también aprovechan el tallo”.

Si bien los datos sobre el consumo de frutas y hortalizas muestra un retroceso a nivel general, existen ciertas tendencias que parecen capaces de impulsar, de nuevo, su crecimiento. Conceptos como la conveniencia, comodidad y sostenibilidad se alzan como las nuevas preferencias de los consumidores. Demandas que las empresas hortofrutícolas buscan satisfacer para mantenerse competitivas en un entorno de constante evolución.

■ COMPETENCIA

En un mundo global e interconectado, la competencia hortofrutícola de otros orígenes se ha convertido en un reto importante. De hecho, la falta de coherencia entre la política agraria y la política comercial, que está llevando a los productores comunitarios a situaciones de desventaja competitiva frente a países terceros, ha sido, precisamente, uno de los principales reclamos durante las últimas protestas agrarias que han tenido lugar en España, Países Bajos, Alemania o Francia.

En el caso de las brásicas, Aguilar comenta que Italia es el principal competidor; mientras Francia destaca en coliflor. En cuanto a países terceros, como los de norte de África, están emergiendo, pero “todavía no son una competencia fuerte”, explica. “De momento, estos orígenes se centran en mercados que para nosotros son lejanos, pero para ellos son destinos de cercanía”. Aguilar no se muestra preocupado, y explica que “para las verduras que se exportan a larga distancia lo más importante es no romper la cadena de frío además de mantener un riguroso tratamiento postcosecha de frío y humedad para garantizar una vida útil larga del producto”.

En cuanto a la competencia para la lechuga murciana, el director comercial de G's menciona a Italia y el sur de Francia como competidores potenciales dentro de la Unión Europea, por la similitud de condiciones climáticas, pero a nivel de volumen, se centran más en sus mercados nacionales y no suponen una competencia fuerte para la exportación murciana. En cuanto a países terceros, “siempre genera algo de incertidumbre las grandes inversiones que se están haciendo en los países del norte de África, con Egipto como un competidor potencial... pero de momento es algo incipiente”, explica Soto. También menciona que “la lechuga tiene una vida útil más corta y, aunque desde la Región de Murcia hemos exportado contenedores a Canadá y Oriente Medio, se nota que cada día que pasa afecta a la frescura del producto”, argumenta.

El tomate sí es un producto que debe hacer frente a una competencia más fuerte. Franco reconoce que “los principales productores de tomate están perfectamente identificados”, y cualquier país con acceso logístico a Europa es un competidor. “Marruecos produce tomates de manera muy importante, al igual que los Países Bajos en invierno, además de otros países que están desarrollando sus producciones tanto en verano como en invierno”, comenta. No obstante, Franco destaca que “todavía hay margen de especialización” para España en el mercado del tomate, especialmente en segmentos de alta calidad. “Estamos trabajando en la categoría del tomate dentro del segmento medio-alto de las tiendas, con especialidades que transmiten valores como calidad, sabor, sostenibilidad y seguridad alimentaria”, explica.

Finalmente, y en línea con los otros testimonios, el director comercial de Agromediterránea enfatiza que los países del norte de África son los principales competidores de las producciones y exportaciones murcianas. Sin embargo, también subraya que, a pesar de estas dificultades, las empresas continúan adaptándose y especializándose para fortalecer su posicionamiento en el mercado global, destacan-

(Pasa a la página siguiente)

“Retos y oportunidades...”

(Viene de la página anterior)

do por la calidad, el sabor, la sostenibilidad y la seguridad de sus productos como su principal ventaja competitiva.

■ CAMBIO CLIMÁTICO

A nivel agronómico, el sector hortofrutícola de la Región de Murcia se enfrenta a una serie de desafíos que ponen a prueba su capacidad de adaptación y resistencia. Entre ellos, el cambio climático se alza como un factor determinante y que impacta, directamente, en la producción. Según Soto, “cada vez más, el tiempo hace menos lo que se espera que haga. Por ejemplo, una variedad de lechuga que debería crecer en otoño, bajo un clima fresco, puede verse afectada si las temperaturas otoñales son más propias de un verano. Esto no sólo altera los ciclos de producción, sino que también genera problemas de calidad y reducción de la producción comercializable”.

Para hacer frente a condiciones climáticas cada vez más extremas, Sánchez destaca la colaboración entre las empresas murcianas y las casas de semillas para desarrollar variedades más resilientes a los cambios del clima. En esta misma línea, el director comercial de Cricket subraya la importancia de la gestión eficiente de las fincas ante la imprevisibilidad climática. “Este invierno, con temperaturas de hasta 25 grados en enero y febrero, la producción de brásicas se ha adelantado”, explica, “nos hemos visto obligados a adaptarnos rápidamente y ajustar nuestra estrategia comercial a las nuevas condiciones”. Según Aguilar, la clave está en la capacidad de gestión y en contar con un equipo y un portfolio comercial lo suficientemente sólidos para vender esos productos en un mercado cambiante.

El director comercial de Grupo Paloma, por su parte, también pone énfasis en que la adaptación al cambio climático es uno de los grandes retos a medio y largo plazo para la agricultura. En el caso concreto de Grupo Paloma, que cultiva en invernaderos para tomates y utiliza estructuras de malla para frutas de hueso, granada y uva, la empresa ha invertido considerablemente en ajustar sus estructuras de cultivo a las variaciones climáticas de los últimos años. “Estamos transformando nuestros invernaderos convencionales en invernaderos multi-túneles de alta tecnología. El objetivo agronómico es ofrecer un mayor margen de adaptación para controlar el clima dentro del invernadero”, explica Franco. Estas estructuras de invernadero de última generación están equipadas con herramientas tecnológicas que permiten controlar parámetros como el clima, la humedad y la luz para “garantizar la calidad del producto dentro del calendario y las especificaciones comerciales exigidas en los mercados actuales”.

■ AGUA

El agua es otro gran desafío para el sector agrícola. Murcia, ubicada en la zona más árida de España, con los niveles más bajos de agua embalsada y precipitaciones en la península, consume sólo el 3% del agua del país, pero concentra el 25% de la exportación nacional de frutas y verduras. No obstante, son muchas las voces que consideran que no se están tomando las medidas adecuadas para garantizar su continuidad. Así, Sánchez reclama “una mejora en la distribución nacional del agua para garantizar el suministro” y Soto destaca que, en lugar de buscar soluciones conjuntas, a menudo se percibe una falta de apoyo político que pone en riesgo este recurso vital para la agricultura murciana”.

Por su parte, el director comercial de Cricket enfatiza en la buena gestión de los recursos hídricos que realiza el sector hortofrutícola murciano y señala cómo las fincas aprovechan —y muchas de ellas, reutilizan— cada gota de agua para poder afrontar las próximas campañas.



En G's el capital humano es vital a la hora de asegurar un futuro sólido para el sector. / G'S ESPAÑA

■ NORMATIVA

La estricta normativa europea en materia de uso de fitosanitarios, prácticas agrícolas sostenibles y legislación añaden un nivel más de complejidad al sector. El director comercial de G's España expresa su preocupación ante la “cada vez mayor carga legislativa, más normas, más restricciones en cuanto al uso de productos que podemos utilizar en caso de plagas o enfermedades... En definitiva, más retos”. Por su parte, Franco también critica el enfoque legislativo en el caso de los fitosanitarios, y añade que “a menudo, la legislación se elabora desde un punto de vista político y otros intereses, sin considerar adecuadamente la opinión de los expertos agronómicos sobre las verdaderas necesidades agroalimentarias”.

No obstante, el director comercial de Grupo Paloma observa que, aunque las normas son estrictas, también proporcionan una oportunidad para posicionar la producción murciana como líder en sostenibilidad y calidad. “Las normas y protocolos relacionados con calidad, sostenibilidad o medioambiente no deben convertirse en un obstáculo siempre que se basen en criterios agronómicos coherentes, ya que establecen la dirección hacia dónde se debe dirigir Europa, los consumidores y nuestro mercado. Buscan una mayor sostenibilidad, productos más sanos y naturales, y un menor impacto ambiental. Esto, en última instancia, beneficia a la producción murciana, colocándola en una posición destacada respecto a productos de otros orígenes que vienen a Europa. Nos permite diferenciarnos de aquellos que no cumplen con estos estándares de especialización”, argumenta.

En este sentido, Aguilar añade que “las normativas, a pesar de incidir en los costes, también nos permiten producir de una forma más sostenible, como, por ejemplo, con proyectos encaminados a respetar el medio en el que se encuentran nuestras plantaciones y fomentando la biodiversidad del mismo. Proyectos que estamos llevando a cabo en colaboración universitarias y centros de investigación”.

■ MANO DE OBRA Y RELEVO

La falta de mano de obra y el relevo generacional son dos problemas que han ido escalando posiciones hasta situarse en el mismo nivel que el cambio climático o la reducción de fitosanitarios y suponen un desafío significativo para el sector. Pero el problema no es sólo la falta de trabajadores, sino también su alto coste. “En los últimos cinco años, el coste de la mano de obra se ha incrementado en más de un 50%”, explica Soto, quien lamenta que “cada vez

es más caro y hay menos disponibilidad de personal para llevar a cabo las tareas agrícolas”.

Según Franco, “el sector debe reubicar las necesidades que tiene de mano de obra ya que el margen de crecimiento actual, dependiendo de la disponibilidad de trabajadores, no es el mismo que hace que 15 o 20 años, cuando había una cantidad de mano de obra ingente. Hoy, por el contrario, es un factor limitante”.

A pesar de las dificultades que presenta la gestión de la mano de obra, existen estrategias que garantizan las mejores condiciones para los trabajadores del campo. “En nuestro caso, contamos con una plantilla en un 95% de trabajadores fijos discontinuos con una tasa de rotación muy baja”, empieza explicando el director comercial de Grupo Paloma. “Nuestra estructura de producción, con tomates en invierno, fruta de hueso en primavera, uva en verano y granadas en otoño, busca mantener un nivel de actividad constante durante todo el año. De este modo, evitamos parones que podrían afectar la continuidad del trabajo. Esta estructura nos ha permitido

estabilizar tanto la actividad de la empresa como la del personal. Así tratamos de manejar de manera efectiva los problemas actuales con la mano de obra”, concluye. Por su parte, Soto añade una perspectiva sobre el cambio generacional y la concentración del sector. “La falta de relevo generacional es un gran problema. Los datos de hace cinco años revelaban que de cada seis agricultores que se jubilaba, sólo entraba uno nuevo, y ahora, el ratio será incluso menor. Este problema se suma a los otros muchos desafíos a los que nos enfrentamos”. Es por ello que, según Soto, “los pequeños agricultores lo tienen muy difícil a menos que estén integrados en una asociación, cooperativa o SAT mayor. La concentración del sector es evidente, y más aún con el interés que ha despertado durante los últimos años el sector agrícola para el capital de riesgo que compra empresas y las integra en grupos mayores. Es crucial que los agricultores se unan en entidades mayores para ganar fuerza, estar bien defendidos, asesorados y mantenerse al día con los cambios del sector”.

