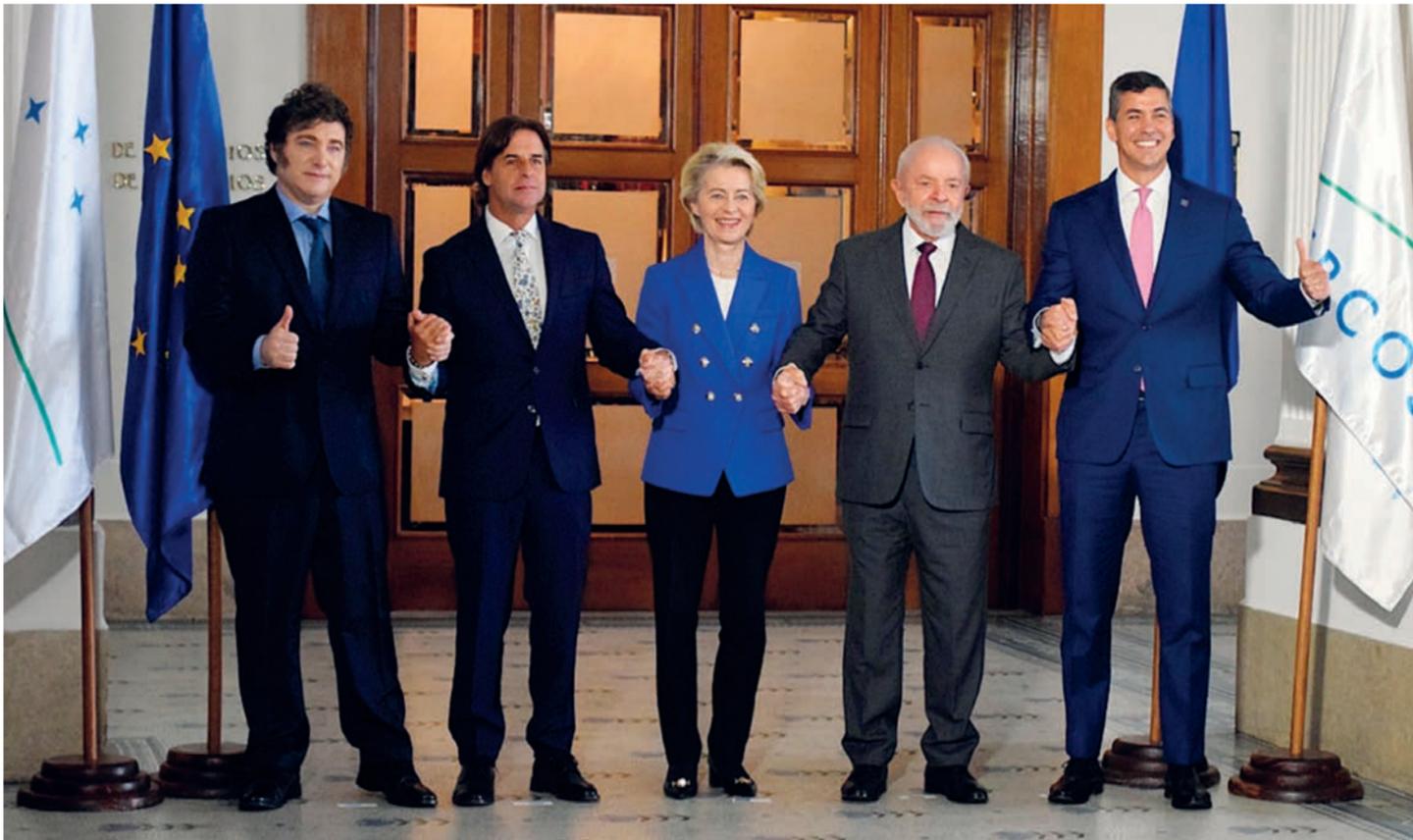


valencia fruits

10 de diciembre de 2024 • Número 3.089 • Año LXII • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,75 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



Los productores españoles han lamentado de forma unánime el cierre del acuerdo entre el bloque de Mercosur y la Unión Europea. / MERCOSUR

El sector agrario rechaza el acuerdo con Mercosur

Los productores se sienten perjudicados y utilizados como “moneda de cambio”

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El sector agrario español ha lamentado de forma unánime el cierre del acuerdo entre el Mercado Común del Sur (Mercosur) y la Unión Europea, ya que se sienten como “los grandes perjudicados” de un convenio de libre comercio en el que, a su juicio, se les ha utilizado como “moneda de cambio”, sin contar con sus intereses.

Mercosur y la UE cerraron el pasado 6 de diciembre en Montevideo (Uruguay) un acuerdo en el que ambos bloques venían trabajando desde hace 25 años. Un pacto que ha sido rechazado por los productores españoles. Para el presidente de Asaja, Pedro Barato, se ha gestado “de prisa y sin contar con los intereses de los productores”, y ha solicitado a las instituciones europeas que “no lo validen”. El dirigente agrario ha reiterado que no pueden “aceptar más acuerdos en los que la agricultura europea sea la pagana de otros intereses. Acuerdo sí, pero no de esta forma”.

En esta misma línea, el presidente de COAG, Miguel Padilla,

ha señalado como “absolutamente indignante” el cierre de este acuerdo del que ha hecho responsable al Gobierno español, en un momento en el que “parecía que se daba un nuevo rumbo en la Unión Europea”.

El sector agrario “vuelve a ser el gran perjudicado”, ha lamentado, tras considerar que se utiliza al campo como “moneda de cambio” para otros intereses comerciales y que el acuerdo tendrá un impacto negativo en sectores como el de los cítricos.

Por su parte, el secretario de Relaciones Internacionales de UPA, José Manuel Roche, ha advertido de que este acuerdo “puede perjudicar seriamente a la agricultura y ganadería familiar europea” y a sectores como el vacuno, el porcino y el arroz. El dirigente ha coincidido en expresar que se ha usado al sector agrario como “moneda de cambio”, por lo que es importante “evaluar el impacto que pueda tener en el campo”.

Los productores hortofrutícolas españoles también han expresado su rechazo al acuer-

do porque a su juicio las frutas y hortalizas nacionales quedan desprotegidas ante los precios de entrada de las exportaciones. En este sentido se han pronunciado fuentes de la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas y Hortalizas (Fepex).

Para la organización, el acuerdo con Mercosur “significa prácticamente el libre acceso de las frutas y hortalizas de estos países al mercado comunitario”, por lo que “los precios de entrada no suponen una protección efectiva”.

Frente a esta situación, Fepex ha reiterado la necesidad de mejorar la competitividad de las explotaciones comunitarias para poder competir y ha pedido a la Comisión Europea que apruebe un plan de medidas para lograrlo.

Por su parte, el Comité de Organizaciones Agrarias y Cooperativas Europeas (Copa-Cogeca) lamentó el anuncio del acuerdo comercial al entender que tendrá “profundas consecuencias para la agricultura familiar en toda Europa”.

“Los temores de la comunidad agrícola se han materializado”, ha indicado la Copa-Cogeca, que también alerta de que, si los Estados miembros y el Parlamento Europeo aceptan el acuerdo, el impacto lo sufrirán también 450 millones de consumidores de la Unión Europea.

No obstante, el cierre de la negociación entre la UE y Mercosur no es aún el final del camino en el bloque europeo: antes de su entrada en vigor afrontará una dura oposición en el Consejo de la UE, que representa a los países, el Parlamento Europeo y, posiblemente, los Parlamentos de los gobiernos más reticentes al pacto.

El acuerdo, que se negocia desde hace un cuarto de siglo, eliminaría aranceles para el comercio entre los países de la UE y Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, con una población combinada de más de 700 millones de personas, lo que le convertiría en el tratado de asociación de mayor alcance del mundo.

Más info en págs. 2, 3, 4 y 5



Esta semana

6 Preocupación en el sector patatero por el aumento de la importación y la falta de fitosanitarios

7 Los sindicatos agrarios convocan una huelga en los almacenes de cítricos de la Comunitat Valenciana

Se recupera el consumo de frutas y hortalizas en los hogares españoles

8 El Ministerio de Agricultura aumenta el presupuesto para seguros agrarios hasta los 315 millones para el ejercicio 2025

Agroseguro continúa con el pago de indemnizaciones por los daños provocados por la DANA de finales del mes de octubre

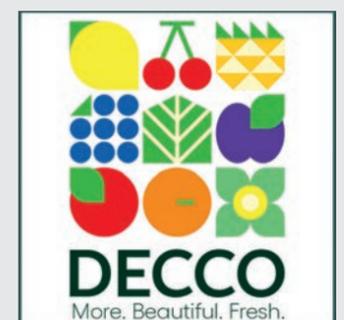
9 Arranca la campaña de la alcachofa en la Vega Baja del Segura con 300 hectáreas más de cultivo

Freshuelva prevé un incremento del 4% en la superficie cultivada de berries para la próxima temporada



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	7
Agrocotizaciones:	10
Noticias de Empresa:	14



valencia
fruits

Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

NERI TORRES VERGARA

■ 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

Europa abre un nuevo camino con Mercosur

Por GONZALO GAYO

Europa da un paso adelante con el acuerdo, previo a su ratificación, con el Mercosur. Un acuerdo que creará el área de comercio más importante del mundo con casi 800 millones de ciudadanos a ambos lados del Atlántico. El acuerdo cierra casi 25 años de negociaciones y abre la esperanza en la mejora de las relaciones comerciales entre Europa y una parte importante de Iberoamérica, con profundas raíces con España.

El acuerdo llega para estrechar lazos frente a un mundo polarizado con enfrentamientos y alianzas que levantan muros. Este puente llega en vísperas de la toma de posesión del presidente norteamericano Donald Trump con el anuncio de fuertes subidas de aranceles mientras se elevan las tensiones comerciales con China y Rusia. El acuerdo de Mercosur es un oasis de paz y futuro para una Europa asfixiada entre conflictos e intereses de las superpotencias que luchan por una hegemonía militar y económica. La presidenta von der Leyen abre un nuevo camino en la escena internacional que representa la tercera vía para reconstruir la esperanza y el progreso tras un diálogo de casi 25 años. Un futuro de progreso compartido que beneficiará a más de 700 millones de personas e impulsará el crecimiento en Europa y el Mercosur.

“Estamos reforzando nuestra asociación como nunca antes”, afirmó la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, sentada junto a los jefes de Estado de los países del Mercosur, en la rueda de prensa celebrada el pasado viernes en Montevideo. Mientras EEUU y China continúan incrementando las tensiones al borde del enfrentamiento, Europa avanza hacia un nuevo camino donde estrechar relaciones y construir oportunidades de futuro.

Es cierto que el acuerdo provoca ciertas reticencias en determinados sectores sensibles de la agricultura y ganadería europea que deberán ser atendidos en sus reivindicaciones para poder aprovechar oportunidades que ofrece el hemisferio sur, desde la cooperación posible y necesaria. El acuerdo supone la eliminación progresiva de los elevados aranceles que también se aplican a un gran número de productos agroalimentarios europeos, en los que España tiene

intereses comerciales, como el aceite de oliva, vino, frutas y hortalizas o porcino. En contrapartida, la UE liberalizará el 82% de las importaciones agroalimentarias del bloque de Mercosur e impondrá contingentes arancelarios para aquellos productos más sensibles en los próximos diez años.

El acuerdo deberá ser firmado y ratificado, tanto por los Estados parte del Mercosur como de la UE. Luego llegará un periodo de diez años para su implantación mientras se adoptan medidas que permitan a sectores afectados fortalecer sus posibilidades de exportación, especialmente en los pequeños agricultores. La presidenta von der Leyen señala que “este es un acuerdo beneficioso para los dos bloques y aportará significativos beneficios a consumidores y empresas”. Añade que “escuchamos las preocupaciones de nuestros agricultores y actuamos en consecuencia. Este acuerdo incluye robustas salvaguardas para proteger nuestro sustento”, explicó.

En el detalle del acuerdo, España deberá estudiar en profundidad las necesarias “salvaguardias” que pueden afectar a productos como el arroz y otros, así como la necesaria modernización e instrumentos que permitan a los pequeños agricultores beneficiarse de las nuevas oportunidades para el comercio y relaciones con otros países. Por su parte el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, ha calificado de histórico el acuerdo entre la Unión Europea y Mercosur, como un “puente económico” sin precedentes entre Europa e Iberoamérica. El ministro de Agricultura, Luis Planas, señala que es “un gran éxito” en términos comerciales, de exportaciones, de cara al Mercado Común del Sur (Mercosur), en todos los ámbitos, incluyendo el sector agroalimentario. “Las posibilidades en materia de aceite de oliva, de vino y otros sectores son muy grandes en Mercosur. Yo quiero ver esa parte que me parece positiva, también en el sector, evidentemente, agroalimentario”, ha manifestado. Los sectores más sensibles y que más preocupa es la carne de vacuno, aves de corral, azúcar, etanol y arroz si bien hay tiempo para adoptar medidas que permitan a Europa garantizar su independencia alimentaria.



Para la agricultura valenciana permitirá nuevos mercados complementarios. / GONZALO GAYO

El acuerdo contempla la eliminación del 91% de los aranceles al mismo tiempo que se ratifica el compromiso de que las importaciones agroalimentarias deberán cumplir la misma normativa fitosanitaria que soportan nuestros agricultores.

Para la agricultura valenciana permitirá nuevos mercados cuyos calendarios de cosechas se complementan para cítricos, vinos, kakis y otros tantos productos. También nuestros productos mejorarán en su acceso a los principales mercados europeos con la puesta en marcha del corredor del mediterráneo en 2026-27 permitiendo en apenas unas horas desde la recolección llegar al corazón de las principales capitales europeas.

Con este acuerdo, Europa refuerza su independencia de China y EEUU ante la subida de aranceles anunciada por Trump y los suministros chinos. Esperemos que el acuerdo avance escuchando a los agricultores para modernizar un sector que necesita modernización y atender las necesidades de inversiones en infraestructuras, tanto para hacer frente a las sequías como a las tormentas que arrasan poblaciones enteras como la sufrida el pasado 29-O. Esperemos que la presidenta de la UE entre con buen pie en su nuevo mandato cumpliendo compromisos y la palabra dada a los agricultores europeos.

Por otro lado, esperemos también que el precio del aceite en los hogares españoles baje de una vez tras los datos de la campaña en la que se certifica la recuperación del nivel productivo de aceite de oliva y la especulación que está haciendo de oro a más de uno a costa del bolsillo de los ciudadanos. Con un aumento de más del 50% de la producción respecto a la campaña de 2023-24 y más de 1,29 millones de toneladas va siendo hora que los precios concedan una tregua a los hogares españoles y dejen de especular los que manejan precios especulativos en el mercado.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

El acuerdo con Mercosur se enfrenta al rechazo de varios países y sectores

Con un fuerte peso de su sector agrícola, Francia se opone férreamente al tratado

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El acuerdo de la Unión Europea con Mercosur ha recibido el rechazo de varios países del club comunitario y sectores productivos como el agrícola, que ya anuncian movilizaciones de protesta contra el mayor pacto comercial del globo.

El sexto día de su segundo mandato, la presidenta de la Comisión Europea, la alemana Ursula von der Leyen, voló a Montevideo para sellar un acuerdo “verdaderamente histórico” con el bloque Mercosur (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay) tras casi 25 años de negociaciones, pero acogido de forma muy desigual por Francia y Alemania, los tradicionales ‘motores’ de la UE.

Con un fuerte peso de su sector agrícola, Francia se opone férreamente al acuerdo y, sin distinciones entre partidos políticos, lo ve como “un puñal en la espalda” y una “traición” por parte de von der Leyen, mientras que Alemania lo acoge esperanzada por el balón de oxígeno que pueda suponer para su sector industrial en decline, en especial el automovilístico.

La Comisión Europea, que tiene la competencia de negociar en nombre de los Estados miembros, presiona para estampar la firma final al acuerdo de asociación de mayor alcance del mundo, con una población combinada de más de 700 millones de personas, ante el temor de que China, que ya ha expandido su presen-



Los productores europeos muestran su rechazo al acuerdo con Mercosur. /VF

cia e inversiones en la región, se adelanta al bloque comunitario.

Y sin olvidar que Bruselas se prepara para la segunda presidencia del republicano Donald Trump en Estados Unidos en enero próximo y una posible nueva política de aranceles, que avanzó en su campaña.

■ DOS BANDOS EN LA UE

En el bando de Francia se sitúa Italia, cuyo Gobierno ya advirtió de que no firmará el acuerdo con Mercosur a menos que incluya mayores garantías para los agricultores europeos. Polonia y el parlamento neerlandés,

entre otros, también están en la misma línea.

En la onda de Alemania, se sitúan España y Portugal, entre otros. El presidente español, Pedro Sánchez, dijo que servirá para tender un “puente económico” sin precedentes entre Europa y América Latina, mientras que el jefe de Estado portugués, Marcelo Rebelo de Sousa, añadió que “representa una oportunidad única para las empresas y la economía de ambos lados del Atlántico” y pidió su ratificación.

Esta división de pareceres entre Alemania y Francia, los dos países más grandes e influyentes

del club comunitario, amenaza con debilitar los cimientos de la Unión Europea. Y esto en un momento, además, en que las elecciones legislativas alemanas están a la vuelta de la esquina (23 de febrero) y el presidente francés, Emmanuel Macron, busca un sucesor para el conservador Michel Barnier al frente del Gobierno, tras caer tres días atrás por una moción de censura.

En un mundo marcado por tensiones geopolíticas y tentaciones proteccionistas, el presidente del Consejo Europeo, António Costa, decidió reservar el tiempo de la comida de la primera cumbre europea que organiza el 19 de diciembre para debatir con los líderes europeos sobre el papel de la UE en el mundo y “del comercio en el fomento de la prosperidad para ambas orillas del Atlántico”. Será, por tanto, la primera oportunidad que los líderes europeos tendrán para confrontar cara a cara sus posiciones sobre el acuerdo UE-Mercosur, que tiene que obtener el visto bueno del Consejo de la UE, del Parlamento Europeo (que también se perfila tortuoso) y, dependiendo de la base legal del pacto —aún por determinar—, posiblemente también los parlamentos nacionales de los estados miembros de la UE.

■ AGRICULTORES Y ECOLOGISTAS EN CONTRA

Con Barnier en funciones, el principal sindicato agrario de Francia, la FNSEA, ha pedido al

presidente, Emmanuel Macron, que “se moje verdaderamente” para construir una mayoría europea en contra del pacto con el Mercosur para “bloquearlo”.

Por lo pronto, el comité de organizaciones agrarias y cooperativas europeas (Copa-Cogeca) está ya en pie de guerra y nada más conocerse la noticia del acuerdo convocó “una acción relámpago en Bruselas de protesta” para ayer día 9, coincidiendo con una reunión de ministros de Agricultura y Pesca de la UE.

Según el Copa-Cogeca, el capítulo agrícola del acuerdo está “desequilibrado” y, entre los sectores sensibles, mencionó la carne de vacuno, las aves de corral, el azúcar, el etanol y el arroz.

La Coordinadora Europea Vía Campesina (pequeños y medianos agricultores), aseguró que seguirá movilizándose contra el acuerdo comercial “y, de un modo u otro, le pondrán fin”.

Igual de combativa se mostró la plataforma CAN Europe, de la que forman parte más de 1.700 organizaciones ecologistas europeas, que más allá de consideraciones medioambientales, dijo que el “sombrio” acuerdo es “un ataque frontal” a la democracia por haber sido negociado desde el “más absoluto silencio”.

■ SECTOR DEL AUTOMÓVIL

Una visión radicalmente distinta tienen los principales fabricantes de automóviles de la UE, reunidos en la asociación ACEA, que pidieron una rápida ratificación por parte del Consejo y el Parlamento Europeo.

Este acuerdo, que permitirá a las empresas europeas ahorrarse 4.000 millones de euros al año en aranceles, “llega en un momento crucial para la industria automotriz, que actualmente enfrenta desafíos críticos en la transición hacia la descarbonización”, afirmó la directora general de ACEA, Sigrid de Vries.

La firma de este acuerdo envía una fuerte señal al resto del mundo en apoyo de un comercio libre, abierto y basado en reglas, según ACEA.

(Copa-Cogeca). “Yo creo que lo importante es continuar avanzando, continuar progresando. Y considero que este acuerdo es un paso adelante muy importante, sinceramente”.

■ EL CONTEXTO

En ese sentido, refirió a la importancia que tiene concluir el acuerdo con Mercosur en el contexto geopolítico, con “la nueva administración norteamericana y las tensiones comerciales con China”. En todo caso, “si existe alguna duda y alguna preocupación, que entiendo puede existir por parte del sector agrario, tenemos siempre las cláusulas de salvaguardia” que, en este caso en particular, “se pueden aplicar incluso a los propios contingentes”.

Se refirió en ese contexto a una medida de ese tipo aplicada en el pasado, “en el año, si mi memoria es correcta, 2018”, a la carne de vacuno procedente de Mercosur.

Planas asegura que España es una potencia alimentaria y no debe temer el acuerdo

► VF. REDACCIÓN.

El ministro español de Agricultura, Luis Planas, aseveró ayer que España no debe temer el acuerdo de asociación entre la UE y Mercosur porque es una potencia agroalimentaria y se refirió a las “ventajas” que puede aportar para los productores de aceite de oliva, el vino o los cítricos.

“Entiendo que a algunos les pueda preocupar, a mí no”, señaló Planas a su llegada a un Consejo de ministros de Agricultura y Pesca de la Unión Europea preguntado por el acuerdo con Mercosur. Y añadió que “somos una potencia agroalimentaria y no tenemos que temer a la apertura comercial”. En particular, Planas se refirió a “las ventajas que se presentan para sectores como el aceite de oliva, vino, porcino y muchos otros sectores, cítricos y otros” tras opinar que “tenemos mucho interés en la conclusión del acuerdo”. El ministro indicó además que no cree que

la aplicación del acuerdo vaya a generar protestas de los agricultores, como las que tuvieron lugar este último año por otros motivos. “Hay mucho de mitología en torno a Mercosur, como lo había antes en torno a Canadá o estos acuerdos comerciales”, indicó Planas. En particular, se refirió a los temores que despertaban en el pasado otros acuerdos suscritos por la UE pero que finalmente han beneficiado a los productores.

■ CANADÁ Y JAPÓN

En particular, mencionó el pacto entre la UE y Canadá, gracias al

cual “España ha triplicado las ventas agroalimentarias desde la entrada en vigor” o al acuerdo de Japón, que ha permitido que España haya “cuadruplicado las ventas agroalimentarias” a ese país. No obstante, reconoció que “evidentemente tenemos que buscar el equilibrio” pero consideró que “este es un acuerdo equilibrado” tanto globalmente como dentro del sector agroalimentario.

Planas subrayó además que se ha logrado, en el marco del acuerdo “una protección de nuestras figuras de calidad, de las denominaciones de origen e IGP a nivel

de Unión Europea, de las cuales 59 son españolas”. El responsable de Agricultura indicó que, aparte de ser un pacto comercial, el acuerdo con Mercosur “es algo más” y consideró que hace falta “una actitud de explicación y evidentemente también de defensa de los intereses” en relación con las preocupaciones que pueda plantear su aplicación.

El ministro adelantó que tenía previsto conversar sobre este asunto ayer lunes con sus homólogos de Francia e Italia y con representantes del Comité de Organizaciones Agrarias y Cooperativas comunitarias

El sector agrario se niega a pagar la factura del tratado

El Copa-Cogeca considera que validar el acuerdo comercial tendrá graves consecuencias para la comunidad agropecuaria de toda Europa

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Los temores de la comunidad agropecuaria europea se han cumplido. La Comisión Europea, en nombre de la UE, y los funcionarios representantes del Mercosur cerraron el 6 de diciembre un nuevo acuerdo respecto al tratado comercial bilateral que une a ambos bloques. “Si los Estados miembro y el Parlamento Europeo lo validan, este acuerdo acarreará consecuencias de gran calado para la comunidad agropecuaria de toda Europa, además de perjudicar a los 450 millones de consumidores de la Unión Europea”, han señalado desde el Comité de Organizaciones Agrarias y Cooperativas comunitarias (Copa-Cogeca).

Esta entidad representativa ha venido manifestando desde hace años su categórica oposición a este acuerdo comercial “desfasado y problemático. Entendemos que es necesario que la UE afiance sus relaciones comerciales en el contexto geopolítico actual, pero no a cualquier coste. El sector agropecuario de la UE es todavía

especialmente vulnerable a las concesiones realizadas en el desequilibrado capítulo referente a la agricultura. Los sectores sensibles como el de la carne de vacuno, la carne de ave de corral, el azúcar, el etanol y el arroz se enfrentan a un riesgo considerable de sufrir una saturación del mercado y pérdidas de ingresos debido a la afluencia de productos a bajo coste procedentes de los países del Mercosur. Este tratado comercial agravará la presión económica que ya soportan numerosos agricultores y ganaderos que lidian constantemente con los elevados precios de los insumos y las difíciles condiciones climáticas”, ha explicado el Copa-Cogeca.

Según detallan en un comunicado, la realidad es sobrecogedora: los países del Mercosur no han de cumplir con las normas de producción que se exigen a la agricultura de la UE, ya sea en lo relativo a los productos fitosanitarios, al bienestar animal o a las prácticas sostenibles. Además, los países del Mercosur cumplen con normas laborales y de seguridad más laxas, por lo



Agricultores y cooperativas abogan por tratados comerciales equitativos, equilibrados y ambientalmente sostenibles. / ARCHIVO

El Copa-Cogeca considera este acuerdo como “desfasado y problemático”. Entiende que es necesario que la UE afiance sus relaciones comerciales en el contexto geopolítico actual, pero “no a cualquier coste”

que pueden producir a un menor coste, lo que genera una competencia desleal con respecto a los productores de la UE. Por último señalan que la Comisión Europea actúa de forma incoherente. En la legislatura anterior, multiplicó las restricciones y normativas aplicables a los productores europeos y ahora, apenas iniciado su segundo mandato, da prioridad a este acuerdo injusto.

“El protocolo adicional en materia de sostenibilidad, que se les remitió a los países del Mercosur en marzo de 2023, no estaba a la altura de las expectativas. Además, en su respuesta de septiembre de 2023, el Mercosur dejó patente su falta de ambición y de compromiso para cumplir siquiera convenios internacionales elementales o medidas de sostenibilidad

vinculantes. El fracaso a la hora de abordar la sostenibilidad ha avivado la oposición a este acuerdo, no sólo por parte de los productores agropecuarios sino también de los sindicatos, las ONG ecologistas y las organizaciones de consumidores”, recalca el Copa-Cogeca.

El presidente del Copa, Massimiliano Giansanti, considera que “la Comisión transmite un mensaje harto preocupante a los millones de agricultores y ganaderos de toda Europa antes incluso de haber presentado su ‘visión para el futuro de la agricultura’. Esta situación es particularmente preocupante porque nos hallamos en una fase sumamente delicada de recuperación del diálogo entre los productores agrarios y las instituciones europeas. Los Estados miembro y el Parlamento Europeo deben

ahora cuestionar los términos de este acuerdo con contundencia y trabajar en aras de una solución que garantice un planteamiento equitativo y equilibrado para proteger el modelo agropecuario de la UE. A partir del lunes (día 9 de diciembre) iniciaremos nuestra movilización, intercambiaremos pareceres con los ministros y los eurodiputados y llevaremos a cabo un acto sorpresivo en Bruselas, frente al Consejo”.

Por su parte, el presidente de la Cogeca, Lennart Nilson, ha añadido que “los agricultores y las cooperativas agrarias de la UE no se oponen al comercio, sino que abogan por tratados comerciales equitativos, equilibrados y ambientalmente sostenibles. El tratado entre la UE y el Mercosur en su versión actual no cumple con tales principios y se usa al sector agropecuario como una moneda de cambio en beneficio de otras industrias. Desde la Cogeca también instamos a los Estados miembros de la UE y al Parlamento Europeo a posicionarse rotundamente en contra de este acuerdo”.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El acuerdo alcanzado entre la UE y Mercosur supondrá prácticamente el libre acceso de las frutas y hortalizas de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay al mercado comunitario, según Fepex, y agravará el déficit de una balanza comercial ya muy desequilibrada. Durante el ejercicio 2023 las exportaciones de la UE a Mercosur se situaron en 223,6 millones de euros mientras que las importaciones ascendieron a 959,6 millones de euros.