Frente a estos desafíos, el director comercial de G's España subraya que su empresa sigue una estrategia diferente. “Somos una empresa familiar con más de 70 años de historia, dirigida por la tercera generación y con una gran vocación de permanencia. Continuamos invirtiendo en el sector y facilitando la integración de agricultores locales en nuestra SAT. Nuestro objetivo es que estos agricultores compartan nuestro proyecto, participen

en nuestro programa de cultivo y comercialización, y se sientan parte de nuestra familia, asegurando así una colaboración mutua y fortaleciendo nuestro proyecto conjunto”, expone.

■ FUTURO

“Murcia ha sido, es y seguirá siendo un referente en la producción y exportación hortofrutícola a nivel nacional e internacional”, clama Sánchez. En un contexto de constante cambio y desafíos globales, el sector mira hacia el futuro dispuesto a adaptarse y consolidar, más aún, su posición líder el mercado hortofrutícola. “No hay secretos más allá de seguir trabajando y adaptándonos a las situaciones, siendo expertos en nuestros productos, controlando todo el proceso desde la semilla hasta el cliente, respetando el medioambiente y contribuyendo a la economía local”, explica el director comercial de Agromediterránea.

Para Franco, “Murcia, en cuanto a producción, no está en una época de crecimiento. Hace 20 años, año tras año, se crecía en superficie y en volumen, pero las empresas han consolidado sus posiciones después de esa fase inicial de expansión”. Franco cree que, tras un periodo de estabilización, “muchas empresas han alcanzado un gran nivel de profesionalización, con mejoras en equipos, experiencia y desarrollo agronómico. A partir de aquí, nuestro enfoque es centrarnos en las áreas donde ya estamos presentes. Tenemos una línea de trabajo y un camino trazado, y seguimos encontrando el respaldo de nuestros clientes para nuevos proyectos. Todavía hay margen para crecer dentro del continente europeo”. El director comercial de Grupo Paloma especifica que, durante los últimos años, “el crecimiento no ha sido en volumen, sino en una mejora cualitativa de las empresas que se ha traducido en mejores productos, pero también en más fiabilidad, en más transparencia, en una mejora de procesos, en una aportación del factor humano que quizá antes no estaba, con una mejor formación entre las distintas plantillas y los distintos niveles de trabajadores de la empresa... y todo eso hace que la Región de Murcia, hoy, tenga una posición muy fuerte en los mercados europeos”.

Aguilar resalta la posición de la región y su capacidad de adaptación a los cambios y desafíos. “Murcia es un referente y así va a seguir siendo. Tenemos que crecer adaptándonos a las circunstancias, mejorando procesos y optimizando el aprovechamiento hídrico para combatir el cambio climático. Con estas estrategias, la Región de Murcia continuará siendo un líder en la producción de frutas y verduras”, enfatiza.

Por su parte, el director comercial de G's ensalza la importancia del capital humano para asegurar un futuro sólido para el sector. “Una de las claves para que una empresa tenga futuro es pensar siempre en el largo plazo y cuidar tus recursos. Y uno de los recursos fundamentales es el capital humano”. Siendo la primera empresa a nivel mundial con más de 1.000 trabajadores en recibir el certificado “Great Place To Work”, Soto destaca cómo el cuidado por el personal, las condiciones laborales, la inversión en formación, proyección y promoción son claves para la viabilidad de una empresa a largo plazo.

En definitiva, aunque en el sector agrícola actual los retos y amenazas se presentan como algo novedoso, la agricultura siempre ha tenido que enfrentarse a dificultades, desafíos y a la competencia procedente del exterior. Y siempre ha sabido adaptarse. La Región de Murcia es un claro ejemplo de esta resiliencia. A través de un proceso constante de adaptación y un trabajo excepcional, este crecimiento no sólo se refleja en la calidad de sus productos, sino también en la profesionalidad de sus empresas. Murcia ha alcanzado un nivel de madurez empresarial que augura un futuro prometedor, consolidándose como referente en la producción y exportación hortofrutícolas.

La Región + Eco de Europa



Región de Murcia

Murcia tiende puentes con Asia

Una importante delegación de empresas murcianas participa en Asia Fruit Logistica



Numerosas empresas de la Región de Murcia, con el apoyo institucional de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, participaron en la feria. / CARM

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

La feria celebrada en Hong Kong entre el 4 y el 6 de septiembre contó con una numerosa participación de empresas de la Región de Murcia en una expedición en la que la delegación murciana contó con el apoyo institucional de la consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira. “Llegamos a Hong Kong para mostrar a los compradores del mercado asiático el potencial de nuestro sector agroalimentario, especialmente de las frutas y hortalizas que producimos, que, por su excelente sabor y propiedades, se convierten en una gran oportunidad para el importador asiático”, explicó la consejera al llegar a esta región administrativa especial.

La exportación española de frutas y hortalizas frescas a Asia es limitada, ascendiendo sólo a 62.564 toneladas en 2023, por un valor de 120,7 millones de euros, siendo la naranja, con 17.158 toneladas la más exportada y destacando también el kaki, con 6.421 toneladas, la pera, con 5.645 toneladas, la manzana, con 4.636 toneladas y la ciruela con 4.249 toneladas. Estas cifras dejan patente el importante potencial del mercado asiático y es por esto que las empresas hortofrutícolas murcianas se volcaron en la edición de Asia Fruit Logistica 2024. Un dato destacable es que las exportaciones a Asia de productos españoles de alimentación alcanzaron en 2023 los 600 millones de euros siendo la Región la tercera provincia española con mayor volumen de ventas. En total, las diez empresas y organizaciones presentes en la feria hongkonesa (Moyca, Hortiberia, Hispagroup, Distinet, Frutas Torero, Itum, Rosmar, AMC Fresh, así como Fecoam y Apoexpa) ocuparon más de 90 metros cuadrados. Entre los productos representados en la feria destacan la uva de mesa, melón, kaki, cereza, cítricos, así como hortalizas como lechuga, apio y brócoli.

■ FECOAM EN LA FERIA

La Federación de Cooperativas

La exportación española de frutas y hortalizas frescas a Asia es limitada, ascendiendo sólo a 62.564 toneladas en 2023, por un valor de 120,7 millones de euros, siendo la naranja, con 17.158 toneladas la más exportada

Agrarias de Murcia (Fecoam) estuvo presente un año más en Asia Fruit Logistica con stand propio junto con el coexpositor M.E Rosmar. “Asia Fruit Logistica 2024 supone un nuevo impulso para la expansión y consolidación de los productos cooperativos en el mercado asiático, potenciando la exportación y la comercialización, ampliando la red de contactos y consolidando los existentes”, señalan desde Fecoam.

Para las cooperativas agroalimentarias de la Región de Murcia, Asia Fruit Logistica

“cubre toda la cadena de valor de la industria de productos frescos y sus empresas de soporte de servicios, así como los productos e ideas más recientes e innovadoras”.

Asimismo, supone “una oportunidad totalmente única para desarrollar nuevos negocios, hacer nuevos contactos de alto nivel y recopilar información de mercado esencial sobre todos los aspectos del comercio de productos frescos en toda la región asiática”, destacan en la Federación de Cooperativas de Murcia (Fecoam).

■ HONG KONG

Centrándonos en el comercio con el territorio autónomo de Hong Kong, la Región de Murcia fue la tercera provincia y quinta comunidad autónoma que más productos de alimentación exportó el pasado año, cuando los envíos se incrementaron un 20% y alcanzaron un valor de 10 millones de euros, representando el 9% de las ventas nacionales. Entre los productos que despiertan más interés en Hong Kong destacan los productos cárnicos, los azúcares y chicles, las frutas, los zumos y las conservas de verdura.

La consejera mantuvo un encuentro de trabajo con el secretario de Comercio y Desarrollo de la región asiática, Algernon Yau, que sirvió para intercambiar información sobre las necesidades comerciales de un área que congrega a más de 7 millones

y medio de habitantes. “Para el Gobierno regional es muy importante ampliar las relaciones comerciales con países y regiones del mercado asiático, dado el potencial que supone para nuestras exportaciones agroalimentarias, por lo que estos encuentros son de gran utilidad para que nuestras empresas puedan contar con las mayores facilidades posibles y las herramientas para resolver las trabas que a menudo se encuentran debido a las diferencias de funcionamiento entre los países de Europa y Asia”, explicó Rubira.

La consejera añadió que “es fundamental que en Hong Kong puedan conocer cómo producimos, los controles que superan nuestras industrias y explotaciones, las exigencias sanitarias y medioambientales de nuestro país y la excelente calidad de nuestros productos, para que, de manera progresiva, continúen mejorando las cifras de ventas”.

Tras mantener una reunión con el director general de la Cámara de Comercio de España en Hong Kong, David Romero, el Gobierno regional ofreció a la Cámara de Comercio de España en Hong Kong la organización de una misión comercial compuesta por empresarios asiáticos que visite la Región de Murcia el próximo año con el objetivo de “mostrarles sobre el terreno lo que cultivamos, cómo lo hacemos y la calidad de nuestros productos”, como anunció Rubira, quien destacó que “al igual que nuestros productores y exportadores están teniendo la oportunidad estos días de mantener encuentros con empresarios locales interesados en nuestros productos es fundamental que vengan a la Región de Murcia”. La Cámara de Comercio de Hong Kong mantiene una base de datos que supera los 3.500 contactos.

■ BALANCE

Desde el Instituto de Fomento de la Región de Murcia (Info), presente en la expedición, se estima que las empresas de la Región de Murcia celebraron en torno a 250 reuniones comerciales con empresarios asiáticos o llegados de otros continentes.

El Gobierno regional hace un balance positivo de la participación en la feria Asia Fruit Logistica de la delegación de la Región de Murcia que ha estado estos días en Hong Kong. La consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira aseguró a su llegada a España, junto al resto de la delegación regional, que los “exportadores han podido mostrar a los importadores de Hong Kong, pero también de países como China, Tailandia, Vietnam, Singapur, o de otras partes del mundo, lo que producimos y las magníficas calidades de las frutas y hortalizas una vez que llegan a su lugar de destino”.

“Ponemos el broche a una semana muy intensa que esperamos que se traduzca también en resultados muy positivos para nuestros productores, que llevan el nombre de la Región de Murcia por todo el mundo con orgullo y con el esfuerzo de su trabajo diario”, concluyó Sara Rubira.

Contactos para exportar uva de mesa a Corea del Sur

Murcia está iniciando los contactos para firmar un protocolo que permita exportar uva de mesa de la Región a Corea del Sur. Así lo avanzó la consejera de Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, tras visitar el 5 de septiembre, junto a la delegación comercial de la comunidad, un supermercado local en Hong Kong para conocer las demandas de sus consumidores y la aceptación que los productos murcianos tienen en los hogares asiáticos.

En concreto, la visita se realizó a un supermercado de la cadena Wellcome, que cuenta con más de 280 establecimientos en Hong Kong y atiende a más de 13 millones de clientes cada mes.