El desarme arancelario acordado para las frutas y hortalizas importadas por la UE y procedentes de Mercosur prevé la desaparición de los derechos arancelarios *ad valorem*, es decir los derechos que se imponen a

El tratado liberaliza el acceso de las frutas y hortalizas al mercado comunitario

Fepex considera que el acuerdo agravará el déficit de una balanza comercial ya muy desequilibrada

las importaciones sobre el valor de la mercancía y esta desaparición se llevará a cabo dependiendo de los productos, en tres fases, a partir de la entrada en vigor del acuerdo. Para los productos con derechos arancelarios ahora establecidos inferiores al 5% se

suprimirán cuando entre en vigor el acuerdo. Para los productos con derechos arancelarios ahora establecidos comprendidos entre 5,1% y 10%, supresión en un periodo transitorio de 4 años, en tramos iguales cada año. Para los productos con derechos

arancelarios ahora establecidos superiores al 10,1%, supresión en un periodo transitorio de 7 años.

En cuanto a los precios de entrada de las frutas y hortalizas importadas se mantienen, a excepción de los cítricos, pero para Fepex no suponen ninguna

El desarme arancelario acordado prevé la desaparición de los derechos arancelarios *ad valorem*

protección efectiva del mercado comunitario, ya que son precios que se fijaron en la ronda de negociaciones de Uruguay en 1994. El sistema de precios de entrada establece una cotización mínima por encima del cual debe mantenerse el precio de los productos importados.

Respecto al acceso de las producciones comunitarias a los países de Mercosur, en la actualidad estos países requieren la negociación de protocolos fitosanitarios por cada tipo de fruta y hortaliza procedente de la Unión Europea que se quiere exportar, lo que dificulta mucho el acceso a estos mercados. Y hasta que no se conozca el texto definitivo del acuerdo, se desconoce si se mantendrá esta obligación.

La exportación de frutas y hortalizas frescas de la UE a los países de Mercosur en el ejercicio de 2023 se situó en 181.511 toneladas, por un valor de 223.680.000 euros, mientras que las importaciones se elevaron a 775.023 toneladas por un valor de 959.632.000 euros, según datos de Eurostat procesados por Fepex.



El acuerdo supondrá prácticamente el libre acceso de las frutas y hortalizas de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay al mercado comunitario. / ARCHIVO

► VF. REDACCIÓN.

El anuncio del cierre de las negociaciones entre la Unión Europea y el bloque de Mercosur para un acuerdo comercial ha generado un rechazo unánime en Francia, donde la peleada clase política se ha unido en repudiar el cierre del pacto. “Puñalada por la espalda”, “inaceptable” o “traición” son algunos de los comentarios que ha generado en Francia el anuncio realizado el 6 de diciembre en Montevideo por la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, sobre el cierre del acuerdo tras casi 25 años de negociaciones.

El acuerdo sigue siendo “inaceptable” en su estado actual y, como “no está firmado ni ratificado”, por ahora no tiene “ningún efecto jurídico”, afirmaron fuentes del Elíseo. Desde la presidencia francesa añadieron, en una conversación con un grupo de periodistas, que “sólo los Estados miembros de la UE podrán autorizar la firma del acuerdo”, y recalcaron que los Veintisiete “no están vinculados por el anuncio del fin de las negociaciones”.

Francia va a luchar “en cada etapa” del proceso dentro de la UE, advirtió por su parte la ministra de Comercio Exterior en funciones, Sophie Dumas, quien recalcó que lo ocurrido en Montevideo “no compromete a los Estados miembros” del bloque europeo.

Más duras aún fueron las reacciones de los líderes políticos de la oposición. “¡Un acto de traición!”, clamó el secretario general del Partido Comunista, Fabien Roussel, en la red social X.

La ira francesa

El rechazo al acuerdo entre la UE y Mercosur en Francia es prácticamente unánime en todo el arco ideológico

“Puñalada por la espalda”, fue la expresión de la líder de la extrema derecha, Marine Le Pen, quien lamentó que la Comisión Europea haya impuesto su “diktat”. Le Pen acusó también a la CE de “limpiarse los pies con el voto soberano de los diputados” franceses, ya que la Asamblea Nacional rechazó por una mayoría aplastante la pasada semana el acuerdo de libre comercio con el bloque suramericano, igual que ocurrió en el Senado.

Al otro extremo del arco político, Jean-Luc Mélenchon, líder histórico del partido izquierdista La Francia Insumisa (LFI), prefirió atacar al presidente de Francia, Emmanuel Macron, que está inmerso en la tarea de buscar un nuevo primer ministro tras la moción de censura que derribó al Gobierno de Michel Barnier el pasado miércoles. “Mientras Macron juega al monopoly político, el Gobierno alemán está encantado con el abuso de poder de von der Leyen, que ha firmado el acuerdo de libre comercio con Mercosur en Uruguay. Con Macron, Francia sale de la Historia”, afirmó.

La líder ecologista Marine Tondelier también atacó a Macron al criticar el acuerdo. “El balance del macronismo es también el debilitamiento de Fran-



El agro francés amenaza el acuerdo UE-Mercosur con vetos y protestas. / X

cia en Europa y en el mundo. Nuestros agricultores no pueden ser monedas de cambio”, insistió el dirigente.

■ ORGANIZACIONES AGRARIAS

Además de entre la clase política, las críticas se han multiplicado también en las organizaciones agrarias, que en las últimas semanas han protagonizado protestas por todo el país contra este acuerdo y que tienen nuevas movilizaciones programadas para esta semana.

“Ursula (von der Leyen) nos clava un puñal por la espalda”, consideró Yohan Barbe, portavoz del principal sindicato agrario de Francia (FNSEA) en declaraciones al canal BFM-TV, en las que avisó también de más movilizaciones. “Vamos a endurecer nuestras acciones y a centrarlas en la UE”, afirmó.

La FNSEA asegura que lo que toca ahora es que el presidente, Emmanuel Macron, “se moje verdaderamente” para construir una mayoría europea

en contra del pacto de libre comercio con el Mercosur para “bloquearlo”.

En declaraciones al canal televisivo BFM, el vicepresidente de la FNSEA, Franck Sander, subrayó la importancia de que Macron se aplique, sobre todo en vista de la reciente caída del Gobierno del primer ministro Michel Barnier, quien desde el pasado jueves puede actuar sólo en funciones para operar los asuntos corrientes del país.

Sander reiteró que este tratado será “catastrófico” para el campo francés, pero incidió en que al acuerdo le queda aún camino por recorrer y que lo importante ahora, para ellos, es lograr la oposición necesaria en Europa para evitar su aprobación final.

El rechazo al acuerdo en Francia es prácticamente unánime en todo el arco ideológico, incluso en medio de la actual crisis, y así lo había retratado la clase política con mociones votadas en la Asamblea Nacional y el Senado. El rechazo se basa en que los agricultores y ganaderos del bloque sudamericano no tienen que cumplir las mismas exigencias fitosanitarias o ambientales que los productores europeos, por lo que estos sufrirían una competencia desleal, según París.

Dos de los problemas que más se mencionan en la capital francesa, pero no los únicos, es la utilización de hormonas y antibióticos para el crecimiento del ganado vacuno y de aves, o la falta de garantías en cuestiones ambientales, como el final de la deforestación amazónica con fines agrícolas.

Un campo de minas

El acuerdo entre la Unión Europea y Mercosur afronta un camino complejo para ser ratificado en toda la UE

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El cierre de la negociación del acuerdo de asociación entre la Unión Europea y Mercosur no es aún el final del camino en el bloque europeo: antes de su entrada en vigor afrontará una dura oposición que tendrá lugar en el Consejo de la Unión Europea, que representa a los países, el Parlamento Europeo y, posiblemente, los Parlamentos de los gobiernos más reticentes al pacto.

El acuerdo, que se negocia desde hace un cuarto de siglo, eliminaría aranceles para el comercio entre los países de la UE y Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, con una población combinada de más de 700 millones de personas, lo que le convertiría en el tratado de asociación de mayor alcance del mundo.

Tras dos décadas de negociación, la UE y Mercosur cerraron el acuerdo comercial en 2019, pero desde entonces no se ha podido ratificar porque ambos bloques negocian desde entonces nuevos compromisos medioambientales que exigen los países de la UE a causa de la fuerte oposición del sector agrícola.

La Comisión Europea, que negocia en nombre de los Estados miembros, presiona para poner el sello final al acuerdo

ante el temor de que China, que ya ha expandido su presencia e inversiones en la región, se adelante al bloque comunitario.

Sin embargo, cualquier texto tendrá que obtener también el visto bueno del Consejo de la UE, el Parlamento Europeo y, dependiendo de la base legal del pacto —aún por determinarse—, posiblemente también los Parlamentos nacionales de los Estados miembros de la UE

■ CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA

La institución europea que representa a los países tendrá que reunir al menos 15 socios (un 55% de los 27 Estados miembros) que representen a un 65% de la población de la Unión Europea a favor del acuerdo.

París lidera el esfuerzo para conseguir una minoría de bloqueo que tumbé el pacto en el Consejo y, aunque es muy difícil que encuentre a una decena de gobiernos opuestos al pacto, Francia por sí sola tiene más de un 15 por ciento de la población europea y espera que se sumen a su esfuerzo socios grandes como Italia o Polonia para cumplir con el criterio de la población.

aunque no es seguro si alguno de ellos votaría en contra en el Consejo.

■ PARLAMENTO EUROPEO

El nuevo Parlamento Europeo salido de las urnas el pasado 9 de junio tendrá también que escrutar y pronunciarse sobre el acuerdo entre la UE y el Mercosur: primero lo harán sus comisiones de Comercio Internacional y de Asuntos Exteriores y, después, tendrá que votarlo el pleno en su conjunto.

El veterano presidente de la comisión de Comercio Internacional, el socialdemócrata alemán Bernd Lange, ha instado a que la razón “prevalezca” sobre la emoción y urgió a tener en cuenta que, aunque el pacto no cumpla con todas las expectativas de la UE, “las consecuencias de no tener un pacto probablemente superarían con creces las debilidades de uno imperfecto. No deberíamos considerar este acuerdo de forma aislada, sino más bien como un símbolo del lugar que queremos ocupar en el mundo”.

Lange, eurodiputado desde 1994, no cree que las mayorías a favor o en contra de este tipo de acuerdos hayan cambiado tras las elecciones europeas y sigue viendo a los mismos “sospechosos habituales a favor y en contra” del pacto con el Mercosur.



Imagen del Parlamento Europeo durante una votación. / ARCHIVO

En contra estarán, con seguridad, los Patriotas por Europa (el partido de la francesa Marine Le Pen es su miembro más numeroso con diferencia), los Verdes y la Izquierda, además de delegaciones nacionales concretas dentro de grupos generalmente a favor, como pueden ser los liberales y socialistas franceses.

■ ¿Y LOS PARLAMENTOS NACIONALES?

Está por determinar también cuál es la estructura legal tendrá este acuerdo y si es necesario que el pilar comercial tenga que recibir el visto bueno de todos los parlamentos nacionales de los Veintisiete para que

pueda entrar en vigor de forma plena.

En el caso de que sea un acuerdo mixto y lo necesite, los países reacios que se quedan en minoría en el Consejo pueden ejercer el veto desde sus Parlamentos nacionales.

El Parlamento neerlandés y el austriaco, entre otros, se han pronunciado en contra del acuerdo con argumentos similares a los que exponen los gobiernos contrarios al mismo. No sería la primera vez que esto sucede: el pacto entre la Unión Europea y Canadá pendió de un hilo en 2016 ante el bloqueo temporal del Parlamento de Valonia, la región sureña de Bélgica, que acabó cediendo.

Recta final para la campaña de patata con casi 2 millones de toneladas y precios al alza

El precio se sitúa un 65% por encima de la media de las últimas cinco campañas

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de patata llega a su recta final con una producción de 1.933.963 toneladas y un precio medio en origen un 65% superior al de la media de las últimas cinco campañas y un 22% respecto al ejercicio anterior.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) se ha reunido con las organizaciones representativas del sector de la patata en un encuentro en el que han hecho un balance de la campaña, que entra en su recta final.

EXPORTACIONES

La directora general de Producciones y Mercados Agrarios, Elena Busutil, ha presidido la reunión de la mesa sectorial en la que también se han expuesto los datos de exportaciones de patata recogidos por Eurostat desde enero hasta septiembre. Estos datos arrojan un volumen acumulado de 298.594 toneladas vendidas al exterior, un 1,7% superior al año pasado y un 19% por encima de la media de las últimas cinco campañas. En términos de valor, también se observa una tendencia creciente. Se superan los 177 millones de euros, cifra récord que se sitúa un 5,8% por encima de la campaña pasada y un 60,4% sobre la media de los últimos cinco años.



El sector ha compartido la necesidad de impulsar el consumo de patata fresca en los hogares. / ARCHIVO

La exportación total de patata a lo largo de este año asciende a un volumen acumulado de 298.594 toneladas, un 1,7% superior al año pasado y un 19% por encima de la media de las últimas cinco campañas, con un valor que supera los 177 millones de euros

PRECIOS Y CONSUMO

En 2024 también se han registrado cotizaciones muy superiores a las de años anteriores (por las campañas más cortas de Andalucía y Murcia y la menor producción en Francia). Fruto de ello, hasta el mes de noviembre (último dato disponible) el precio medio nacional de campaña en la posición más próxima al agricultor se sitúa en 0,57 euros por kilogramo, un 22,3% superior a la anterior y un 65,3% por encima de la media de las últimas cinco campañas.

Además, el sector ha compartido la necesidad de impulsar el consumo de patata fresca en los hogares tras la tendencia negativa en los últimos años. Así lo reflejan los datos del último panel de consumo alimentario del ministerio con una reducción del 3% respecto a 2023 y del 11% respecto a la media.

Elena Busutil ha emplazado al sector a continuar trabajando juntos para superar los retos actuales. Uno de ellos, el fomento de la producción nacional con el fin de reducir la dependencia del exterior para atender la demanda interna.

Preocupación en el sector patatero por el aumento de la importación y la falta de fitosanitarios

El sector de la patata ha mostrado su preocupación por la creciente importación, en especial procedente de Egipto

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La importante tendencia al alza de la importación española de patata, en especial de Egipto como competidor en el mercado nacional de la UE y la creciente dificultad en materia de protección de cultivos fueron temas más debatidos en el encuentro que se dio entre los productores del tubérculo agrupados en Fepex (Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas) y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación el 3 de diciembre.

Este año, y hasta septiembre de 2024, según los datos aportados por el MAPA en la reunión, la importación española de patata se ha situado en 885.783 toneladas, un 21,7% más que el año pasado y un 42% más que la media de los

últimos cinco años. El principal proveedor es Francia (620.942 toneladas) que representa el 70% de las compras totales, seguido de Portugal y Egipto, con 61.081 toneladas, que supone el 7% de las compras totales.

EGIPTO

La importación española de patata procedente de Egipto en 2019 se situó en 2.463 toneladas y el año pasado se elevó a 50.488 toneladas, lo que supone un crecimiento del 1.958%. En valor, la importación pasó de 1,1 millones de euros a 24,9 millones de euros, con un incremento del 2.100%, según datos del Departamento de Aduanas.

En el ámbito comunitario, Egipto es el principal proveedor de patata de los 27, con el 68% de las compras totales. Las impor-

taciones procedentes de dicho país se incrementan un 91,4% respecto a la media, mientras que las provenientes de los otros dos principales proveedores, Israel y Reino Unido, se reducen.

El sector agrupado en Fepex expuso la necesidad de adoptar medidas que permitan una mejora de la competitividad, como son la inclusión de la patata dentro de las intervenciones sectoriales de la Política Agraria Común, con el fin de que se puedan constituir organizaciones de productores y se implementen programas operativos.

FITOSANITARIOS

En materia del uso de fitosanitarios, se planteó en la charla la preocupación por la creciente dificultad en materia de protección de cultivos, siendo impres-



El incremento del 1.958% de la compra de patatas procedentes de Egipto desde 2019 ha sido uno de los temas más comentados en la reunión. / FEPEX

cindible que existan soluciones y productos alternativos nuevos antes de prohibir taxativamente los medios de protección disponibles. Igualmente se expuso el problema que está provocando en esta campaña la falta de patata de siembra, debido en gran medida a las plagas y las adversidades climáticas que han provocado una disminución de volumen y aumento de precios.

REUNIÓN

La directora general de Producciones y Mercados Agrarios, Elena Busutil, presidió la reunión de la mesa sectorial, que ha tenido lugar el martes y en

la que participaron, por parte de Fepex, el presidente del Comité de patata, Alfonso Sáenz de Cámara; el director y responsable técnico, José María Pozancos y Luis Martín, así como los responsables de distintas asociaciones integradas. Intervinieron el gerente de Asociación de Empresas Productoras y Exportadoras de Frutas y Hortalizas de Andalucía y Extremadura, Asociafruit, Luis Marín y el responsable del Comité de patata de esta asociación, Marcos Román; así como el presidente de la Asociación de Operadores de Patata en Origen de Castilla y León, Asopocyl, Marco Antonio Martín.

Los sindicatos agrarios convocan una huelga en los almacenes de cítricos

El aumento salarial del 9% propuesto por la patronal para este año no es suficiente para frenar una huelga que el CGC tilda de “irresponsable”

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El pasado 4 de diciembre se produjo el séptimo encuentro entre los sindicatos (UGT-PV y CCOO-PV) y los empresarios (Comité de Gestión de Cítricos —que tiene la mayor representación— y la Federación de Cooperativas Agro-alimentarias de la Comunitat Valenciana) para tratar de pactar el Convenio Colectivo de Manipulado y Envasado de Cítricos. Tras una maratónica reunión de once horas, la parte social anunció que iba a iniciar los trámites para convocar una huelga de tres días, del 12 al 14 de diciembre. Una huelga que el CGC tilda de “irresponsable”.

El Comité de Gestión de Cítricos señaló la semana pasada que “la movilización se produce pese a que el CGC ha renunciado a su principal reivindicación y ha accedido a que la necesaria flexibilidad laboral, la que exige la gran distribución europea para seguir considerando a España como su primer proveedor, sea voluntaria”.

La huelga se convoca también pese a haber realizado —siguiendo el interés prioritario de los sindicatos— una nueva propuesta mejorada, con un incremento salarial del 9% ya este año y del 15% acumulado al cuarto año, que sería mayor en caso de ser revisado según IPC y que añade a ello aumentos para determinadas categorías profesionales (de hasta el 14% sólo el primer año).



Los sindicatos han iniciado los trámites para convocar una huelga en los almacenes del 12 al 14 de diciembre. / CGC

“Tras las concesiones hechas sin recibir nada a cambio, tras el desastre de la DANA, tras tres semanas de lluvias intermitentes entre octubre y noviembre en las que la recolección y comercialización se ha visto paralizada, con

la amenaza cada vez más cierta sobre el mercado de la UE de la oferta más barata de Marruecos, Turquía y de Egipto, este anuncio es más irresponsable que nunca, cuestionará la marcha de la campaña como tal y supone un

ataque, no sólo a los exportadores sino, sobre todo, a los propios citricultores”, ha denunciado la presidenta del CGC, Inmaculada Sanfeliu.

Según el Comité de Gestión de Cítricos, la actitud que en

todo este tiempo ha mantenido CCOO y UGT contrasta con los acuerdos que estos mismos sindicatos han alcanzado en convenios análogos, que son de aplicación también en otras zonas cítricas españolas. En esas provincias se han alcanzado acuerdos hoy en vigor que sí contemplan diversos grados de flexibilidad para poder atender las exigencias de la llamada distribución moderna.

“El rechazo a estas fórmulas implicará que no sólo vayamos a perder competitividad frente a otros países mediterráneos donde las condiciones laborales occidentales no se cumplen, sino que también lo haremos con otras regiones españolas, que disfrutarán de las ventajas que a nosotros nos niegan”, ha matizado Sanfeliu.

Con todo, este convenio dañaría al conjunto del sector porque es el que incumbe a más trabajadores —unos 55.000 en toda la Comunitat— pero fundamentalmente porque afecta a los centros de confección que son responsables del 70% de los cítricos en fresco comercializados en todo el país.

Concretamente, hasta la semana pasada —fecha en la que se renunció a esta pretensión— el CGC planteaba alcanzar un compromiso para trabajar un número aproximado de 10 sábados y festivos al año por campaña. “Nuestra ventaja competitiva es dar un buen servicio. Ese factor es, junto a otros como la seguridad alimentaria y una calidad homogénea, lo que más valor añadido da a nuestros cítricos, lo que nos diferencia de la oferta de otras potencias con menores costes y exigencias sociales, medioambientales o fitosanitarias”, ha advertido la presidenta del CGC.

Al cierre de esta edición de **Valencia Fruits** (el 9 de diciembre), no se había alcanzado un acuerdo sobre el Convenio Colectivo de Manipulado y Envasado de Cítricos y las partes seguían manteniendo contactos informales.

Se recupera el consumo de frutas y hortalizas en los hogares españoles

Las cifras del Panel de Consumo del MAPA muestran un crecimiento del 1,6% en los ocho primeros meses del año

► VF. REDACCIÓN.

El consumo de frutas y hortalizas frescas en los hogares de enero a agosto de este año ha aumentado un 1,6% respecto a los mismos meses de 2023, totalizando 4.680 millones de kilos. Este incremento está impulsado por el crecimiento de los meses de julio y agosto, rompiendo la tendencia a la baja de periodos anteriores.

Según los últimos datos actualizados del Panel del Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación correspondientes al mes de agosto y procesados por Fepex, subió el consumo de frutas (+2%) y hortalizas (+2,5%), excepto la patata, que descen-

dió un 2,1%, situándose en 554 millones de kilos. El consumo de hortalizas en los hogares españoles se ha situado en 1.575 millones de kilos, un 2,5% más que en el mismo periodo de 2023, y el de frutas ha alcanzado 2.250 millones de kilos, un 2% más. Las tres hortalizas más demandadas, tomate, cebolla y pimiento, han registrado crecimientos. El consumo de tomate se ha situado en 388 millones de kilos (+7,3%), el de cebolla ha sido de 188 millones de kilos (+0,75) y el de pimiento totalizó 135 millones de kilos (+9,6%). En cuanto a la lechuga, que también es una de las hortalizas más consumida, la cuarta, ha mostrado un descenso del

4,2% totalizando 107 millones de kilos. En frutas, las más consumidas en los hogares, plátano, naranja y manzana, descendieron en el periodo analizado, pero suben las frutas de verano como sandía y melón, fruta de hueso y fresa. El consumo de sandía hasta agosto se situó en 300 millones de kilos, con una subida del 9% respecto a los mismos meses de 2023 y el de melón totalizó 212 millones de kilos (+17,6%). La demanda de fresa sumó 105 millones de kilos (+10%) y en fruta de hueso, destaca el melocotón, con 75 millones de kilos (+3%), el albaricoque, con 33 millones de kilos (+9%), así como la cereza, con 32,5 millones de kilos (+52%). En el análisis mensual



El incremento del consumo en los hogares españoles está impulsado por el crecimiento de los meses de julio y agosto de 2024. / ARCHIVO

del consumo de frutas y hortalizas frescas, julio y agosto han impulsado el crecimiento de todo el periodo, con subidas del 8% y del 7% respectivamente. También subió la demanda en los hogares en febrero y abril. El valor del consumo de frutas y

hortalizas en los hogares hasta agosto también subió, un 4,5%, totalizando 9.748 millones de euros, de los que 3.684 millones de euros correspondieron a hortalizas (+3%), 5.380 millones de euros a frutas (+5%) y 684 millones de euros a patata (+6%).

Agrocultivos

El MAPA aumenta el presupuesto para seguros agrarios hasta los 315 millones para el año 2025

A pesar del incremento presupuestario, las principales organizaciones agrarias han manifestado su descontento al no considerarlas suficientes

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha anunciado un aumento del presupuesto destinado a la gestión de los seguros agrarios, que alcanzará los 315 millones de euros en 2025. Esto representa un incremento del 10,7% en comparación con 2024, cuando se asignaron 284,5 millones de euros. Esta cifra equipara la dotación extraordinaria de 2023, aprobada para mitigar las repercusiones de la guerra en Ucrania.

La Comisión General de la Entidad Estatal de Seguros Agrarios (Enesa), presidida por el subsecretario de Agricultura, Pesca y Alimentación, Ernesto Abati, aprobó el pasado 3 de diciembre el nuevo plan de seguros agrarios combinados. Este plan establece las líneas de seguros que podrán contratarse en 2025, junto con las subvenciones correspondientes y los porcentajes aplicables.

En la reunión de Enesa han participado representantes de las comunidades autónomas, así como de los Ministerios de Hacienda y de Economía, Comercio y Empresa, a través de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones y el Consorcio de Compensación de Seguros. También han estado presentes las principales organizaciones profesionales agrarias, cooperativas agroalimentarias y la Agrupación Española de Entidades Aseguradoras del Seguro Agrario (Agroseguro).



El plan consolida el sistema de subvenciones diferenciadas, con ayudas que pueden alcanzar hasta el 70 por ciento de la prima subvencionable si las comunidades autónomas complementan la aportación estatal. / MAPA

■ NOVEDADES

Una de las novedades más destacadas es la mejora de las subvenciones para los profesionales del sector. Los agricultores que contraten el Módulo 3 recibirán una subvención mínima del 45% sobre el coste de la prima, mientras que quienes opten por el Módulo 2 —el más completo y demandado— contarán con una ayuda del 50%. Por su parte, el Módulo 1 mantiene una subvención del 65%. Si las comunidades autónomas complementan estas ayudas, los agricultores podrían alcanzar el máximo permitido por la normativa europea, un 70% de subvención.

El plan aprobado refuerza el sistema de subvenciones, con una atención especial a los colectivos prioritarios del sector agrario. Los agricultores profesionales, titulares de explotaciones prioritarias, jóvenes agricultores y entidades asociativas quedan exentos de la modulación de la ayuda, lo que mejora sus condiciones de acceso al seguro.

Esta iniciativa responde a dos de las 43 medidas impulsadas por el ministerio para mejorar la situación de agricultores y ganaderos, enfocadas en ampliar el respaldo al seguro agrario y perfeccionar las líneas de cobertura.

Además, se prevé la realización de estudios técnicos para introducir nuevas mejoras en futuros planes.

■ REACCIONES DEL SECTOR

A pesar del incremento presupuestario, las principales organizaciones agrarias han manifestado su descontento. Asaja ha exigido una reforma integral del sistema de seguros agrarios, alertando de que las pólizas se han encarecido mientras disminuyen las coberturas. “El sistema actual se aprovecha de la siniestralidad para ajustar tarifas al alza y recortar garantías”, señaló la organización en

un comunicado. Asaja también ha denunciado que muchos productores no pueden asegurar la totalidad de sus cultivos ni protegerse frente a todos los riesgos, y ha solicitado la creación de un cuerpo de peritos especializado para evaluar los daños de forma justa.

Por su parte, Pedro García, responsable de seguros agrarios de COAG, ha calificado de “insuficiente” el aumento de las subvenciones y ha subrayado que el cambio climático ha puesto a los agricultores en una “situación muy dura”. COAG ha exigido más apoyo financiero para garantizar la sostenibilidad del medio rural y ha propuesto revisar los módulos de seguros para adaptarlos mejor a la realidad de las explotaciones. Además, ha reclamado mayor implicación de las comunidades autónomas para complementar las ayudas y abordar los daños causados por fenómenos como la sequía y las DANAS.