“Es un orgullo ver en los lineales de los supermercados de Hong Kong, a más de 10.000 kilómetros de España, productos de la Región de Murcia que mantienen su sabor, su textura y su máxima calidad, como es el caso de la uva de mesa”, reconoció durante el recorrido la consejera. La titular de Agricultura añadió que “se puede apreciar cómo cada vez son más los clientes que comprueban en el etiquetado la procedencia para escogerlos”. Allí anunció que están trabajando “para iniciar los protoco-

los que nos permitirán exportar uva de mesa por primera vez a Corea del Sur, un nuevo mercado para esta fruta tan demandada por su calidad y su sabor, referente a nivel mundial gracias al desarrollo de nuevas variedades y a la permanente investigación que desde el Imida se lleva a cabo”.

La visita se produjo junto al importador de fruta y verdura Freco, proveedor de productos frescos que ofrece servicios de abastecimiento y comercialización en Hong Kong y que, actualmente, importa uva de mesa de la Región de Murcia.

La consejera añadió que “Hong Kong debe ser la puerta de entrada de los productos frescos de la Región de Murcia en Asia por su situación, por su relación con el resto de países y por las buenas relaciones comerciales existentes”.

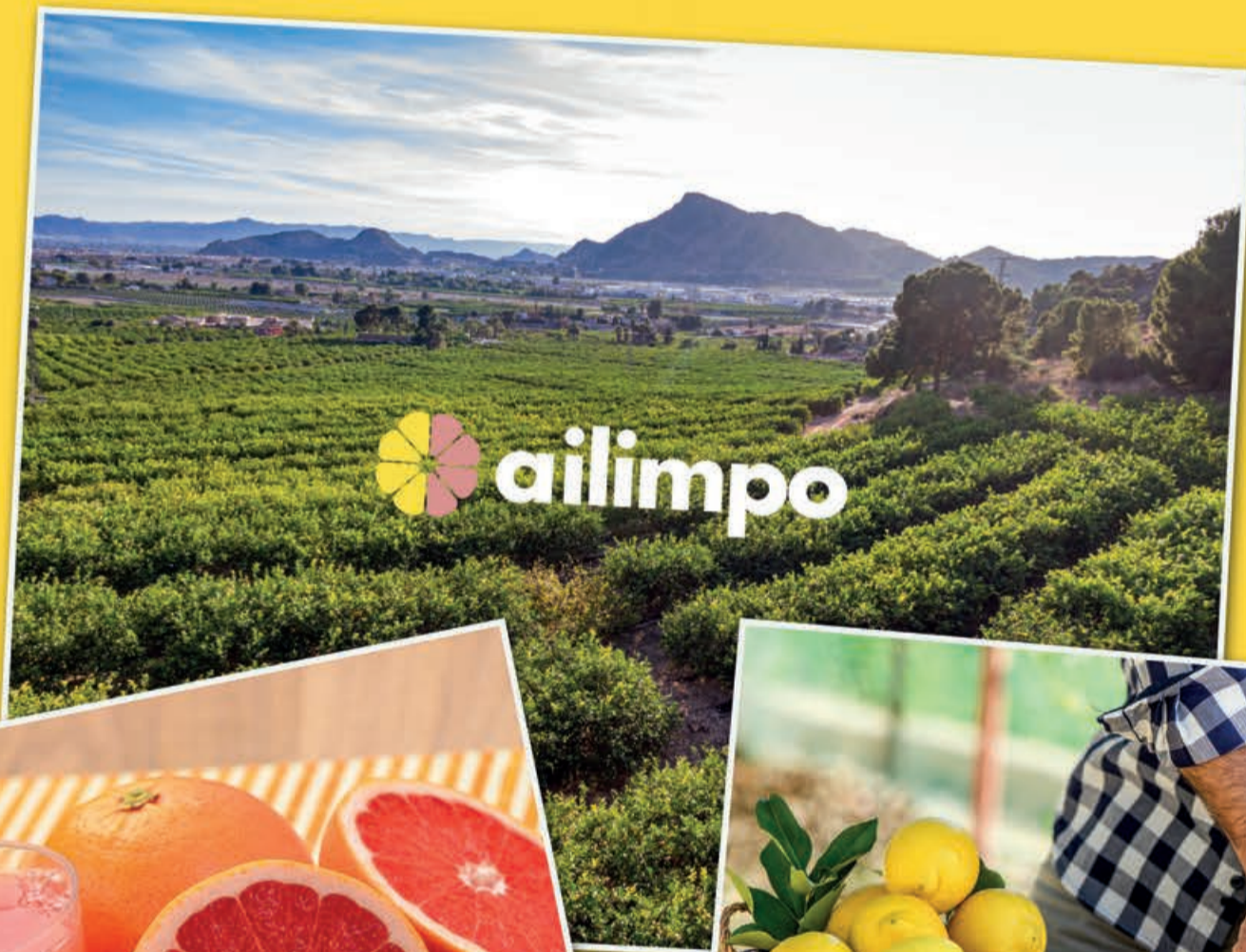
“El encuentro ha servido para reforzar las relaciones comerciales de la empresa Freco con los exportadores de la Región de Murcia, fundamental para el comercio en el mercado asiático dado que cuenta con extensiones en China, Singapur o Tailandia, lo que supone más oportunidades para nuestros productos en el continente asiático”, concluyó Sara Rubira. ■



ailimpo

Asociación
Interprofesional de
Limón y Pomelo

VISÍTENOS EN EL **STAND 7B00** Y DESCUBRE
DE PRIMERA MANO LA NUEVA IMAGEN DEL
LIMÓN Y POMELO DE ESPAÑA



fruit
attraction

8 - 10 OCT 2024

El calibre y una primavera húmeda y fría en Europa determinan la temporada de fruta de hueso murciana

Santiago Vázquez, director de La Vega de Cieza SCA y delegado por Fecoam en el observatorio de Mercado de la Dirección General de Agricultura de UE, analiza el desarrollo de la campaña que ha dejado un sabor agrídulce

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

La Región de Murcia ha prácticamente concluido su campaña 2024 de fruta de hueso con un sabor agrídulce. Aunque los resultados finales aún no se han concretado, Santiago Vázquez, director de La Vega de Cieza SCA, evalúa la temporada sin demasiado optimismo, puesto que las expectativas iniciales no se cumplieron plenamente. “La temporada no ha sido todo lo buena que esperábamos, aunque hemos conseguido salir adelante a pesar de las adversidades”.

A nivel de cosecha, Murcia presentaba en los meses de primavera una producción más precoz que en 2023 debido a la climatología del invierno. “Este año ha sido más difícil alcanzar calibres máximos debido a la sequía y el retraso en la floración. En gran parte de la cosecha murciana han predominado los calibres medios”. Vázquez destaca así mismo que las explotaciones han tenido más gastos y costes para obtener una fruta adecuada para los mercados, “al tener que regar y fertilizar mucho más que en una campaña normal puesto que no ha llovido nada durante la primavera”. El representante de Fecoam confirma que esta ha sido “la tónica general en todas las producciones de fruta de hueso de Murcia”.

■ EN EL MERCADO

La comercialización de la oferta murciana de fruta de hueso, la más temprana y a principio de campaña con una clara orientación a la exportación, ha sido “fluida” para los productos que han escaseado, como “el caso del albaricoque”, precisa Santiago Vázquez. A raíz de las tormentas de lluvia y granizo caídas a mediados de junio, se perdió una cantidad importante de albaricoque, pero también de otras frutas de hueso cultivadas en la región sobre todo en el Altiplano y Cieza, esta última la más potente en volumen y variedad en la Región de Murcia. A partir de esa semana, “hubo más fluidez en el mercado, precisamente por la escasez de mercancía, lo que hizo que la caída de precios que se estaba dando la primera de junio se paralizara y el mercado se estabilizara”.

Tal como apunta el director de La Vega de Cieza SCA, este año “todas las zonas nacionales presentaban producciones completas en la mayoría de las categorías, a excepción del albaricoque y la ciruela, que ha faltado especialmente en Extremadura”. Cuando a finales de mayo y principios de junio confluyeron las diferentes zonas con calibres



La comercialización de la fruta de hueso murciana, la más temprana y a principio de campaña con una clara orientación a la exportación, ha sido “fluida” para los productos que han escaseado, como el caso del albaricoque. / N RODRIGUEZ

parecidos, también por efecto de la sequía, “los supermercados empezaron a bajar sus precios”. En este punto, Vázquez lamenta que “la falta de calibre y oferta de demasiados operadores poco concentrados ha sido la razón de que los precios no hayan sido tan altos y Murcia no haya cerrado una campaña plenamente satisfactoria”. La presión de la oferta sobre los supermercados, los clientes que tradicionalmente compran los calibres medianos, fue más fuerte a partir de finales de mayo, coincidiendo con uno de los picos de producción de Murcia y la llegada de las primeras frutas de otras zonas también con problemas de calibre, “con la consecuente caída de precios”, recuerda Vázquez.

“La falta de calibre y oferta de demasiados operadores poco concentrados ha sido la razón de que los precios no hayan sido tan altos y Murcia no haya cerrado una campaña plenamente satisfactoria”

El hecho de que la distribución europea haya empezado a incorporar fruta de hueso desde abril supone “un paso adelante muy importante para la oferta murciana”

Después del temporal de granizo que afectó especialmente a la Región de Murcia, “se perdió una parte importante de la oferta murciana en pleno pico de producción, lo que supuso menos

presión sobre los mercados y, con ello, precios medios más estables”.

■ CONSUMO

El consumo de fruta de hueso

depende mucho del clima, tanto en España como en el resto de Europa. Este año, la temperatura media exterior ha sido ligeramente más baja que la campaña anterior. El tiempo ha sido más húmedo y frío, lo que ha derivado en un menor consumo de fruta de hueso. Así lo confirma Vázquez al señalar que “durante mayo de 2024 la demanda ha sido menor respecto al mismo mes del año pasado”.

Pero no todo han sido sombras: el hecho de que la distribución europea haya empezado a incorporar fruta de hueso desde abril supone “un paso adelante muy importante para la oferta murciana”. En cuanto a cómo se han combinado estos dos aspectos, el director de La Vega de Cieza SCA explica que, “si bien el consumidor se ha mostrado menos dispuesto a consumir fruta de hueso debido a la falta de calor, nuestras frutas han llegado a los lineales europeos con una calidad excepcional, con grados Brix históricos de entre 10 y 11 grados, algo nunca visto en el mes de abril, precisamente por la falta de lluvia y las altas temperaturas; y esto ha ayudado a que esa menor intención de consumo por el clima se haya compensado con un mayor consumo por calidad y sabor”.

■ ‘BUENAS HASTA EL HUESO’

La campaña nacional de consumo ‘Buenas hasta el hueso’, lanzada en redes sociales en 2023, sigue creciendo en número de seguidores, con publicaciones de alcance a más de un millón de cuentas. Si bien la fruta de hueso de Murcia tiene su mercado fuera del país, Santiago Vázquez explica que “Fecoam, como federación de las cooperativas murcianas, promueve e invierte junto al resto de federaciones de cooperativas en esta iniciativa con el fin de recuperar el consumo de fruta de hueso, ya que su tendencia es decreciente tanto en España como en el resto de países europeos, y al final; los mercados son vasos comunicantes y un aumento de demanda en España acaba beneficiando al comportamiento del resto de los mercados”. Sobre su impacto en el consumo, tras dos años de campaña de promoción en redes, Vázquez admite que todavía no es suficiente para revertir la tendencia porque “es una única herramienta de marketing enfocada a un público objetivo que se encuentra en redes sociales, pero que sin lugar a dudas y teniendo en cuenta su escala contribuye a la recuperación del consumo y lo hará cada vez más en cuanto siga aumentando el número de seguidores”.

Campaña 2025

Una vez concluida la campaña 2024, mientras se analizan las cifras y se realiza el balance general, el sector tiene la mente puesta en la nueva campaña. El director de La Vega de Cieza SCA comenta que “aún está todo por planificar”, y a ocho meses vista, “es muy complicado prever el desarrollo de la campaña 2025”. No obstante, Vázquez destaca que el sector tiene interiorizado que la competitividad en calidad es fundamental. “Tenemos que seguir haciendo lo que sabemos hacer y estar preparados en la medida de lo posible para cualquier imprevisto durante la campaña”, es decir, ser lo más efectivos y proactivos posible, teniendo en cuenta la idiosincrasia de la fruta de hueso y lo que ello implica. La clave del éxito para las empresas cooperativas es “tener un buen producto con un buen rendimiento para el productor y con la máxima calidad posible para disponer de las mejores salidas comerciales en el mercado”. Y esto es lo que marca “la dinámica de las cooperativas murcianas: no escatimar esfuerzos en calidad y competitividad”, concluye Santiago Vázquez. ■



Las explotaciones murcianas han tenido más gastos y costes al tener que regar y fertilizar por la falta de lluvias en primavera. / ARCHIVO



Este año ha sido más difícil alcanzar calibres máximos en prácticamente todas las categorías de frutas de hueso debido a la sequía y el retraso en la floración. / NR

Las cooperativas impulsan la gestión en común para frenar el abandono de tierras

El proyecto desarrollado por Fecoam pretende frenar la pérdida de rentabilidad y la falta de relevo generacional

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia (Fecoam), en colaboración con CaixaBank y su línea de negocio especializada en el sector agroalimentario, AgroBank, ha lanzado un proyecto piloto en la Región de Murcia con el fin de mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de las cooperativas agroalimentarias mediante la implementación de iniciativas de gestión en común de tierras.

Esta iniciativa cuenta con financiación de la comunidad autónoma de la Región de Murcia a través de la Consejería de Economía, Hacienda y Empresa, y del Pacto por la Economía Social de la Región de Murcia 2021-2024.

La presentación oficial tuvo lugar a finales de julio en el espacio CaixaBank Store de Caravaca de la Cruz, y contó con la presencia de miembros de los consejos rectores de las cooperativas participantes, Frutas Caravaca S. Coop, con sede en el municipio caravaqueño, y Bodegas del Rosario de Bullas, así como con Antonio Sanz, di-

El proyecto contribuye a la sostenibilidad económica, social y medioambiental a través del modelo cooperativo

rector gerente de la federación, y profesionales de Fecoam.

Además, la inauguración de la jornada corrió a cargo del director de área de negocio de CaixaBank, Joaquín García Alcaraz, con la participación también de José Carlos Martínez Campillo, coordinador de Red AgroBank, José Gil García, negocio AgroBank Dirección Territorial Región de Murcia y Comunidad Valenciana, y Francisco Gabarrón.

Como explican desde Fecoam, el sector agroalimentario se enfrenta a diferentes problemas estructurales derivados de la pérdida de rentabilidad y la falta de relevo generacional, además de estar necesitado de una mejor adaptación al mercado de sus las estructuras productivas. Todas

estas cuestiones “provocan en muchas ocasiones el abandono progresivo de la actividad agraria”.

Conscientes de estas dificultades, la federación ha diseñado este proyecto piloto con el objetivo de proporcionar a las cooperativas las herramientas, conocimientos, datos e información necesarios para implementar exitosamente las iniciativas de gestión de tierras.

“El objetivo principal de este proyecto piloto es prevenir el abandono de tierras y favorecer el relevo generacional”, al tiempo que se mantiene la actividad agraria y se pone en marcha una gestión más eficiente. Es decir, contribuir a la sostenibilidad económica, social y medioambiental a través del modelo cooperativo, destacan desde Fecoam.

En este sentido, la federación quiere “asegurar la viabilidad a largo plazo de las entidades asociativas, garantizando así la rentabilidad de la producción de sus socios”. Con esta iniciativa, Fecoam busca analizar y mejorar los modelos de gestión



Imagen de la presentación del proyecto realizada en el espacio CaixaBank Store de Caravaca de la Cruz. / FECOAM

de las cooperativas, identificando sus amenazas y debilidades para implementar Iniciativas de Gestión en Común (IGC).

El proyecto incluye el estudio y el acompañamiento en la planificación e implementación de una IGC en las dos cooperativas agroalimentarias de la Región de Murcia que forman parte del mismo, Frutas Caravaca y Bodegas del Rosario.

El encuentro permitió generar un debate enriquecedor que sirvió para dar el pistoletazo de salida a las siguientes fases del proyecto, que cuenta con el apoyo y dinamización de la agencia Agroa. Así, están previstas diferentes jornadas de intercambio de experiencias entre cooperativas de otras regiones, para favorecer el aprendizaje de otros proyectos similares.

Tanto Fecoam como AgroBank y Agroa son optimistas respecto “al impacto positivo que esta iniciativa tendrá en la sostenibilidad y prosperidad del

sector cooperativo en la Región de Murcia”.

La iniciativa de gestión de tierras en común cuenta con el apoyo de CaixaBank, a través de su propuesta de valor ‘AgroBank’, primera entidad financiera del sector agroalimentario en España por presencia de oficinas y cuota de mercado. Actualmente, CaixaBank cuenta con 27.000 clientes del sector agroalimentario de la Región de Murcia, lo que demuestra su compromiso con la innovación, el crecimiento y la sostenibilidad de este sector.

La Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia está compuesta por más de 22.000 agricultores y ganaderos de 77 cooperativas de toda la Región, generando más de 45.000 puestos de trabajo. “Desde Fecoam, a través de su actividad diaria, se impulsa el desarrollo agrario, el aumento de la competitividad y la excelencia de todo el sector”, destacan desde la federación de cooperativas murcianas.

Tus cítricos se merecen un desverdizado de calidad

DECCO Green

Qué proteja sus cálices

DECCO Protect Drencher

Con un extra de cuidado para su piel

DECCO Pyr

Que incremente el % de fruta comercializable



deccopostharvest.com/es

Ailimpo aprueba una extensión de norma con medidas clave de apoyo a los productores

Las organizaciones miembros de la interprofesional han acordado impulsar a través de Ailimpo actuaciones y proyectos en materia de sanidad vegetal, contratos tipo y lobby para la mejora del seguro agrario

► AILIMPO.

La Asamblea General Extraordinaria de Ailimpo, que se reunió el pasado día 10 de julio en Murcia, adoptó tres decisiones clave en apoyo a los productores de limón de España, que constituyen la base imprescindible de la actividad económica del sector.

Los tres acuerdos se refieren a cuestiones clave como la mejora de la sanidad vegetal y la lucha contra las plagas y enfermedades en el escenario de cambio climático, la mejora del sistema de contrato tipo, y la reivindicación firme ante Enesa para mejorar el sistema de seguro agrario. Estos acuerdos han sido adoptados por las organizaciones socias de Ailimpo, que representan a toda la cadena de suministro: productores, comercializadores y transformadores.

En relación con la sanidad vegetal, desde Ailimpo observamos con gran preocupación cómo la situación en este aspecto en limón y pomelo actualmente ocasiona problemas y compromete la viabilidad futura de nuestras plantaciones. Además, existen una serie de dificultades para llevar a cabo un adecuado control fitosanitario. La reducción de materias activas para el con-



Reunión de los miembros de la junta directiva de la interprofesional el pasado mes de julio. / AILIMPO

trol químico y la menor efectividad de las disponibles reduce los rendimientos productivos, disminuye la calidad de la fruta y dificulta alcanzar mercados lejanos con consecuencias significativas sobre la rentabilidad de las explotaciones y la facturación total del sector. Para ello, en el marco de la nueva extensión

de norma presentada, durante el periodo 2025-2030 se pondrá en marcha una red de agrupaciones para la gestión fitosanitaria sostenible en limón y pomelo (antiguas ATRIAS), que entre otras actividades realizarán labores de prospección de plagas y enfermedades, promoción de acciones de detección precoz,

asesoramiento a los productores en la gestión integrada de plagas, o el fomento del empleo de herramientas de control biológica y biotecnológico

El seguro agrario ha sido durante muchos años una herramienta de gran eficacia para proteger a los productores de limón y pomelo, compensando

las pérdidas económicas sufridas por los fenómenos meteorológicos adversos que provocan daños en sus producciones. Sin embargo, las reiteradas modificaciones realizadas por Enesa al seguro agrario de limón durante las últimas campañas han ocasionado la pérdida de coberturas por diferentes riesgos, así como cambios en las condiciones del seguro que reducen de forma significativa las indemnizaciones en el caso de que ocurra un siniestro.

Lamentablemente, todos estos cambios han provocado una disminución de la superficie asegurada y con ello, la desprotección de los productores ante las inclemencias climáticas que desgraciadamente cada vez son más frecuentes.

Ante un escenario de cambio climático, en el que la ocurrencia de fenómenos atmosféricos extremos es cada vez más frecuente y de mayor intensidad, contar con un adecuado seguro agrario es más necesario que nunca, por lo que desde Ailimpo demandamos la necesidad de recuperar las garantías que se han ido perdiendo en el seguro de cítricos para que vuelva a ser una de las líneas más completas de las que existen en el sistema de seguros agrarios, proponiendo entre otras cuestiones la recuperación de la cobertura de daños por viento y la extensión de garantías por pedrisco, o la modificación de las fechas finales de garantías para las distintas variedades.

Finalmente, en relación con los contratos tipo, se ha aprobado mejorar y actualizar la redacción del régimen de minoraciones y descuentos, así como posibilitar los acuerdos sobre primas de precio por certificaciones GlobalGAP, Grasp o Spring, aportando claridad, equilibrio y mayor transparencia al régimen contractual de compraventa de limones y pomelos.

El Gobierno murciano y Ailimpo trabajan en la mejora de la sanidad vegetal de los cítricos

Un proyecto piloto busca impulsar acciones para evitar la afección de plagas, mejorar controles y asesorar a los agricultores sobre cómo prevenir enfermedades

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Gobierno regional y la Asociación Interprofesional del Limón y Pomelo (Ailimpo) están desarrollando un proyecto piloto con el objetivo de mejorar la sanidad vegetal de los cítricos en la Región de Murcia. Concretamente, se busca impulsar acciones para evitar la afección de plagas, mejorar controles y asesorar a los agricultores sobre cómo prevenir enfermedades en los cítricos.

Este proyecto se inicia con una prueba piloto en la campaña 2024/25 y es la antesala de un plan más ambicioso de la interprofesional para tener una serie de agrupaciones repartidas por toda las zonas productoras para contar con una buena sanidad vegetal y poner un sistema de prevención que hará posible que la rentabilidad, no sólo del agricultor sino de todo el sector, no se vea mermada por la falta de calidad. Ese plan se implantará por Ailimpo partir de 2025

con los fondos recaudados por la extensión de norma.