Desde UPA, su portavoz ha destacado que el nuevo plan incluye más ayudas para jóvenes y explotaciones prioritarias, pero también que el apoyo debería ser aún mayor. La organización insistió en que el sistema debe contemplar específicamente la siniestralidad derivada del cambio climático y pidió que se elimine la subvención adicional por contratación colectiva, dirigiendo esos fondos directamente a los agricultores que trabajan en el territorio. UPA también abogó por que el precio de las primas refleje los costes reales de producción en lugar de calcularse en función de promedios históricos, y solicitó que las comunidades autónomas refuerzen sus aportaciones al sistema.

El Gobierno defiende que el aumento presupuestario reforzará la protección de los colectivos prioritarios, pero el sector agrario exige reformas profundas que aseguren la viabilidad de las explotaciones en un contexto marcado por la incertidumbre climática y económica.

Agroseguro continúa con el pago de indemnizaciones por la DANA

La entidad ya ha abonado 22,62 millones, de los cuales, más de 19 millones corresponden a agricultores de Valencia

► VF. REDACCIÓN.

Agroseguro continúa con las indemnizaciones por los daños provocados por la DANA de finales de octubre con un nuevo pago de 9,41 millones de euros, lo que, junto con el realizado hace dos semanas, eleva el total ya satisfecho a 22,62 millones.

La mayor parte de estas indemnizaciones se dirigen a la provincia de Valencia —la más afectada, con diferencia—, que la semana pasada recibió 8,07 millones, sumando ya 19,13 millones pagados. El total en esta

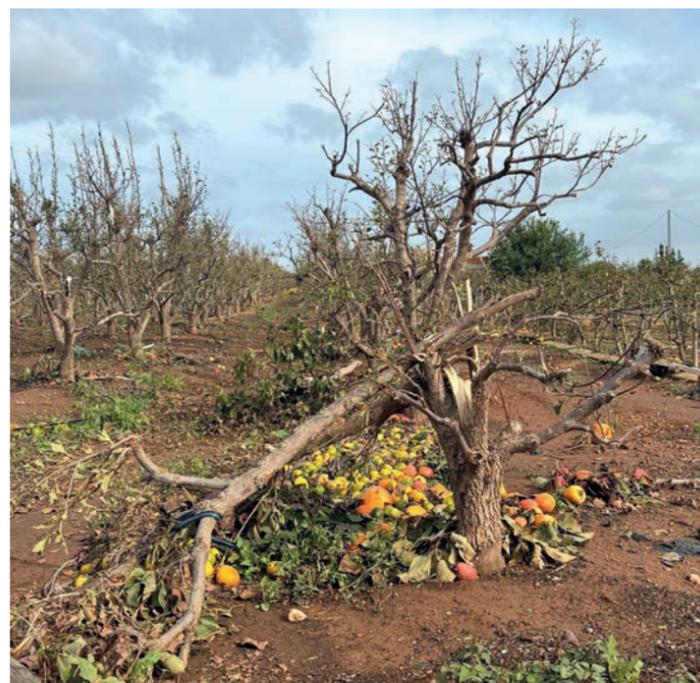
comunidad autónoma alcanzará así los 20,26 millones.

Además, en estas dos semanas se han abonado un total de 1,38 millones de euros en Andalucía —principalmente a productores hortícolas— y otros 914.000 euros a citricultores de la Región de Murcia a causa de siniestros provocados por el pedrisco. El resto, hasta completar el total, corresponde a siniestros puntuales ya abonados en otras regiones.

Agroseguro añade que el pago de indemnizaciones se mantendrá de forma continuada según

avance la recepción de declaraciones y la evaluación de daños, de acuerdo con su compromiso de tramitar los siniestros y abonar las indemnizaciones en el menor plazo posible.

En total, Agroseguro ha recibido comunicación de 23.088 hectáreas siniestradas, correspondientes a más de 39.000 parcelas agrícolas. La evaluación de daños, realizada por un centenar de peritos colaboradores, ya supera el 85% de la superficie afectada, y se completará a lo largo de los próximos días.



La mayor parte de las indemnizaciones se dirigen a Valencia. / AGROSEGURO

Arranca la campaña de la alcachofa en la Vega Baja con 300 hectáreas más de cultivo

La Vega Baja ha inaugurado la temporada con el corte oficial de la primera alcachofa realizado por la chef Cristina Figueira en Formentera del Segura

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de la alcachofa en la Vega Baja del Segura ha comenzado oficialmente con perspectivas optimistas para este año, destacando un notable incremento en la superficie cultivada. El acto de inauguración, celebrado en Formentera del Segura, ha contado con la presencia de Cristina Figueira, chef del restaurante El Xato (La Nucía), quien, además de ostentar una Estrella Michelin y un Sol Repsol, fue distinguida como Premio Nacional de Hostelería 2023.

Antonio Ángel Hurtado, presidente de la marca Alcachofa de la Vega Baja del Segura, ha anunciado que para esta campaña se han destinado 2.300 hectáreas al cultivo de este producto emblemático, lo que representa un aumento del 15% respecto al año anterior. De estas, 300 hectáreas se han sumado recientemente, consolidando el crecimiento sostenido del sector en la última década, durante la cual la superficie dedicada a la alcachofa ha crecido más del 50%.

“El aumento de la superficie cultivada no es casualidad”, ha explicado Hurtado, “responde a la rentabilidad del cultivo para los agricultores y a las diversas acciones de promoción que llevamos a cabo para posicionar a la alcachofa como la ‘Joya de la Huerta’. Sin embargo, nuestro próximo desafío es incremen-



La superficie destinada a la alcachofa en la Vega Baja crece más de un 50% en la última década. / ARCHIVO

Antonio Ángel Hurtado, presidente de la marca Alcachofa de la Vega Baja del Segura, ha anunciado que para esta campaña se han destinado 2.300 hectáreas al cultivo de este producto emblemático, lo que representa un aumento del 15% respecto al año anterior

tar la producción por hectárea y optimizar el rendimiento de cada campo”.

Durante su intervención, Hurtado ha rendido homenaje a las familias de agricultores que sostienen este cultivo. “Las alcachofas no aparecen por arte de magia. Son fruto del trabajo incansable de hombres y mujeres que, mientras gran parte del

país disfruta de las vacaciones de verano, se enfrentan al calor extremo, la incertidumbre del agua y los desafíos del cambio climático”.

El presidente ha destacado que, cada campaña, los agricultores “se dejan el alma en sus campos”, contribuyendo no solo a la producción de un alimento de alta calidad, sino también a mantener viva una tradición que es parte esencial de la identidad de la comarca. “Gracias a su esfuerzo, la Vega Baja del Segura continúa siendo un referente agrícola en la Comunidad Valenciana”.

GRAN MADRINA

Cristina Figueira, madrina de la campaña, expresó su orgullo por formar parte de este evento y subrayó la importancia de trabajar con productos locales y de temporada. “La alcachofa de la Vega Baja es un ingrediente excepcional. Utilizarla en su mejor momento nos permite sacar todo su potencial en la cocina”, afirmó Figueira, destacando el papel de la gastronomía en la valorización de los productos de la tierra.

El alcalde de Formentera del Segura, Francisco Cano, junto con Ernesto Fernández, director general de Industria y Cadena Agroalimentaria, y Ana Serna, vicepresidenta de la Diputación de Alicante, también estuvieron presentes en el acto. Todos coincidieron en resaltar la relevancia económica de la alcachofa para la comarca, no sólo en términos de generación de empleo, sino también por su impacto en el tejido socioeconómico. Asimismo, hicieron hincapié en la necesidad urgente de asegurar recursos hídricos de calidad para garantizar la sostenibilidad del cultivo en los próximos años.

Con la campaña ya en marcha, la Vega Baja del Segura reafirma su posición como uno de los principales territorios productores de alcachofa en España, llevando este producto desde los campos al reconocimiento nacional e internacional.

Freshuelva prevé un incremento del 4% en la superficie de berries para la campaña 2025

Las hectáreas de fresa, arándano y mora crecen, mientras que la frambuesa recupera los niveles de 2022 tras dos años de caída

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Freshuelva, la Asociación de Productores y Exportadores de la Fresa de Huelva, ha publicado las estimaciones de superficie plantada de cara a la campaña 2025, destacando un incremento global del 4% en la superficie destinada al cultivo de berries respecto al año anterior. Este crecimiento responde a la recuperación en la plantación de frambuesa y a la consolidación de los cultivos de mora y arándano, junto a una ligera subida en la superficie de fresa.

La superficie de fresa ha registrado un aumento del 2%, alcanzando las 6.432 hectáreas. Sin embargo, este crecimiento ha venido acompañado de desafíos, como la problemática en la desinfección de suelos en los viveros, que ha ocasionado una

elevada mortandad de plantas tras la plantación inicial. Esto ha obligado a realizar replantes de entre un 15% y un 20% del cultivo, en algunos casos, prolongándose este proceso hasta finales de noviembre. Aunque estas dificultades suponen un incremento de los costes de plantación y un posible retraso en la maduración de la fruta, las lluvias recientes han favorecido el desarrollo de las plantaciones.

En cuanto a la frambuesa, destaca su aumento del 9,5%, situándose en 1.930 hectáreas, lo que supone una recuperación de los niveles de 2022 tras dos campañas en descenso. Este cultivo, caracterizado por su diversidad varietal, permite recolectar tanto en otoño como en primavera, maximizando su rentabilidad y presencia en el mercado.

Por su parte, la superficie de mora ha experimentado el mayor crecimiento porcentual, con un aumento del 18% respecto a 2024, alcanzando las 168 hectáreas. Este crecimiento está impulsado por la introducción de nuevas variedades que gozan de una gran aceptación en los mercados europeos y nacionales, consolidando este cultivo como una opción en auge.

El arándano, con un crecimiento del 4%, se consolida como el segundo berry en importancia en la provincia de Huelva, alcanzando las 3.744 hectáreas. La diversificación varietal permite iniciar la recolección en diciembre, ganando competitividad frente a las producciones de Sudamérica y ampliando su presencia en mercados emergentes europeos. Sin embargo, se enfrenta



El crecimiento responde a la recuperación en la plantación de frambuesa y la consolidación de la mora y arándano, junto a la subida en superficie de fresa. /VF

a una creciente competencia de países terceros, especialmente en las producciones de primavera.

El incremento general de la superficie de cultivo evidencia la resiliencia del sector ante los retos productivos y comerciales. La innovación varietal y las mejoras en la gestión agrícola están siendo claves para mantener la competitividad de los frutos rojos

onubenses en los mercados nacionales e internacionales.

Desde Freshuelva se mantiene el compromiso de seguir trabajando junto a los productores y las administraciones para garantizar la sostenibilidad, calidad y excelencia de los berries de Huelva, fortaleciendo su posición como referente global en el sector.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 3 al 6 de diciembre de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	3,00
Mandarina Clementina.....	1,60-1,50
Limonos.....	1,00
Manzana Golden.....	1,05
Roja.....	S/C
Naranja Navelina.....	1,00-1,10
Pera Blanquilla.....	1,80
Piñas.....	1,20
Plátanos.....	1,25
Uva Italia.....	3,90-3,80
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofa.....	3,00
Lechugas.....	0,66
Cebollas Grano de Oro.....	0,35
Coliflor.....	0,65
Escarolas.....	1,08-1,05
Judías Verde Perona.....	4,25-4,35
Lombarda.....	1,20
Patatas Calidad.....	0,48
Pimientos Verdes.....	1,65
Tomate Maduro.....	0,90
Verde.....	1,50
Zanahorias.....	0,70

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 3 al 6 de diciembre de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	3,07
Mandarina Clementina.....	1,80
Limonos.....	1,21
Manzana Golden.....	1,45
Roja.....	1,48
Naranja Navelina.....	1,11
Pera Blanquilla.....	1,70
Piñas.....	1,30
Plátanos.....	1,14
Uva Italia.....	3,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofa.....	3,14
Lechugas.....	0,78
Cebollas Grano de Oro.....	0,32
Coliflor.....	0,52
Escarolas.....	1,21
Judías Verde Perona.....	3,52
Lombarda.....	0,78
Patatas Calidad.....	0,54
Pimientos Verdes.....	1,74
Tomate Maduro.....	S/C
Verde.....	1,61
Zanahorias.....	0,73

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 3 al 6 de diciembre de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	2,50
Mandarina Clementina.....	1,05
Limonos.....	0,83
Manzana Golden.....	1,70
Roja.....	1,60
Naranja Navelina.....	0,41
Pera Blanquilla.....	1,80
Piñas.....	1,59
Plátanos.....	1,35
Uva Italia.....	3,02
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofa.....	2,700
Lechugas.....	0,65
Cebollas Grano de Oro.....	0,38
Coliflor.....	0,60
Escarolas.....	1,00
Judías Verde Perona.....	2,76
Lombarda.....	0,65

Patatas Calidad.....	1,15
Pimientos Verdes.....	1,38
Tomate Maduro.....	0,89
Verde.....	0,90
Zanahorias.....	0,80

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 3 al 6 de diciembre de 2024, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	3,50-3,00
Mandarina Clementina.....	1,20-0,80
Limonos.....	1,00
Manzana Golden.....	0,75-0,70
Roja.....	0,80-0,70
Naranja Navelina.....	0,90-0,60
Pera Blanquilla.....	2,00-1,50
Piñas.....	1,00
Plátanos.....	1,40-1,10
Uva Italia.....	5,00-3,50
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofa.....	3,50-1,25
Lechugas.....	0,50
Cebollas Grano de Oro.....	0,50-0,35
Coliflor.....	0,80-0,65
Escarolas.....	4,50-4,00
Judías Verde Perona.....	1,00
Lombarda.....	1,00
Patatas Calidad.....	0,75-0,70
Pimientos Verdes.....	1,30-1,25
Tomate Maduro.....	0,90-0,40
Verde.....	1,70-1,25
Zanahorias.....	0,65