“Es responsabilidad de todos trabajar para el sector y conseguir mantener el liderazgo de un limón de calidad que sea sostenible para el medioambiente que sea rentable para el agricultor y que sea saludable para el consumidor final”, señalan desde la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo.

El presidente del Ejecutivo de la Región de Murcia, Fernando López Miras, se reunió el pasado 9 de septiembre en el Palacio de San Esteban con el presidente de Ailimpo, José Hernández, para analizar esta iniciativa, así como los principales retos a los que se enfrenta actualmente el sector. La reunión coincidió con la celebración del Día Mundial de la Agricultura.

A la conclusión, la consejera titular de Agricultura de Murcia, Sara Rubira, afirmó que “desde el Gobierno regional somos muy

conscientes de la situación a la que se enfrentan los agricultores de cítricos, con plagas emergentes que están perjudicándoles, y con otras procedentes de importaciones de terceros países. Además, a esto hay que sumar el incremento de los costes de producción que vienen sufriendo durante los últimos años”.

“Hablamos de un sector fundamental para la agricultura de la Región de Murcia, con un gran arraigo en nuestro tejido económico y social, generador de empleo y riqueza en muchos de nuestros municipios, e insignia a nivel internacional”, reconoció Sara Rubira.

En el encuentro también se analizaron tanto la situación de la pasada campaña como el inicio de la próxima, que dará comienzo en las próximas semanas. La estimación de cosecha de limón de Ailimpo para la próxima temporada 2024/2025 prevé una producción en España de



López Miras se reúne con representantes de la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (Ailimpo). / CARM

1.260.000 toneladas, lo que supone un descenso del 21% en comparación con el balance producción en la campaña 2023/2024, que se saldó con la mayor cosecha de limón registrada hasta la fecha. El pasado ejercicio se cerró con una producción final de 1.595.181 toneladas, de acuerdo con el balance provisional que contabiliza la fruta exportada, procesada, comercializada, las mermas de peso y la fruta no recolectada. Por variedades, la previsión para esta temporada refleja una caída del 18% en limón Fino y del 31% en la variedad Verna.

Al respecto, Sara Rubira señaló que “el Gobierno regional va a seguir explorando vías para que los agricultores tengan herramientas con las que protegerse

ante situaciones de inestabilidad en los mercados y poder regularse mejor cuando se puedan dar incrementos de producción como los que se registraron la pasada campaña”.

La consejera también recordó que durante la última reunión de la Mesa del Cítrico se propuso la unión de los productores de limón, naranja o pomelo en una Asociación de Productores de Frutas y Hortalizas. “Esta nueva asociación sería un mecanismo con el que regularse mejor y tomar medidas efectivas cuando sea necesario. Además, con esta unión también se podrían obtener ayudas europeas para aquellos agricultores que opten por dejar de cultivar este producto”, concluyó la consejera de Agricultura de Murcia.

El 90% de la uva de mesa sin semillas española se produce en Murcia

La superficie cultivada esta campaña ha aumentado de 7.337 a 7.692 hectáreas

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Región de Murcia produce en la actualidad más del 90% de la uva de mesa sin semillas cultivada en España, lo que la confirma como la principal productora a nivel nacional.

La consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, durante una visita realizada a finales de julio a la empresa El Ciruelo, en Alhama de Murcia, señaló que son “unas cifras históricas que demuestran el buen camino emprendido por los productores de esta fruta desde hace años, para diferenciarnos en el mercado con una uva de mesa sin semilla que es altamente demandada y que nos convierten prácticamente en la única región que abastece a los mercados nacional e internacional”.

Rubira destacó que “para la actual campaña, las previsiones son que aumente la superficie destinada a su cultivo, alcanzando las 7.692 hectáreas, de las que 7.300 se destinan a producción”. La titular de Agricultura añadió que “la estimación de cosecha para este año se eleva a 242.000 toneladas aumentado en un 2% la producción, siempre y cuando se mantengan unas condiciones climáticas favorables”. Unas cifras que mejoran las de 2023, cuando se cultivaron 7.337 hectáreas de uva de mesa con una cosecha de casi 237.000 toneladas.

“Debemos destacar la importante labor que están llevando a cabo los productores de uva de mesa para conquistar nuevos mercados, avanzar de manera permanente en la investigación y el desarrollo de nuevas variedades, para lo que cuentan con la ayuda del Gobierno regional a través de los equipos de investigación del Imida”, añadió la consejera.

Durante la visita también indicó que la Región de Murcia es la primera comunidad autónoma en importancia en cuanto al registro de parcelas y almacenes de confección autorizados para la exportación de uva a la República Popular China.

Para ello, actualmente hay inscritas más de 860 parcelas con una superficie conjunta de 1.561 hectáreas, lo que supone el 25 por ciento del total de la superficie regional y con una producción estimada de 57 millones de kilos.

■ DESARROLLO VARIETAL

Para mantenerse a la vanguardia en el mercado, el Gobierno regional impulsa la creación y comercialización de nuevas variedades de uva de mesa que ya se encuentran presentes en los cinco continentes.

El prestigio de la Región de Murcia en el cultivo de uva de mesa es incuestionable y por ello productores de una decena de países visitaron en agosto el Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y



Productores de una decena de países visitan el Imida para conocer nuevas variedades de uva de mesa. / CARM

Medioambiental (Imida) para conocer las 20 nuevas variedades de uva de mesa sin semillas que ha desarrollado, en colaboración con la sociedad murciana de Investigación y Tecnología de Uva de Mesa (ITUM), y que destacan por la excelente calidad, con bayas de textura muy crujiente, mejor adaptación a las condiciones climáticas actuales y por ser económicamente rentables para el productor.

El director del Imida, organismo dependiente de la Con-

La producción superará las 242.000 toneladas, lo que supone un incremento de al menos un 2% respecto a las cifras del pasado ejercicio

sejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Andrés Martínez, aseguró que productores de Chile, Perú, Argentina, Brasil, Sudáfrica, Namibia, Australia, México, India y Estados Unidos visitaron la estación experimental ‘Cuatro

Vientos’, en Blanca, donde les mostraron las variedades tempranas de uva de mesa que destacan por la textura crujiente que presentan sus bayas y su elevada productividad.

Martínez destacó que “esto es fruto del trabajo del progra-

ma de mejora genética que inició el Imida en la década de los 90, y más tarde en colaboración con la empresa ITUM, en el que tratamos de dar respuesta a las demandas del sector con la obtención de nuevas variedades apirenas o sin semillas, menos exigentes en técnicas de cultivo y que les permitieran una ampliación de su calendario productivo”.

“El objetivo era obtener variedades que respondieran a las siguientes características: ausencia de semillas, textura crujiente, maduración temprana o tardía para ampliar calendario, poco exigentes en técnicas de cultivo, productivas y con buen tamaño de racimos y bayas, con buena calidad organoléptica, y resistentes a la manipulación y transporte”, indicó.

Los productores murcianos han plantado de estas nuevas variedades más de 1.400 hectáreas, que representan más del 20% de la superficie regional. Las 20 nuevas variedades de uva de mesa apirenas obtenidas y desarrolladas en la Región de Murcia por Imida-ITUM se cultivan en los 5 continentes del mundo, en 11 países en los que hay en total más de 2.000 hectáreas en producción, y cumplen los más altos estándares de calidad exigidos por los mercados internacionales, destacando por su textura crujiente.

Fuera de España hay actualmente más de 600 hectáreas en producción. Además, este tipo de uvas cumplen los más altos estándares de calidad exigidos por los mercados internacionales.

El desarrollo de las nuevas variedades impulsadas por el Gobierno regional se produjo para fortalecer a los productores locales, pero ante el interés mostrado por agricultores del resto del mundo se exportó a otros países en los que se produce a contra-estación para dar continuidad en los mercados internacionales a las variedades de uva de mesa murcianas.

fruit attraction
Hall 1 Stand E02

VISION AGRO

VISION AGRO

f t in y GREGAL

Tenemos las cartas que necesitas para ganar la partida

Más de 20 años ayudando a las empresas agro en sus proyectos de transformación digital.

Disponemos de las soluciones que necesita tu empresa para la digitalización, aportando la última tecnología agroalimentaria al sector.

- ERP
- Movilidad y APPs
- IoT
- Business Analytics
- Gestión documental
- RRHH
- Marketing Digital
- Y mucho más....

¿Hablamos?

www.visionagro.info - marketing@gregal.info

963 052 308

Proexport apuesta por la I+D+i en la lucha contra el desperdicio alimentario

El proyecto Sisters, enmarcado en el programa H2020 de la Unión Europea, plantea soluciones a lo largo de toda la cadena de suministro

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Aunque se calcula que alrededor del 10% de los alimentos que están a disposición de los consumidores de la Unión Europea pueden desperdiciarse, hay más de 37 millones de personas en la UE que no pueden permitirse una comida de calidad cada dos días. Ante ese escenario, la reducción de los desechos alimentarios y de la pérdida de alimentos son dos de los principales objetivos de las administraciones para lograr una economía circular en 2050.

Para conseguirlos, hay en marcha diferentes proyectos de investigación, entre los que se encuentra Sisters. Una iniciativa en la que participa la Asociación de Productores-Exportadores de frutas y hortalizas de la Región de Murcia (Proexport) junto con otros 17 socios, de ocho países, y que se acerca a su último año de desarrollo.

“Si algo estamos aprendiendo gracias a nuestra participación en el proyecto Sisters es que a la hora de trasladar los requisitos morales al mundo real, los detalles no es que sean importantes, sino que lo son todo, y que en ocasiones pueden llegar a impedir que una magnífica idea alcance una dimensión real y de resultados tangibles”, según Abelardo Hernández, director técnico de Proexport.

En concreto, Sisters es un proyecto financiado por la



Se están probando envases para prolongar la vida útil del producto. / PROEXPORT

UE en el marco del programa H2020, que plantea soluciones a lo largo de toda la cadena de suministro, innovando en cada eslabón con el propósito de reducir las pérdidas y el desperdicio de alimentos. Proexport, como asociación de productores agrícolas y en su representación, participa en Sisters con el objetivo de aportar la visión de los productores primarios, manipuladores, envasadores y proveedores de frutas y hortalizas frescas, ayudando a entender el funcionamiento del sector, sus particularidades, e intentando adaptar las soluciones propuestas a la realidad de su día a día.

Así, en el marco de apoyo a la estrategia de la Granja a la Mesa, en el cual se desarrolla Sisters, la asociación ha participado en ensayos en condiciones de trabajo reales que buscaban reducir las pérdidas durante el transporte de vegetales frescos mediante unos contenedores especialmente diseñados capaces de “informar” del buen, o mal, estado de los productos en su interior, de forma que es posible actuar preventivamente en caso de aviso de problemas de calidad. Así, por ejemplo, espinacas de la empresa Verdimed y fresas de Frutas Esther fueron enviadas dentro de unos contenedores desarrollados específicamente a tal

Proexport participa en Sisters para aportar la visión de los productores, manipuladores, envasadores y proveedores de frutas y hortalizas frescas

fin, los cuales se han denominado Bulkbox, a un laboratorio de Italia para evaluar la eficacia del sistema propuesto.

Otro ensayo, recién terminado, se ha llevado a cabo con tomates cherry de Looije-Águilas. En este caso, se ha estudiado si el empleo de unas cajas herméticas, específicamente preparadas para ello y llamadas Storebox, permitirían prolongar la vida útil del producto, y por lo tanto reducir las pérdidas durante la venta al por menor.

“No nos vamos a engañar. Las soluciones técnicas propuestas son complejas y no basta sólo con que funcionen y que reduzcan el desperdicio en un eslabón que ya está bastante afinado, sino que para implantarlas a nivel industrial será necesario evaluar otros aspectos como por ejemplo el espacio que ocupan los contenedores o la relación coste/beneficio”, advierte Hernández.

Pero, es en otro tipo de soluciones propuestas donde los

detalles están ocasionando a los investigadores auténticos quebraderos de cabeza. Como explica el representante de Proexport en Sisters: “Somos incapaces de ver la relación que el imaginario popular hace entre la cadena corta de comercialización y la reducción del desperdicio alimentario. Resulta que las ‘ventas directas’ están consideradas como herramienta contra el desperdicio al 100%, como si este tipo de canal no tuviera problemas de excedentes. Me temo que la realidad es distinta y la capacidad de gestión, de previsión y de adaptación es bastante menor, y eso sin entrar en asuntos de logística.

No hay duda de que se trata de un sistema que tiene su hueco en el inmenso mercado de los productos perecederos; pero cuando hablamos de lucha contra el desperdicio alimentario, su eficacia está aún por demostrar”.

Los siguientes pasos a dar están relacionados con los nuevos materiales de envasado: bio-basados, en sustitución de los fabricados a partir de combustibles fósiles, compostables y con una fracción de polímeros procedentes de extractos de restos vegetales. Se trabaja en nuevas bandejas, cestitas, flow-pack, stretch-film, etc. que deben tener las mismas propiedades mecánicas y además aportar la misma protección a los vegetales que las que aportan los actuales materiales y además contribuir a la reducción del desperdicio alimentario. Ambicioso objetivo, más aun considerando la próxima publicación de la legislación que prohibirá el uso de cualquier envase en productos vegetales por debajo de 1,5 kilos.

En definitiva, el proyecto Sisters cuenta con la participación del sector primario y no sólo ayudará a reducir las pérdidas y el desperdicio alimentario, sino que ayudará a poner de manifiesto la importancia de los detalles a la hora de hacer realidad las ideas.

Imágenes aéreas y de móvil permiten estimar con exactitud la producción de los limoneros

Investigadores de la UPCT y la UMU desarrollan algoritmos de visión artificial para calcular el calibre de los limones

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las predicciones de producción de limoneros realizadas por los algoritmos de visión artificial desarrollados por investigadores de la Politécnica de Cartagena y de la Universidad de Murcia han mejorado en un 30% los cálculos realizados por los expertos humanos, según concluye el proyecto presentado por la empresa Citrus Gea Belmonte a la convocatoria CDTI del Ministerio de Ciencia.

El sistema utiliza fotos aéreas para contar con un margen de error inferior al 1% los árboles y usa imágenes de móvil para estimar el calibre de un gran volumen de limones con un error medio inferior a un centímetro.

“El problema planteado por la empresa es un desafío al que

deben enfrentarse de forma recurrente muchos ámbitos de la agricultura: la posibilidad de predecir con suficiente antelación la producción que tendrá una determinada cosecha”, explica el investigador responsable del proyecto, José Miguel Molina Martínez, director de la Escuela de Agrónomos de la UPCT.

“Otro problema estrechamente relacionado es la determinación del momento óptimo de recolección, puesto que el beneficio económico para la empresa depende de parámetros como el calibre de los frutos, el estado de maduración y el precio de mercado, que varían a lo largo del tiempo”, añade el investigador.

La herramienta de visión artificial que analiza las or-

tofotos, localizando todos los árboles y estimando su producción total, puede funcionar tanto con imágenes de drones como de satélites como las que ofrecen aplicaciones como Google Maps. Ha sido desarrollada durante el Trabajo Fin de Grado del estudiante de la UMU Antonio Muñoz Sánchez, con la colaboración de la empresa de teledetección aérea Staerea y perfeccionada con modelos de aprendizaje profundo por el investigador Rubén Fernández Beltrán.

Otro TFG de una alumna de la Universidad de Murcia, Aurora Hervás López, estudió la estimación visual del calibre de los limones usando teléfonos móviles que incorporan cámaras con tecnologías de medición de luz (ToF) y medición de distancias



En un recuadro, conteo de limoneros realizado por el sistema de visión artificial. En la foto, tomada en agosto, limones en diferente grado de desarrollo. / UPCT

(LiDAR). Los algoritmos desarrollados permiten, a partir de una fotografía, detectar los limones, contarlos y medir su calibre.

En el proyecto ‘Calibración y estimación de la producción de limoneros con visión artificial’, entre la UMU, la UPCT y la empresa Citrus Gea Bel-

monte SL (7083/21IA-P_Citrus Gea Belmonte, SL), han participado los investigadores del grupo en Computación Móvil y Visión Artificial de la UMU, Rubén Fernández Beltrán y Ginés García Mateos, y José Miguel Molina Martínez, del grupo en Ingeniería Agromótica y del Mar de la UPCT.

La agroalimentación lidera los proyectos de I+D+i

La investigación impulsa el desarrollo de este sector clave de la economía regional

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El sector agroalimentario es clave para la economía regional murciana, por lo que el objetivo de la administración y el sector es avanzar hacia su sostenibilidad y digitalización con la finalidad de impulsar su eficiencia y competitividad. Por ello, los proyectos de investigación relacionados con el sector de la agroalimentación en la Región de Murcia lideran las solicitudes de ayudas para las convocatorias de I+D+i que ha realizado este año la comunidad autónoma a través de la Fundación Séneca, y que en 2024 están dotadas con 5,5 millones.

Según el consejero de Medio Ambiente, Universidades, Investigación y Mar Menor, Juan María Vázquez, destaca el número de solicitudes en las áreas de tecnologías agrarias y agroalimentarias en la convocatoria pruebas de concepto, en la que se han solicitado 10 proyectos, "más del doble que la siguiente área en solicitudes". La convocatoria pruebas de concepto está diseñada para ayudar a los investigadores a trasladar al mercado los resultados de sus investigaciones.

Vázquez destacó, durante una visita a la Estación Experimental Agroalimentaria Tomás Ferro realizada a finales de julio, proyectos ya financiados en anteriores convocatorias y que "están claramente enfocados tanto a la mejora de los procesos productivos y la economía circular como a la reducción del impacto de la agroindustria en el Campo de Cartagena y por tanto, en el Mar Menor, cuya protección y recuperación es y será siempre una prioridad para el Gobierno regional".

Asimismo, informó de la buena evolución del programa Agroalnext, el Plan Complementario de Agroalimentación, en el que la Región de Murcia participa con 70 proyectos de investigación en agroalimentación coordinados a través de las universidades y organismos de investigación, con un total de 8,5 millones de euros hasta el 2025 y dirigidos a nuevos desarrollos para la digitalización, la



El objetivo de la administración y el sector agroalimentario murcianos es avanzar hacia su sostenibilidad y digitalización con la finalidad de impulsar su eficiencia y competitividad. / ARCHIVO

adaptación a nuevos escenarios productivos y el uso sostenible del agua y el suelo.

Durante su visita a la Estación Experimental Agroalimentaria Tomás Ferro, ubicada en la pedanía cartagenera de La Palma, el consejero felicitó al rector de la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT), Mathieu Kessler, por los resultados de los estudios en Ingeniería Agroalimentaria del centro universitario, que se encuentran entre las cinco mejores de España, según el último Ranking CyD, así como por el reciente proyecto europeo AgriFOODTech para la incorporación durante dos años de 16 investigadores postdoctorales especializados en tecnologías agroalimentarias. En la visita también estuvo el presidente de la Fundación Estrella de Levante, Ramón Agenjo.

Por último, durante este acto, Juan María Vázquez puso en valor la necesidad de reforzar la colaboración público privada en investigación y como ejemplo subrayó el proyecto piloto que se lleva a cabo entre la

El Gobierno regional, a través del Imida, desarrolla once proyectos de investigación, subvencionados con 1.105.000 euros, para fomentar la transición sostenible y digital del sector agroalimentario

Fundación Estrella de Levante y la UPCT de cultivo de cebada en el Mar Menor mediante sistemas sostenibles.

■ INVESTIGACIÓN

Dentro del Plan Complementario de Agroalimentación (Agroalnext), el Gobierno regional, a través del Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (Imida), desarrolla once proyectos de investigación, subvencionados con 1.105.000 euros, para fomentar la transición sostenible y digital del sector agroalimentario, a través de la transferencia del conocimiento y la aplicabilidad de la tecnología y la innovación en el sector.

A través de proyectos relacionados con el cambio climático, la mejora genética o, por ejemplo, la sanidad vegetal

se pretende transformar el sector agroalimentario regional gracias a la aplicación de la ciencia, la tecnología y la innovación.

El Imida, junto al CEBAS, es el organismo encargado de liderar en la Región de Murcia el plan Agroalnext, que cuenta con la participación de la Universidad de Murcia (UMU), la Politécnica de Cartagena (UPCT), la Universidad Católica San Antonio (UCAM) y el Instituto Español de Oceanografía (IEO).

■ TECNOLOGÍA

En cuanto al desarrollo de tecnología agrícola y alimentaria, la Región de Murcia se encuentra bien posicionada con más de una veintena de 'startups' vinculadas a este sector. En este sentido, hasta 24 firmas re-

gionales están especializadas en tecnología agroalimentaria, desde la biotecnología, agricultura sostenible, protección de cultivos y gestión de agua, hasta 'urban farming' y tecnología de la alimentación; así como en el ámbito de la restauración o el retail.

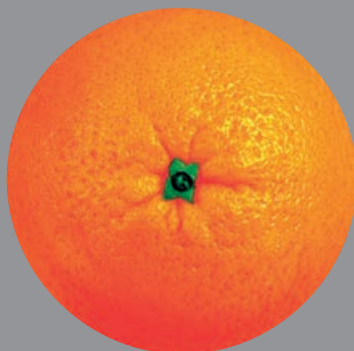
En este sentido, el director del Instituto de Fomento (Info), Joaquín Gómez, señala que "la Región tiene una larga trayectoria en el impulso de las tecnologías en el sector agroalimentario y lleva décadas haciendo de la innovación un factor diferencial en mercados cada vez más competitivos".

Por ello, las exportaciones de tecnología en el sector no han parado de crecer en los últimos años. En este sentido, el ejercicio 2023 se cerró con un volumen de exportaciones que alcanzó los 98,7 millones de euros, lo que supone un incremento superior al 33% desde el año 2019, en el que se exportó por valor de 74 millones. Los principales países donde se exportó en 2023 fueron Francia, Portugal, EEUU, Costa de Marfil y México. La Región de Murcia fue la sexta provincia más exportadora de España.