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 5 de diciembre de 2024, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna. Últimos precios recibidos.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	1,20
Aguacate.....	3,50
Almendra.....	7,00
Pomelo.....	1,30
Avellana.....	6,50
Kaki.....	1,60
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	3,00
Cerezas.....	14,00
Cocos.....	0,80
Membrillo.....	1,50
Dátiles.....	3,50
Feijoa.....	8,00
Higo.....	2,00
Higos Chumbos.....	3,50
Frambuesa.....	1,50
Grosellas.....	10,00
Kiwis.....	2,50
Lichis.....	4,50
Lima.....	3,00
Limón.....	0,90
Fresa.....	10,00
Fresón.....	7,00
Granada.....	1,30
Mandarina Clementina.....	0,80
Satsuma.....	1,00
Otras.....	1,40
Mangos.....	3,00
Maracuyá.....	6,00
Melón Galia.....	1,15
Amarillo.....	0,40
Piel de Sapo.....	1,40
Otras.....	1,00
Moras.....	10,50
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca.....	1,20
Amarilla.....	1,20
Níspero.....	3,50
Nueces.....	3,00
Olivas.....	1,80
Papayas.....	3,00
Pera Blanquilla.....	1,20
Verano.....	1,20
Invierno.....	1,40

Temprana.....	1,00
Piña.....	1,00
Pitahaya.....	7,00
Plátanos Canario.....	1,10
Importación.....	0,90
Manzana Bicolor.....	1,20
Amarilla.....	1,20
Verde.....	1,30
Roja.....	1,50
Otras.....	1,35
Melocotón Amarillo.....	1,20
Rojo Pulpa Blanca.....	3,50
Rojo Pulpa Amarilla.....	1,60
Ciruela.....	1,30
Uva Blanca.....	3,00
Negra.....	2,00
Rambután.....	11,50
Sandía con semilla.....	0,30
Sin semilla.....	0,70
Naranja.....	0,90
Chirimoya.....	2,50
Otras Frutas.....	0,90

HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	1,40
Redonda.....	0,90
Ajo Seco.....	4,00
Tierno.....	0,90
Apio.....	0,65
Acelgas.....	0,75
Batata.....	1,10
Borrajá.....	1,00
Brócoli.....	0,75
Brécol.....	1,10
Calçots.....	0,12
Calabaza.....	0,45
Calabacín.....	1,00
Cardo.....	1,10
Alcachofa.....	2,20
Cebolla Seca.....	0,30
Figuera.....	0,75
Tierna.....	1,10
Pepino.....	1,40
Col Repollo.....	0,70
Bruselas.....	1,40
Lombarda.....	0,50
China.....	0,80
Coliflor.....	0,90
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,55
Larga.....	0,70
Otras.....	0,70
Endivia.....	1,00
Escarola.....	0,75
Espárragos Blancos.....	10,00
Verdes.....	1,85
Espinaca.....	1,00
Haba.....	3,00
Hinojo.....	1,00
Perejil.....	0,55
Judía Bobi.....	4,00
Perona.....	3,50
Fina.....	2,00
Otras.....	3,50
Nabo.....	0,80
Zanahoria.....	0,60
Patata Blanca.....	0,55
Temprana.....	0,55
Roja.....	0,55
Pimiento Lamuyo.....	1,40
Verde.....	1,80
Rojo.....	1,50
Guisante.....	5,50
Puerro.....	1,15
Rábano.....	0,35
Remolacha.....	1,00
Tomate Maduro.....	0,90
Verde.....	1,50
Chirivía.....	1,00
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola.....	6,50
Rovellón-Níscalo.....	14,00
Champión.....	3,00
Otras Setas.....	11,00
Maíz.....	0,50
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 25 de noviembre al 1 de diciembre de 2024. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	3,86
Almendra.....	9,20
Castaña.....	5,20
Cereza / Picota.....	11,75
Chirimoya.....	2,55
Ciruela.....	2,80
Coco.....	1,63
Dátil.....	6,27
Granada.....	1,45
Kaki Pérsimon.....	1,55
Kivi / Zespi.....	3,41
Lima.....	2,42
Limón.....	1,00
Mandarina Clementina / Fortuna /	
Nadorcott.....	1,48
Satsuma / Ckitsu / Clausellina /	
Rufina / Chupi.....	1,09
Clemenules.....	1,34
Mango.....	3,54
Manzanas O.V.....	2,01
Pink Lady.....	2,28
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,40
Royal Gala / Cardinale.....	1,51
Starking / Red Chief / Galaxia.....	1,47
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,85
Granny Smith.....	1,80
Verde Doncella.....	2,90
Melón / Galia / Coca.....	1,44
Naranja Navel Late / Nanelate	
/ Lanelate.....	1,15
Valencia Late / Miaknight.....	0,87
Navelina.....	0,63
Navel.....	0,98
Nuez.....	5,28
Papaya.....	3,39
Pera Conferencia / Decana.....	1,57
Ercolini / Etrusca.....	1,93
Blanquilla o Agua.....	1,55
Limonera.....	1,35
Piña.....	1,19
Plátano.....	1,32
Banana.....	0,89
Pomelo Rubi Start.....	1,23
Uva.....	4,20
Otros Frutos Secos.....	11,52
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	0,84
Ajo Seco.....	3,74
Tierno o Ajete.....	12,33
Alcachofa.....	2,12
Apio.....	1,33
Berenjena.....	1,20
Brócoli / Brecol.....	1,48
Boniato / Batata.....	1,20
Calabacín.....	1,11
Calabaza / Marrueco.....	0,80
Cardo.....	1,03
Cebolla / Chalota.....	0,64
Cebolleta.....	1,11
Champión.....	2,70
Col Repollo.....	0,82
Coliflor / Romanescu.....	0,98
Espárrago Verde.....	7,38
Espinaca.....	0,98
Escarola.....	1,28
Guisante.....	3,25
Haba Verde.....	2,10
Judía Fina.....	5,63
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,65
Boby / Kora / Striki.....	3,00
Lechuga O.V.....	0,80
Cogollo.....	2,38
Iceberg.....	0,93
Maíz.....	2,37
Nabo.....	1,03
Pepino.....	1,09
Perejil.....	1,57
Pimiento Verde.....	1,15
Rojo Asar.....	1,41
Puerro.....	1,31
Rábano / Rabanilla.....	1,99

Remolacha.....	1,31
Seta.....	5,22
Tagarnina / Cardillo.....	1,85
Tomate O.V.....	1,39
Cherry.....	2,14
Daniela.....	1,03
Zanahoria.....	1,02
Hierbabuena.....	2,50
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana.....	0,79
Añeja.....	0,55

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 2 al 6 de diciembre de 2024, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	4,45
Fuerte.....	3,61
Otras Variedades.....	5,45
Carambola.....	2,20
Cereza Otras Variedades.....	6,95
Chirimoya Otras Variedades.....	4,75
Ciruela Otras Familia Black.....	3,15
Coco Otras Variedades.....	1,15
Dátil Deglet Nou.....	4,45
Fresa.....	11,95
Fresón Otras Variedades.....	9,95
Granada Otras Variedades.....	1,90
Guayaba Otras Variedades.....	2,95
Higo Chumbo.....	2,95
Kaki Otras Variedades.....	2,55
Rojo Brillante o Persimon.....	2,55
Kivi Kiwigold.....	5,95
Pulpa Verde.....	4,75
Limón Fino o Primafiori.....	1,15
Otras Variedades.....	1,20
Verna.....	1,20
Mandarina Clemenlate.....	1,35
Ortanique.....	1,55
Clemenule.....	1,35
Manga Kent.....	5,95
Mango Tommy Atkins.....	2,95
Manzanas Fuji.....	2,15
Golden.....	1,95
Granny Smith.....	1,85
Royal Gala.....	1,95
Starking o Similares.....	1,85
Otras Variedades.....	2,45
Reineta.....	1,85
Melocotón Baby Gold.....	1,95
Melón Otras Variedades.....	1,35
Galia.....	2,45
Piel de Sapo.....	1,75
Amarillo.....	1,75
Futuro.....	2,05
Naranja Valencia Late.....	1,15
Navelina.....	1,15
Otras Variedades.....	1,15
Lane Late.....	1,15
Navel.....	1,15
Navel Late.....	1,15
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,61
Papayón (2-3 kg/ud).....	1,45
Pera Conferencia.....	1,80
Ercolini / Moretini.....	2,25
Limonera.....	2,20
Otras Variedades.....	1,60
Agua o Blanquilla.....	1,90
Piña Golden Sweet.....	7,50
Plátanos Canarias Primera.....	1,02
Canarias Segunda.....	0,55
Extra.....	1,45
Pomelo Rojo.....	1,15
Amarillo.....	1,15
Sandía Con Semilla.....	1,75
Sin Semilla.....	1,75
Uva Red Globe.....	3,85
Blanca Otras Variedades.....	4,05
Negra Otras Variedades.....	2,45
Resto de frutas.....	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon.....	2,75
Ajo Blanco.....	4,35
Tierno o Ajete.....	5,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,95
Apio Verde.....	1,80

MERCADOS NACIONALES

Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada.....	1,54
Berros.....	2,04
Boniato o Batata.....	1,67
Brócoli, Brocol o Brócoli.....	2,82
Calabacín Blanco.....	2,09
Verde.....	0,55
Calabaza De Verano.....	0,82
De Invierno.....	0,76
Cebolla Grano Oro o Valenciana.....	0,64
Morada.....	1,15
Tierna.....	0,95
Recas o Similares.....	0,85
Col China o Pekinensis.....	1,75
Lombarda o Repollo Rojo.....	1,09
Repollo Hojas Rizadas.....	0,71
De Bruselas.....	3,95
Coliflor.....	2,78
Endivia.....	1,15
Escarola Rizada o Frisée.....	1,55
Espárrago Verde o Triguero.....	2,35
Blanco.....	3,45
Espinacas.....	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Roja.....	2,50
Hinojo.....	2,45
Judía Verde Boby.....	3,86
Verde Otras Variedades.....	3,49
Verde Elda.....	5,95
Lechuga Otras Variedades.....	0,30
Romana.....	0,55
Maíz o Mollo.....	0,88
Nabo.....	0,55
Pepino Largo o Tipo Holandés.....	1,55
Corto o Tipo Español.....	1,25
Perejil.....	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	2,35
Roja Lamuyo.....	1,93
Verde Italiano.....	1,99
Verde Padrón.....	3,01
Otras Variedades.....	1,75
Puerro.....	2,00
Rábano y Rabanilla.....	0,65
Remolacha Común o Roja.....	1,30
Seta Champiñón.....	2,45
Girgola o Chopo.....	2,20
Tomate Cherry.....	2,75
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta.....	1,60
Liso Rojo Canario.....	0,85
Otras Variedades.....	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	2,50
Jengibre.....	4,35
Ñame o Yame.....	4,55
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	2,20
Hortalizas IV Gama.....	5,50
Resto Hortalizas.....	0,80
PATATAS (Granel) Euros/kg	
Blanca, Otras Variedades.....	1,98
Otras Variedades.....	1,55
Roja Otras Variedades.....	2,04
Blanca Spunta.....	2,25

Región de Murcia

Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente. Dirección General de Industria Alimentaria y Cooperativismo Agrario. Periodo del 25 de noviembre al 1 de diciembre de 2024.

CÍTRICOS Euros/Kg	
Clementina Temprana.....	0,35-0,52
Navelina.....	0,25-0,36
Pomelo Rojo.....	0,25-0,32
HORTALIZAS Euros/Kg	
Alcachofa Gorda.....	1,13-1,94
Pequeña.....	1,00-2,27
Apio Verde.....	0,22-0,35
Brócoli.....	0,36-0,81
Calabacín.....	0,30-0,61
Coliflor.....	0,35-0,60
Espinaca.....	0,90-1,31
Escarola.....	0,25-0,30
Haba.....	1,24-2,54
Lechuga Baby.....	0,08-0,17
Iceberg.....	0,10-0,25
Romana.....	0,18-0,26
Pepino Español.....	0,53-1,32
Tomate Cereza.....	1,40-2,00
Redondo Liso Rojo.....	0,29-0,49
FRUTOS SECOS Euros/Kg	
ALMENDRA	
Comuna ecológica.....	4,75
Común.....	4,20
Desmayo Largueta.....	4,60
Guara.....	4,30
Marcona.....	5,43
OTROS PRODUCTOS Euros/Kg	
Garrofa Entera.....	0,44
Semilla.....	3,20
Piniento de Cáscara	
Con Rabo.....	4,30-5,30
Sin Rabo.....	7,80

Advertencia: Este documento contiene el tratamiento ESTADÍSTICO de las cotizaciones de cada producto agrícola y ganadero, obtenidas como consecuencia del seguimiento que realiza esta Unidad, por lo que las transacciones realizadas en los periodos de referencia, pueden haber sido realizadas a unas cotizaciones que no se correspondan con las aquí reflejadas. La información contenida en este documento es de carácter exclusivamente informativo, y de ningún modo posee carácter oficial, por lo que la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca, Medio Ambiente y Emergencias no se hace responsable de cualquier uso que se le pretenda dar, más allá del indicado.

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 5 de diciembre de 2024. Información de EFEAGRO.