Joaquín Gómez pone en valor estos datos y subraya el compromiso del Gobierno regional con el impulso de la tecnología en un sector "que está llamado a tener un papel protagonista en la transformación tecnológica de la economía regional y en el que estamos obligados a seguir siendo punta de lanza a nivel internacional para conservar liderazgos merecidamente conseguidos".

En la Región destacan empresas como, por ejemplo, Ficoinnov, Abiopep y Symborg, entre otras, que ofrecen soluciones tecnológicas en áreas como la agricultura sostenible, biotecnología y gestión del agua. "Empresas que han participado en programas como 'CreceStartup' y 'AgrifoodTech', que hemos impulsado para promover la interacción entre 'startups' y empresas consolidadas del sector agroalimentario", añadió el director del Instituto de Fomento (Info).

HISPA 
group



30
Años
CONTIGO

EXPERIENCE • WORLDWIDE COMMITMENT • QUALITY

WWW.HISPAGROUP.COM

La Región acoge una colección mundial de 400 variedades de melocotoneros para la investigación genética

Esta iniciativa forma parte del proyecto europeo 'PeachRefPop' y sirve para estudiar los caracteres de las plantas, realizar cruces y obtener otras tipologías en cuanto a la calidad del fruto, aspecto, resistencia a plagas, arquitectura de planta o adaptación climática

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Región de Murcia acoge una colección de melocotoneros de referencia mundial compuesta por más de 400 variedades procedentes de diferentes países. Esta iniciativa forma parte de un proyecto europeo denominado 'PeachRefPop' en el que se generaron cinco colecciones que se plantaron en cinco localidades de Italia (Imola y Roma), Grecia (Naoussa) y España (Lérida y Murcia) para investigar sobre mejora genética.

Los más 400 de árboles están plantados en una finca experimental del Instituto murciano

Se investigan los genotipos de variedades de todo el mundo para realizar proyectos de mejora genética clásica, desde cruces entre variedades hasta el crecimiento y evaluación de plantas

de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (Imida), dependiente de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca.

El director del Imida, Andrés Martínez, ha destacado que en este proyecto "se investigan los genotipos de variedades de todo el mundo para realizar proyec-

tos de mejora genética clásica, desde cruces entre variedades hasta el crecimiento y evaluación de plantas" con el fin de "obtener otras tipologías de fruto en cuanto a la calidad del fruto, sabor, textura, tamaño, aspecto, resistencia a plagas, arquitectura de planta o adaptación climática".



Los más 400 de árboles están plantados en una finca experimental del Imida. / IMIDA

Dados los nuevos retos ambientales y ecológicos a los que se enfrenta la agricultura, "el objetivo de estos proyectos es trasladar al sector soluciones de base científica que permitan mejorar la eficiencia, rentabilidad y competitividad así como dar respuesta a los desafíos actuales".

► DIVERSIDAD GENÉTICA

El melocotonero procede de China y se extendió por el resto del mundo por las antiguas rutas comerciales. Durante este proceso de distribución y expansión las variedades se fueron cruzando y seleccionando por el hombre por su adaptación climática, diferente sabor, textura o tamaño, generándose una gran diversidad genética característica de cada región.

En este sentido, Martínez ha asegurado que "partiendo de un material genético propio de regiones diferentes, podemos realizar investigaciones que nos

permiten conocer sus características y aplicarlas al desarrollo de nuevas variedades de fruta de hueso para ponerlas a disposición de los agricultores".

► INVESTIGACIÓN

El departamento de Mejora Genética de Frutales del Imida ha desarrollado y registrado un total de 23 variedades de interés comercial con características óptimas para el agricultor, muchas de las cuales se encuentran en producción por cumplir las cualidades que demandan los ciudadanos y comercializadores de todo el mundo. Para lograr este objetivo, el instituto ha evaluado agrónomicamente más de 50.000 cruces intervarietales de melocotón desde sus inicios. En la actualidad están evaluando otras variedades que, si ofrecen los resultados esperados, pronto podrán ser registradas e iniciar también el proceso de comercialización.

Murcia lidera la producción española de plantones hortícolas

La Región gestiona 5.400 millones de plantas al año y su comercialización supone cerca de 900 millones de euros

► MF. REDACCIÓN.

Murcia lidera la producción de plantones hortícolas con 5.400 millones de plantas al año y su comercialización supone cerca de 900 millones de euros. Las producen 40 empresas asentadas en la Región que trabajan con más de 60 especies vegetales.

"Somos los líderes nacionales en la producción de plántulas hortícolas debido a la calidad de nuestras instalaciones que aseguran una total garantía fitosanitaria, con ausencia de plagas y enfermedades que se traduce en una calidad de las plantas", aseguró el secretario general de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Francisco González Zapater, durante una visita a las instalaciones de Viveros La Sala en San Pedro del Pinatar.

Las ventajas de la producción de plantones de hortícolas para su posterior trasplante a parcela de cultivo, frente a la siembra directa de la semilla, radica en asegurar la viabilidad de la plantación en las primeras fases de cultivo. Además, con este sistema se evita la proliferación de pla-



Las empresas asentadas en la Región trabajan con más de 60 especies vegetales. / VF

gas y enfermedades y supone un beneficio medioambiental, al reducir el consumo de agua necesaria en estas primeras fases del cultivo.

"Desde el Gobierno regional se ha apoyado este sector por los beneficios del sistema de producción. Además, hemos sido pioneros en la implantación de medidas sanitarias como la obligatoriedad de que los semilleros tengan unas medidas estructurales para la producción de plántulas, como una doble puerta de acceso, desinfección del agua y ventilaciones cubier-

tas de malla anti insectos, entre otras", señaló González Zapater.

En la Región se producen 2.000 millones de plantas de lechuga, 1.000 millones de brócoli o 970 millones de plantones de cebolla, pero se desarrollan cada año más de 60 especies vegetales, que se utilizan en los campos de cultivo de Murcia y en otras zonas del país.

"Con el número de plántulas de lechuga que se producen en Murcia se podría cultivar más de 40.000 hectáreas frente a las 15.000 hectáreas que se cultivaron en 2022. Más del 60 por ciento de esta producción es trasladada a otros puntos de España para su cultivo", añadió el secretario general de la Consejería de Agua.

Cómo técnicas especiales implantadas en los semilleros de la Región de Murcia destaca la producción de planta injertada en cultivos como tomate, melón, sandía y, en menor medida, pimiento. Además, se utilizan variedades que son más resistentes ante el estrés hídrico que sufren los cultivos y tienen más protección frente a algunos virus.

El SCRATS impulsa una campaña para mostrar el buen uso del agua

► MF. REDACCIÓN.

El Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura (SCRATS) ha puesto en marcha una campaña cuyo principal objetivo es mostrar a la población el buen uso del agua que se realiza en el sector agrícola del Levante español. Para ello, ha creado el microsite <https://trasvasetajosegura.com.es/ecotravase/>, donde se publicarán vídeos protagonizados por sus comunidades de regantes, que mostrarán las diferentes herramientas que emplean para un gestión eficiente, sostenible y optimizada del agua que reciben

Riego por goteo, sondas de humedad, recogida de aguas pluviales, programas de riego controlado, investigaciones sobre estrés hídrico, medidas anti-evaporación en balsas... Muchos son los instrumentos que emplea el sector agrícola en Almería, Murcia y Alicante para sacar el máximo rendimiento del agua con la que cuenta y que se verán en estos reportajes audiovisuales.

De esta forma, sus regadíos se han convertido en un referente mundial de sostenibilidad y eficiencia en el uso del agua gracias a la implementación de tecnologías avanzadas. Innovaciones que no sólo optimizan y promueven un uso

responsable y sostenible del agua, sino que también reducen el impacto ambiental de las actividades agrícolas, promoviendo prácticas más respetuosas con el medioambiente.

Respeto al medioambiente

El Trasvase Tajo-Segura es una infraestructura vital que no sólo sustenta la agricultura y el abastecimiento de agua en el Levante español, sino que también juega un papel crucial en la preservación y mejora de nuestro entorno natural. Y es que la labor de las comunidades de regantes, además, se conjuga

con el respeto al medioambiente, ya que sus tierras de cultivo actúan como sumideros de carbono, absorbiendo cada año 1.208.084 toneladas de CO₂, lo que mejora la calidad del aire.

Hablamos de 44 millones de árboles frutales y 70.000 hectáreas de cultivo hortícola regados con el agua que proporciona el Trasvase Tajo-Segura, grandes escudos que permiten combatir la desertificación y mitigar los efectos del cambio climático. Unas zonas verdes las del Levante español en las que trabajan 80.000 regantes, cuya labor emplea a cerca de 107.000 personas y aporta al Producto Interior Bruto (PIB) nacional un total de 3.013 millones de euros.

Diferentes vídeos mostrarán las herramientas de eficiencia, sostenibilidad y aprovechamiento de los envíos que reciben del Trasvase Tajo-Segura



'Kulasai Dasara'. / UDAYAN SANKAR PAL

Bimi® patrocina los premios World Food Photography Awards

Los chefs Hermanos Torres y el fotógrafo gastronómico Mikel Ponce serán los jurados españoles

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los premios de fotografía gastronómica más importantes del mundo abren el plazo de inscripción para su edición de 2025. El concurso, anteriormente denominado Pink Lady® Food Photographer of the Year, cambia de nombre y pasa a llamarse World Food Photography Awards y contará en esta edición con el apoyo de Bimi® como patrocinador oficial.

“Este cambio de nombre es muy importante para nosotros, puesto que refleja en mayor medida el prestigio, alcance y trayectoria de los premios en su 14ª edición. Para la organización es un placer contar con la colaboración de una marca mundial tan relevante, propiedad de Sakata, una multinacional japonesa con 111 años de historia, pero con un carácter familiar y unos valores muy marcados”, ha afirmado Caroline Kenyon, fundadora de los galardones. “

“Para Bimi® ser el patrocinador oficial de los World Food Photography Awards supone una oportunidad muy especial. Estos prestigiosos premios son la representación de las diferentes formas en que las que la comida influye en la vida de las personas alrededor de todo el mundo y, por tanto, como marca de alimentación, un proyecto que es vital que apoyemos. Además, con la organización de los premios compartimos sintonía en cuanto a los valores de calidad, integridad y sostenibilidad, por lo que esperamos que sea una alianza muy provechosa”,

ha declarado Dave Samuels, director Global de la marca.

El concurso invita a que fotógrafos, ya sean aficionados o profesionales, muestren su creatividad captando historias relacionadas con la gastronomía por todo el mundo, ya sea a través de paisajes, retratos, viajes, bodas, fotoperiodismo o cualquier otro estilo. Todas las imágenes finalistas se exhibirán en las prestigiosas Mall Galleries de Londres.

A lo largo de más de 25 categorías, estos galardones buscan reflejar la manera en que la comida influye en la vida de personas y culturas: desde el cultivo, la cosecha y la cocina hasta la forma de comer, la celebración o la supervivencia. Este año, además, se incluye una nueva categoría titulada ‘El mundo de las bebidas’, que premia fotografías relacionadas con la temática. Se suma a la categoría relacionada ya existente ‘Fotógrafo Errázuriz del Vino del Año’, dedicada a las fotografías del mundo vinícola. Otra nueva categoría es la de ‘Premio Bimi’ que galardonará de entre los finalistas una única imagen que represente frutas y/o verduras frescas.