CEREALES Euros/Tm	
ALFALFA	
Alfalfa	
Rama campo 1ª.....	150,00
Rama campo 2ª.....	120,00
AVENA	
Avena	
Blanca.....	196,00
Rubia.....	206,00
Forraje Avena.....	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl.....	187,00
Pienso +62 kg/hl.....	193,00
CENTENO	
Centeno.....	188,00
GIRASOL	
Pipa	
Alto Oleico.....	S/C
Pipa de Girasol.....	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre	
Secadero.....	225,00
PAJA	
Paja Empacada.....	S/C
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%.....	262,00
Duro Proté=12%.....	252,00
Extensible Chamorro.....	258,00
Forrajero.....	211,00
Gran Fuerza w 300.....	287,00
Media Fuerza w -300.....	265,00
Panificable.....	221,00
Triticales.....	203,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano.....	447,00
Yero Grano.....	232,00

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 3 de diciembre 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES Euros/Tm	
ALFALFA	
Harina de Alfalfa.....	175,00
CEBADA	
Importación.....	222,00
Nacional P.E. (62-64).....	229,00
CENTENO	
Centeno.....	216,00
COLZA	
Importación 34/36%.....	290,00
GARROFA	
Harina.....	315,00
Troceada.....	355,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha.....	226,00
GIRASOL	
Importación	
34%.....	274,00
Semillas de Girasol.....	520,00
Importación 28/3.....	204,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación.....	258,00
Importación.....	231,00
Importación CE.....	238,00
MUO	
Importación.....	360,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%.....	360,00
Harina	
Soja Nacional 47%.....	356,00
Aceite Crudo de Soja.....	1.111,00
Salvados de Soja.....	186,00
SORGO	
Importación.....	S/C

TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos.....	204,00
Forrajero.....	249,00
Panificable,	
mín. 11.....	260,00
Triticales.....	S/C
FRUTOS SECOS Euros/Tm	
ALMENDRAS	
Común 14 mm.....	7.100,00
Largueta 12/13 mm.....	6.900,00
Largueta 13/14 mm.....	8.200,00
Marcona 14/16 mm.....	11.500,00
Marcona 16 mm.....	12.000,00
AVELLANA	
Negreta	
en grano.....	11.000,00
PIÑÓN	
Castilla.....	44.000,00
Cataluña.....	43.500,00
LEGUMBRES Euros/Tm	
GUISANTE	
Forrajero.....	S/C
Forrajero	
Importación.....	S/C
ACEITE	
Palmiste	
Importación.....	187,00
AVENA	
Crudo	
de Palma.....	1.355,00

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cítricos, del 3 de diciembre de 2024. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CÍTRICOS Euros/Tm	
Naranja Navelina Calidad 1.....	0,22-0,26
Navelina Calidad 2.....	0,18-0,21
Naranja Salustiana Calidad 1.....	0,26-0,30
Salustiana Calidad 2.....	S/C
Naranja Industria Grupo Navel.....	0,20-0,21
Industria Grupo Blanca.....	S/C
<i>Nota: Los precios son orientativos, en árbol, origen Córdoba. Sin IVA incluido. Para la naranja de industria los precios son sobre camión.</i>	
Mercado con poca actividad. Se vuelve a cotizar la naranja Navelina calidad 1 en base a pocas operaciones y bajada de las cotizaciones para fresco de la variedad Navelina calidad 2. Repetición de cotizaciones de la variedad Salustiana calidad 1. Ligera subida de la horquilla de la naranja de industria siendo la mayoría de las operaciones de compra en almacenes. La parte superior de las horquillas se corresponden con calibres altos y extras.	
<i>La próxima sesión se celebrará el martes 10 de diciembre.</i>	

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 3 de diciembre de 2024. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES Euros/Tm	
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	S/O
Grupo 2.....	S/O
Grupo 3.....	S/O
Grupo 4. A.....	S/O
Grupo 4. B.....	S/O
Grupo 4. C.....	S/O
TRIGO BLANDO	
Grupo 1.....	S/O
Grupo 2.....	S/O
Grupo 3.....	226,00
Grupo 4.....	218,00
Grupo 5.....	218,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale.....	210,00
Cebada.....	205,00
Avena.....	S/O
Maíz.....	S/O
Sorgo.....	S/O
Habas.....	S/O
Guisantes.....	S/O
Girasol Alto	
Oleico.....	S/O
Girasol.....	S/O
Colza.....	S/O
<i>Próxima sesión 17 de diciembre de 2024.</i>	
Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 12 de noviembre de 2024. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.	
ALMENDRAS Euros/Tm	
Floración Tardía	
Monovarietal.....	4,60
Soleta.....	4,25
Belona.....	4,25
Guara.....	4,25
Antoñeta.....	S/O
Constantí.....	S/O

Informe Semanal de Mercados de Cítricos

Resumen informativo semanal de los mercados de cítricos de la Comunitat Valenciana. Información facilitada por la Generalitat Valenciana a través de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca, durante el periodo comprendido del 25 de noviembre al 1 de diciembre de 2024. Precios origen. Semana 48/2024.

PRECIOS DE CÍTRICOS EN ORIGEN

Esta semana, con una completa normalización en la recolección, se han vuelto a activar el cierre de ratos en variedades como Clementules que se encuentra en plena campaña de recolección. El comercio está muy interesado en comprar la fruta de mejor calidad que no se ha visto dañada por la DANA. Las parcelas donde se realizaron tratamientos antifúngicos han sido más buscadas por el comercio, obteniendo mejores cotizaciones. No obstante, persisten los problemas de phytoftora, principalmente en las ramas bajas. Asimismo, se han observado problemas por alternaria en determinadas partidas la variedad Clemenvilla. Al igual que la semana anterior, se han realizado transacciones de clementinas (Clementules), naranjas (Navelina y W. Navel), mandarinas híbridas (Clemenvilla y Tango), naranjas blancas (Salustiana), limones (Fino) y pomelos (Pomelo rojo).

PRECIOS DE CÍTRICOS A LA SALIDA DEL ALMACÉN

Los precios de salida de almacén están calculados para los calibres y categoría I según lo establecido en el Reglamento (UE) 2017/891 y con destino a países de la Unión Europea.

Comuna	
Tradicional.....	4,05
Ecológica.....	5,05

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 4 de diciembre de 2024, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES Euros/Tm	
Trigo Pienso.....	210,00
Cebada.....	191,00
Triticale.....	199,00
Centeno.....	173,00
Avena.....	185,00
Maíz.....	230,00
PATATAS Euros/Tm	
Agria.....	280,00
Jaerla.....	S/C
Kennecec.....	280,00
Red Pontiac.....	240,00
Red Scarlett.....	250,00
Yona.....	250,00
FORRAJES Euros/Tm	
Alfafa Paquete Rama.....	190,00
Paquete Deshidratado.....	220,00
Paja 1ª Cebada.....	52,00
Veza Forraje de 1ª.....	150,00
Forraje.....	125,00
ALUBIAS Euros/Tm	
Pinta.....	1,20
Riñón de León.....	1,55
Canela.....	1,50
Redonda.....	1,40
GIRASOL Euros/Tm	
Girasol.....	445,00
Girasol Alto Oleico.....	470,00
La lonja de León ha dado por finalizada hoy una campaña de girasol muy complicada en cuanto a lo meteorológico que alargó en sobremedida la cosecha. En la provincia de León había sembradas 12.197 hectáreas de girasol de secano y 6.789 hectáreas de regadío, con un incremento significativo de la superficie de secano y una disminución de la del regadío respecto de la pasada campaña. En cuanto a los rendimientos se estiman en 900 kg por hectárea en secano y 3.000 kg/ha en regadío, un 10% menos que el pasado año, y la producción final se acercará a las 33.000 t. En cuanto al precio, arrancó en el mes de octubre a 400 €/t y progresivamente se ha ido incrementando hasta los 445 €/t del cierre de campaña, un precio mayor al del pasado año, cuya media fue de 370 €/t. Nueva subida en el sector de la patata cuando ya prácticamente queda muy poco género en manos del agricultor. Continúa la estabilidad en los cereales a expensas de las noticias que vayan marcando los mercados internacionales y los conflictos geopolíticos abiertos a nivel mundial. Se puede consultar más información en la página web de la lonja www.lonjadeleon.es .	

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 2 de diciembre de 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos Euros/Kg	
ALMENDRA	
Guara.....	4,15
Comuna	
Ecológica.....	4,50
Pelona.....	2,95
Belona.....	4,25

Constantí.....	4,15
Vairo.....	4,10
Lauranne.....	4,05
Común.....	3,95
Largueta.....	4,30
Marcona.....	5,05
PIÑÓN	
Alameda.....	44,00
Castilla.....	44,00
AVELLANA Euros/Libra	
San Giovanni.....	1,90
Negreta DOP.....	2,65
Negreta +12mm.....	2,63
Corriente +12mm.....	2,25
Tonda +12mm.....	2,18
Negreta -12mm.....	1,92
Corriente -12mm.....	1,86
Tonda -12mm.....	1,84

Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 2 de diciembre de 2024. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES Euros/Tm	
Trigo	
Blando.....	224,00
Cebada	
P. E. (+64).....	203,00
Avena.....	191,00
Centeno.....	189,00
Tricale.....	210,00
Maíz, (14º).....	228,00
LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Guisantes.....	S/C
Garbanzo	
Pedrosillano.....	550,00
Lenteja	
Armuña.....	2.000,00
OLEAGINOSAS Euros/Tm	
Girasol (9-2-44).....	461,00
Girasol (Alto Oleico).....	512,00
Colza.....	S/C
FORRAJES Euros/Tm	
Forraje Extra.....	S/C
Forraje de Primera.....	S/C
Alfafa	
Empacada.....	S/C
Veza (Henificada).....	S/C
Paja Paquete Pequeño.....	S/C
Paja Paquete Grande.....	60,00

Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados en la Lonja de Segovia del día 5 de diciembre de 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos Euros/Kg	
ALFAFA	
Alfafa	
Empacada.....	155,00
AVENA	
Avena.....	183,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada.....	193,00
CENTENO	
Centeno.....	178,00
COLZA	
Colza.....	S/C
GIRASOL	
Girasol.....	S/C
PAJA	
Paja	
Empacada.....	45,00
TRIGO	
Pelona.....	210,00
Nacional.....	210,00

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 48, del 25 de noviembre al 1 de diciembre de 2024, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Ganadería y Pesca.

CÍTRICOS <i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>	Euros/Kg	Zona
CLEMENTINAS		
Clemenules	0,30-0,50	Alicante
Clemenules	0,36-0,52	Castellón
Clemenules	0,34-0,50	L. Valencia
Clemenules	0,35-0,50	Valencia
OTRAS MANDARINAS		
Clemenvilla	0,33-0,50	Castellón
Clemenvilla	0,36-0,56	Valencia
Clemenvilla	0,37-0,60	L. Valencia
HÍBRIDOS		
Tango	0,65-0,75	Castellón
Tango	0,76-0,80	Valencia
NARANJAS NAVAL		
Washington Navel	0,23-0,32	Valencia
Washington Navel	0,22-0,34	L. Valencia
Navelina	0,28-0,30	Alicante
Navelina	0,24-0,38	Castellón
Navelina	0,21-0,28	Valencia
Navelina	0,22-0,32	L. Valencia
NARANJAS BLANCAS		
Salustiana	0,25	Castellón
Salustiana	0,25-0,28	Valencia
Salustiana	0,27-0,30	L. Valencia
LIMÓN		
Limón Fino	0,30-0,38	Alicante
POMELOS		
Pomelo Rojo	0,25-0,30	Alicante
FRUTAS <i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		

Aguacate Fuerte	1,70	Castellón
Hass	2,40	Valencia
Kaki Rojo Brillante	0,38-0,85	Valencia
Granada Mollar	0,64-0,68	Alicante
HORTALIZAS <i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Acelga	0,69-0,72	Alicante
Ajo Tierno	2,20-2,64	Valencia
Puerro	0,73	Alicante
Apio		
Verde	0,41-0,48	Alicante
Alcachofa Consumo Fresco	1,00-1,90	Alicante
Consumo Fresco	1,00-2,50	Castellón
Consumo Fresco	0,88-2,02	Valencia
Berenjena		
Rayada	0,64-0,86	Alicante
Boniato Rojo	0,55-0,86	Alicante
Blanco	0,54-1,12	Alicante
Brócoli	0,40-0,68	Castellón
Calabacín	0,70-0,75	Castellón
Calabacín	0,56	Alicante
Blanco	0,85-1,06	Castellón
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,34-0,43	Alicante
Tipo Cacahuete	0,40-0,80	Castellón
Tipo Cacahuete	0,40-0,53	Valencia
Redonda	0,85-1,25	Castellón
Redonda	0,62-0,88	Valencia
Cebolla Tierna	0,39-0,65	Alicante
Tierna	1,00	Castellón
Tierna	0,70-0,88	Valencia

Col		
Repollo Hoja Lisa	0,33-0,59	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,28	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,39-0,49	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,33-0,71	Castellón
Lombarda	0,35-0,40	Castellón
China	0,60	Castellón
Coliflor		
Blanca	0,43-0,61	Alicante
Blanca	0,40-1,00	Castellón
Blanca	0,65-0,76	Valencia
Escarola		
Hoja Rizada	0,31	Alicante
Hoja Rizada	0,56	Valencia
Hoja Lisa	0,30	Alicante
Industria	0,35-0,38	Castellón
Haba		
Roja	1,70-5,50	Castellón
Judía		
Boby	2,15-3,44	Alicante
Perona	4,00-5,50	Castellón
Blanca	4,00-6,00	Castellón
Lechuga		
Romana	0,20-0,29	Castellón
Romana	0,22-0,31	Valencia
Trocadero	0,45	Alicante
Trocadero	0,38-0,80	Castellón
Pepino		
Blanco	0,86-1,03	Alicante
Blanco	1,60	Castellón
Tomate		

Acostillado	0,38-0,86	Alicante
Redondo Liso	1,02-1,40	Castellón
Raff	1,06	Castellón
Valenciano	2,55	Castellón
Cherry o Cicerol	2,13	Castellón
Zanahoria	0,28	Alicante
FRUTOS SECOS <i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	3,96-4,15	Alicante
Comuna	3,75-4,10	Castellón
Comuna	4,20	Valencia
Largueta	4,10-4,80	Alicante
Marcona	5,21-5,70	Alicante
Marcona	5,15-5,35	Castellón
Marcona	5,70	Valencia
Plantea	3,96-4,15	Alicante
INDUSTRIALES <i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
ARROZ		
Cáscara Redondo	0,50	Valencia
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	3,80-4,60	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	4,80-5,00	Castellón
Oliva Virgen Extra	5,00-5,20	Castellón
Garrafa Entera	0,42-0,60	Castellón
MIEL		
De Azahar	4,30-4,50	Castellón
De Milflores	3,00	Castellón
De Romero	3,50	Castellón

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 26 de noviembre de 2024. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	232,00
Grupo 4	S/O
Grupo 5	S/O
Pienso	
Importación	231,00
TRIGO DURO	
Grupo 1	279,00
Grupo 2	269,00
Grupo 3	260,00
Grupo 4	252,00
Triticale	
Nacional	222,00
Importación	223,00
Avena	
Importación	225,00
Nacional	S/O
Cebada,	
Igual y más de 64	215,00
Menos de 64	210,00
Importación Origen Puerto	216,00
Maíz	
Importación origen Puerto	230,00
Nacional	S/O
Habas	
Nacional	350,00
Importación	S/O
Guisantes	
Nacional	315,00
Importación	S/O
Girasol	
Alto oleico +80%	575,00
Convencional	475,00
Colza	
Nacional	S/O

NOTA: Toda la información de precios de esta Lonja es propiedad de la misma. Próxima sesión el 10 de diciembre de 2024.