El panel de jurados de este año, presidido por el reputado fotógrafo gastronómico David Loftus, está compuesto por: Mikel Ponce, mejor fotógrafo gastronómico de España; Hermanos Torres, chefs célebres galardonados con estrella Michelin; Claire Reichenbach, directora general de la Fundación James Beard; Tom Athron,

director general de Fortnum & Mason; Catherine Delaloye, directora de Production Paradise; y Rein Skullerud, fotógrafo y editor senior de World Food Programme.

“Para nosotros es un gran placer formar parte del jurado de estos grandes premios y nos fascina el arte que hay detrás de cada fotografía para comunicar las emociones que hay alrededor del mundo gastronómico”, han afirmado Hermanos Torres. Por su parte, Mikel Ponce se ha mostrado “emocionado de ser testigo del talento y la creatividad que dan vida a la gastronomía a través de imágenes”.

Virginia Morán, fotógrafa española y ganadora de una de las categorías de la anterior edición, asegura que lo que le inspiró a participar es la magia de cómo el concurso no solo celebra la belleza de los alimentos sino también de las historias, culturas y emociones que hay detrás de cada plato. “No son sólo fotos de comida, sino que capturan momentos, tradiciones y conexiones en una sola imagen. Ganar este premio ha sido una gran oportunidad que me ha permitido transmitir la emoción y la singularidad de la cultura gastronómica de mi país”, señala Virginia Morán.

Para obtener más información y para participar en el concurso se puede visitar la web www.worldfoodphotographyawards.com

El plazo de inscripción está abierto hasta el domingo 9 de febrero de 2025.

Asaja exige a la UE un plan de acción para “hacer frente” a las plagas y enfermedades que acechan a la citricultura española

► FRANCISCO SEVA RIVADULLA. (*) La organización profesional Asaja Murcia ha exigido a la Unión Europea un plan de acción para “hacer frente” a las plagas y enfermedades que están acechando a la Unión Europea, una cuestión que es de máxima importancia para el sector citrícola español.

Según explica el presidente de Asaja Murcia, Juan de Dios Hernández, “estamos muy preocupados por los efectos que puedan tener las plagas y enfermedades en nuestros cítricos. Por eso entendemos que es de máxima prioridad acometer un plan de actuación, impulsado por la Unión Europea y el Ministerio de Agricultura, que permita actuar contra las mismas”.

Además, el titular de Asaja también ha explicado que es “importantísimo” trabajar “para tener una eficiente sanidad vegetal en los cítricos de España, que contribuya a tener una citricultura ejemplar, y para ello, es fundamental hacer efectivos controles fitosanitarios por parte de la Unión Europea a las impor-

taciones de cítricos de terceros países que entran al mercado europeo”.

■ IMPULSAR LA INTERNACIONALIZACIÓN

Dentro del mismo contexto, el máximo responsable de esta organización ha apuntado también que “tenemos que seguir trabajando en la internacionalización de nuestros cítricos, así como impulsar la investigación y el desarrollo, unido a otros capítulos tan importantes como el marketing y la comunicación, que son esenciales para el crecimiento de nuestro sector citrícola”.

Al mismo tiempo, Juan de Dios Hernández ha puntualizado que “tenemos los mejores limones del mundo, con la mejor calidad, y debemos esforzarnos más para dar a conocer a todos los consumidores que son extraordinarios y únicos. Ese debe ser nuestro gran objetivo a corto y medio plazo”.

(*) Periodista Agroalimentario Internacional



Asaja Murcia denuncia su gran preocupación por la grave plaga de mosquitos que está afectando a la huerta murciana ya que no se dispone ni de medios ni productos fitosanitarios eficientes para combatirla. / ASAJA MURCIA



LÍDERES EN
BIOESTIMULACIÓN
Y PROTECCIÓN DE CULTIVOS
RESIDUO CERO

PHYTOMA
CROPS SCIENCE

Fruit Logística promueve en Murcia las oportunidades de agroexportación de la Región

Una jornada muestra al sector las tendencias y posibilidades que ofrecen los mercados internacionales que tendrán su representación en la feria de Berlín

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Fruit Logística y el Gobierno murciano celebraron el 10 de septiembre una jornada sobre nuevas oportunidades internacionales. La consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, fue la encargada de inaugurar el acto celebrado en la ciudad de Murcia.

Casi un centenar de profesionales del sector agroalimentario murciano se dieron cita en el salón de actos de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca. El evento “Región de Murcia: nuevas oportunidades de agroexportación” ofreció diversas ponencias a cargo de expertos que analizaron las exportaciones agroalimentarias de la región y las nuevas oportunidades en los mercados internacionales.

“Fruit Logística es fundamental para nuestras empresas, ya que representa un punto de encuentro con compradores internacionales y el escaparate perfecto para exhibir nuestros productos. Podemos afirmar con orgullo que la Región de Murcia continúa siendo a día de hoy pionera en exportación”, afirmó la consejera Sara Rubira en su discurso de bienvenida.

Rubira también resaltó el potencial exportador de la Región en la actualidad. “El año pasado las exportaciones regionales superaron los 3.200 millones de euros, y este año hemos seguido creciendo. Estos datos reafirman algo que en muchas ocasiones hemos dicho, que somos la huerta de Europa y queremos seguir siéndolo, por eso hay que actualizarse y conocer las nuevas ten-



Representantes de Fruit Logística y los ponentes participantes en la jornada. / FL



Sara Rubira fue la encargada de dar el discurso de bienvenida. / F. LOGÍSTICA

dencias de los mercados”, afirmó la consejera.

La titular de agricultura destacó, asimismo, la forma de cultivar frutas y hortalizas en la Región de Murcia, donde se practica “una agricultura precisa, donde no se gasta ni una gota de agua que no necesite la planta”. También resaltó el trabajo de investigación que se realiza desde el Imida, donde se han desarrollado 23 nuevas variedades de fruta de hueso más resistentes y con menos necesidad de agua que este año han comenzado a comercializarse en varios viveros españoles.

► TENDENCIAS Y CLAVES

Durante la jornada se abordaron aspectos como las tendencias en fruta de hueso y los nuevos gustos de los consumidores, las oportunidades que ofrece el mercado alemán o claves para aprovechar citas como la feria internacional Fruit Logística que se celebra en Berlín en el mes de febrero.

En esta línea, José Cos, investigador en el departamento de biotecnología, genómica y mejora vegetal del Imida, ahondó en las tendencias de mercados internacionales para la fruta de hueso. Durante su exposición, destacó los nuevos gustos de los consumidores europeos, que están llevando a las empresas de la Región a ajustar su oferta según estos criterios. Ofrecer mejores técnicas de selección, digitalización en las últimas fases del cultivo y mejora participativa con productores, mayoristas y consumidores son según Cos las claves para asegurar el éxito en las exportaciones.

Desde Alemania, Elena Altun, directora de operaciones en el mayorista Altun Lebbersmittel, abordó los criterios que marcan las negociaciones con los operadores alemanes. La frescura y variedad de productos, así como la involucración de los agricultores y los proveedores en todo el proceso de venta, son para Altun los factores a tener en cuenta en el mercado alemán. Como receptor del 31% de las exportaciones agrícolas murcianas en 2023, Alemania sigue siendo el principal socio comercial de la Región a nivel internacional.

A continuación, se presentó el caso de éxito de la murciana Moyca Grapes, pionera y líder en exportación de uva de mesa. Su directora comercial, Josefina Mena, fue la encargada de desglosar las claves para el abordaje y posterior crecimiento en mercados internacionales. La apuesta por la producción de uva sin semilla 100%, su innovación en sabores y formas, así como una amplia gama de packaging constituyen para Mena las palancas fundamentales de la internacionalización de su empresa.

Para finalizar el acto, Silvia de Juanes, directora de comunicación de Fruit Logística en España, destacó el papel del certamen hortofrutícola líder como generador de nuevo negocio internacional. Además, animó a todos los asistentes a acudir a la próxima edición de la feria, que se celebrará del 7 al 9 de febrero en Berlín, para presentar sus productos y soluciones ante compradores y profesionales de todos los continentes.

“Animo especialmente a las empresas murcianas a presentar su candidatura al Premio a la Innovación de Fruit Logística. Los premios a la innovación FLIA llevan décadas celebrándose y cuentan con gran prestigio internacional. En España somos muy innovadores, ya no sólo en fruta y hortaliza, sino también en nuevas tecnologías y servicios auxiliares. Pero esto debemos ponerlo en valor ante el mundo, y certámenes como Fruit Logística ofrecen la ocasión perfecta para ello”, indicó De Juanes.

La DOP Pera de Jumilla prevé recuperar las 20.000 t de producción

La cosecha de pera Ercolini se incrementa un 18,75% respecto a la pasada campaña

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Denominación de Origen Protegida Pera de Jumilla tiene buenas previsiones y espera recuperar esta campaña las 20.000 toneladas de producción tras dos años afectados por las inclemencias meteorológicas que afectaron al volumen producido.

En concreto, el incremento previsto en relación a la pasada campaña es del 18,75%, con lo que se mejora notablemente respecto a 2022 y 2023 y se acerca a las cifras habituales de las anteriores campañas.

La pera Ercolini de la Denominación de Origen Protegida de Jumilla se comercializa principalmente en España y en Italia, contando actualmente la DOP con 100 socios, 30 operadores primarios y tres almacenes. No obstante, en la pasada campaña el volumen de exportaciones de a terceros países ascendió al 6,48%, lo que supuso duplicar los ingresos por ventas, alcanzando los 4,2 millones de euros.

En cuanto al porcentaje de producción de pera Ercolini ecológica, actualmente, de las 250

hectáreas incluidas en la DOP, hay unas 50 hectáreas de cultivo ecológico certificado, lo que supone el 20%, experimentando un importante crecimiento en las últimas campañas.

El total de la superficie dedicada al cultivo de esta fruta se encuentra estabilizada en torno a las 1.200 hectáreas, situadas fundamentalmente en el Altiplano.

La consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, visitó en julio, junto a la alcaldesa de la localidad, Severa



El superficie dedicada al cultivo de esta fruta se encuentra estabilizada en torno a las 1.200 hectáreas. / DOP PERA DE JUMILLA

González, una finca de cultivo de esta fruta. “Las dos últimas campañas vinieron acompañadas de graves daños causados por la lluvia y el granizo que provocaron importantes pérdidas de producción, pero afortunadamente este año los productores han contado con mejores condiciones para recuperar las cifras, a pesar de la gran escasez de agua que sufre

el Altiplano”, apuntó la titular de Agricultura de Murcia.

Rubira añadió que se trata de “un cultivo tradicional, respetuoso, arraigado, que cumple con las obligaciones de la Denominación de Origen Protegida, con agricultores comprometidos. Un ejemplo de lo que es la agricultura en Jumilla, en el Altiplano y la Región de Murcia”.