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 28 de noviembre de 2024. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2022-2023).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero	238,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/HL	208,00
Pienso -62 kg/HL	197,00
AVENA	
Rubia	S/C
Pienso	215,00
TRIGO	
Duro Pr>12	S/C
Pienso +72 Kg/HL	229,00
Fuerza +300w +14 pr	S/C

Fuerza -300 +12,5 pr	S/C
Panificable Pr>11, W<200	242,00
Chamorro	S/C
Triticale	220,00
Centeno	S/C
Guisante	280,00
Yeros	S/C
Garbanzo sin limpiar	S/C
Veza	S/C
Alfafa 1ª	200,00
Paja 1º + p grande	62,00
Avena en Rama	110,00

Nota: Ligeras subidas en maíz, cebada, trigo y tricales. En forrajeros, leve incremento en las cotizaciones de alfalfa. Próxima cotización el 12 de diciembre de 2024.

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 25 de noviembre al 1 de diciembre de 2024, facilitados por Gobierno de La Rioja (Conselleria de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euro / Kilo
Trigo	
Media Fuerza	S/C
Trigo	
Pienso	21,28
Cebada	
Malta	S/C
Cebada	
Pienso	18,95
Maíz	
Tricale	S/C
Tricale	19,60

La meteorología ha permitido esta semana que se avance en las tareas de siembra de los cereales de invierno en todas las comarcas riojanas. Las abundantes lluvias del mes de octubre han favorecido las labores preparatorias y, en el caso de las siembras más tempranas, en colaboración con unas temperaturas más altas de lo habitual, han acelerado su emergencia y sus primeras fases de desarrollo. Esta anomalía térmica positiva trae consigo también amenazas: en el caso de los cereales, por la acción de los pulgones y su papel de vectores transmisores de enfermedades y, en el caso de la colza, además de por una mayor exposición a las plagas y las heladas, las temperaturas anormalmente altas favorecen el crecimiento de las malas hierbas y complican la aplicación de herbicidas. A pesar de todo, el recuerdo de una campaña como la pasada, con producciones anormalmente bajas en el extremo occidental de nuestra comunidad, la principal zona productora por extensión y rendimientos, obliga a matizar este, por ahora, incipiente optimismo

PATATAS	Euro / Kilo
Consumo Fresco Libre	28,00
Industria frito sin conservación	25,50
Frito con Conservación	31,00
Congelado rojas	17,70

Congelado blancas 16,70
La cotización de patata para consumo en fresco repite una semana más, en la cual las operaciones comerciales han sido mínimas. En la patata para transformación, los almacenes van vaciándose de género al ritmo que marcan las industrias de frito y congelado.

REMOLACHA

Tras un mes recepcionando remolacha en la fábrica de Miranda, las entregas de nuestra comunidad alcanzan algo más de 35.000 t, lo que supone cerca del 40% del total previsto y, por el momento, la polarización de las entregas presenta valores en torno a los 16 y 17€.

CHAMPIÑÓN Y SETAS Euros/Kg

Champiñón	
Granel pie cortado	2,95
Bandeja pie cortado	3,60
Industria 1 Raíz	1,06
Industria 2 Pie cortado	1,03
Seta Ostra Granel	3,50
Ostra Bandeja	4,25
Shii-Take granel	5,00

Mercado sin variaciones en lo que se refiere a los precios de los champiñones y setas comercializados tanto en fresco como para industria.

HORTALIZAS Euros/Kg

Acelga	
Amarilla	0,60
Verde	0,55
Borrajá	0,65
Lechuga Rizada	4,70
Apio	0,27
Cogollos	2,50
Escarola	S/C
Cardo	S/C
Repollo	0,30
De Bruselas	S/C
Coliflor	7,05
Cebolleta	S/C
Brócoli	0,65
Romanescu	9,00
Alubia Verde Industria	S/C
Pocha	S/C
Calabacín	S/C
Tomate 1º	S/C
Tomate 2º	S/C
Tomata	S/C
Pera	S/C
Pepino Corto	S/C
Pimiento Najerano	0,80
Verde Italiano	S/C
Romanescu	9,00

El incremento de género en el campo, y por consiguiente en los almacenes, y la falta de consumo en la última semana de mes provocan la caída de precios en la mayoría de las hortalizas. En el caso de la coliflor, la elevada oferta francesa presiona los precios a la baja ocasionando la pérdida de valor por segunda semana consecutiva.

FRUTAS Euros/Kg GRUPO PERA

Industria	0,11
Limonera 60+	0,90
Ercolini 50+	0,90
Blanquilla DOP	0,60
Moretini60+	0,65
GRUPO MANZANA	
Royal	
Gala 60+	0,80
Industria	S/C
Golden 70+	S/C
Fuji 70+	S/C
GRUPO MELOCOTÓN	
Rojo 70+	1,10
Amarillo 70+	S/C
Nectarina	
Amarilla 65+	0,70
Paraguay 70+	S/C
Industria	0,40
GRUPO CIRUELA	
Reina	
Claudia >38	2,20

Acaba noviembre con repetición en todos los precios de manzanas y peras, en un mercado en el que la fruta de pepita tiene que competir con cítricos y frutas típicas de las fiestas navideñas, como piñas y uvas. Existe un equilibrio entre la oferta y demanda, donde los calibres más buscados son los grandes pero los calibres pequeños están teniendo buena salida en las cadenas de supermercados.

FRUTOS SECOS Euros/Kg

ALMENDRAS	
Común	0,76
Largueta	1,04
Marcona	1,21
Floración Tardía	1,31
Ecológica	1,14

Mercado sin cambios, ni en las cotizaciones ni en su coyuntura. La firmeza de los precios de las almendras de importación, el encarecimiento del dólar y los posibles cambios en la política arancelaria de Estados Unidos son factores que, por ahora, ayudan a despejar la amenaza de llegada de los descensos.

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 2 de diciembre de 2024 Campaña 2024-2025.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina	0,22-0,31
Navel	0,22-0,34
Navel Lane Late	0,36-0,42
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett	Sin Operaciones
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	Sin Operaciones
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	0,27-0,30
Barberina y Mid-night	Sin Operaciones
Valencia Late	Sin Operaciones
GRUPO MANDARINAS	
GRUPO SATSUMAS	

Okitsu	Sin existencias
Owari	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrórs	
y Basol	Sin existencias
Orunules	Sin existencias
Marisol	Sin existencias
Arrufatina	Sin existencias
Clemenules y	
Orogrande	0,35-0,50
Hernandina	Sin Operaciones
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	0,37-0,60
Tango	Sin Operaciones
Nardocott	Sin Operaciones
Ortanique	Sin Operaciones
Orri	Sin Operaciones

Nota: Se animan las compras respecto a semanas anteriores. La próxima publicación del boletín de cotizaciones de la Mesa de Precios de Cítricos será el lunes 9 de diciembre.

Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 5 de diciembre de 2024.

ARROCES Euros/Tm

CÁSCARA	
J. Sendra,	
disp. Valencia	500,00
Monsianell,	
disp. Valencia	500,00
Guadiamar,	
disp. Valencia	350,00-380,00
Gladío y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/C
Sirio, disp. Valencia	400,00
Puntal	S/C
Bomba,	
disp. Valencia	1.500,00
Albufera,	
disp. Valencia	1.00,00-1.050,00

Precios según rendimientos, a granel

BLANCO	
Vaporizado,	
disp. Valencia	1.050,00-1.100,00
Gleiva, Senia, Fonsa Extra,	
disp. Valencia	1.200,00-1.260,00
Guadiamar Extra,	
disp. Valencia	1.300,00-1.370,00
Largo Índica,	
disp. Valencia	1.100,00-1.200,00

Precios por tonelada a granel.

SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia	210,00-220,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia	480,00-500,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia	520,00-550,00
CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Maíz Importación,	
disp. Puerto Valencia	233,00
Maíz Nacional,	
destino Valencia	S/C
Cebada	
Nacional, dest. Val.	222,00
Importación	222,00

MERCADOS NACIONALES

Table with market prices for various agricultural products including Avena Rubia, Soja, Harina de Girasol, and Frutos secos.

Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 25 de noviembre al 1 de diciembre de 2024.

CEREALES

De invierno: En Almería, continúan realizándose siembras, los cultivos ya instalados se desarrollan con normalidad. En Cádiz, hay zonas dónde el cultivo ya ha emergido y se encuentra la parcela cubierta, con buena nascencia y observándose el desarrollo de hojas.

LEGUMINOSAS

El estado fenológico del cultivo del arroz es el de fin de recolección en ambas márgenes. A pesar de la siembra algo tardía, la campaña ha transcurrido con normalidad salvo los episodios finales de fuertes vientos y lluvias que encamaron el cultivo, estando ya el grano maduro.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

La campaña de los boniatos comenzó en agosto en la comarca Costa Noroeste de Cádiz, y está muy avanzada, finalizando en este mes. Los rendimientos están siendo de unas 40-50 toneladas por hectárea.

CULTIVOS INDUSTRIALES

La recolección del cultivo del algodón se encuentra prácticamente finalizada, en las parcelas cosechadas se realizan labores de desbrozado y gradeado. Aún así, faltan algunas parcelas por cosecharse en las que el estado del terreno ha impedido su recolección debido a las lluvias.

FRUTOS SECOS

En las plantaciones de almendro de Almería, ya se iniciaron las labores de poda, que aún se extenderán durante las próximas semanas. En algunas zonas continúa la preocupación por la falta de lluvias otoñales, ya que el estrés hídrico que padecen los almendros en secano, hace peligrar la supervivencia de algunas plantaciones.

FRUTOS DE HUESO Y PEPITA

La campaña del caqui finalizará en la provincia de Huelva en los próximos días. En la provincia de Granada, en las zonas productoras, el cultivo del cerezo se encuentra en fase de caída de hojas. En algunas fincas se ha podado. La recolección del membrillo está muy avanzada en la provincia, con rendimientos de unas 20-25 toneladas por hectárea y calibres medianos.

FRUTOS SUBTROPICALES

En las plantaciones de aguacates de Málaga, se encuentra finalizada la variedad Bacon quedando algunas parcelas de Fuerte y se generaliza la variedad Hass en la comarca de Vélez-Málaga. Se le está aplicando nitrato potásico en torno a 300 gramos por pie en marcos de 8x8m.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

Protegidos: En los cultivos hortícolas protegidos de Almería, sigue la recolección de todas las variedades de pimientos y con los setos ya formados, se realizan labores de mantenimiento. Se observa buen desarrollo vegetativo y cuajado, sin incidencias destacables. La mayor parte de los cultivos de tomate están en fase de engorde, cuajado y recolección. Se realizan labores de destallado y entutorado.

como la Adelita y la Noelia que alcanzan picos de máxima producción. Hasta el momento, los rendimientos están siendo de unos 8.000 kg/ha. Se realizan riegos de unos veinte minutos al día, con aplicación de abono en los riegos. La densidad media de plantación es de unas 16.000-20.000 plantas /ha. Se están viendo daños en el cuello de planta en un 30%.

CÍTRICOS

En Almería, se encuentra bastante avanzada la recolección de variedades de mandarina temprana y se está iniciando, en plantaciones de mandarina de media estación. Continúa la recolección del limón Fino, de la naranja temprana de la variedad Navelina y de pomelo Star-Ruby, aunque a un ritmo muy lento. Se observa un crecimiento normal de frutos y en las plantaciones de variedades más adelantadas ya alcanzan el tamaño definitivo.

OLIVAR

En Almería, la recolección se encuentra avanzada, ya que se está cosechando antes de lo habitual debido al adelanto en la maduración por las condiciones climatológicas. En las plantaciones más tardías, está dando comienzo la maduración de los frutos. En algunas zonas, se están obteniendo producciones inferiores a la campaña pasada y el rendimiento graso de momento está siendo bajo.

Éxito de la campaña Aragón Alimentos Nobles

Ha generado más de tres millones en ventas, ha llevado los productos a 636 supermercados y 8.500 personas han participado en los sorteos de la promoción

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón (AIAA) ha hecho un balance "muy positivo" de las actividades de promoción en punto de venta de la campaña 'Aragón Alimentos Nobles'.

Con financiación del departamento de Agricultura del Gobierno de Aragón, la campaña ha generado unas ventas superiores a los tres millones de euros.

Por primera vez, se han realizado tres oleadas de promoción, en abril, junio y septiembre-octubre, en las que Aragón Alimentos Nobles ha tenido presencia en más de 600 supermercados, hipermercados y establecimientos de pequeño comercio de Aragón, Madrid y Valencia.

Asimismo, 8.500 personas se han inscrito directamente en las actividades y sorteos organizados durante la promoción en los diferentes establecimientos, lo que representa un incremento de un 262% respecto a 2023.

Igualmente, ha habido 321 degustaciones programadas, 266 en Aragón y 55 fuera la comunidad autónoma, en las que han participado más de 30 empresas. En

total han sido más de 34.000 actos de degustación.

La AIAA ha recordado que se ha conseguido la instalación de cinco nuevos corners de 'Aragón Alimentos Nobles' en establecimientos de las cadenas Alcampo, Eroski y Supermercados Alto Aragón.

Además, en 2024 se han abordado nuevas actividades como la colaboración con Aragón Exterior en una promoción en Polonia y en la misión inversa de ocho compradores europeos del sector agroalimentario que participaron en el evento 'Meet the Buyer' con la presencia de 42 firmas aragonesas que realizaron un total de 367 entrevistas con los compradores participantes.

También hubo otra promoción en 250 multiservicios rurales de Aragón, en colaboración con la Cámara de Teruel; y el 'showcooking' Aragón Alimentos Nobles en el MOM Culinary Institute con Eduardo Salanova y Miki Nadal.

Estas campañas de promoción desde 2021 han servido para mejorar la visibilidad de los alimentos y marcas de alimentación aragoneses. Así hay

más recuerdo de la marca Aragón Alimentos Nobles entre los consumidores al haber pasado del 21% que la reconocía en 2021 al 54% que la reconoce en 2024.

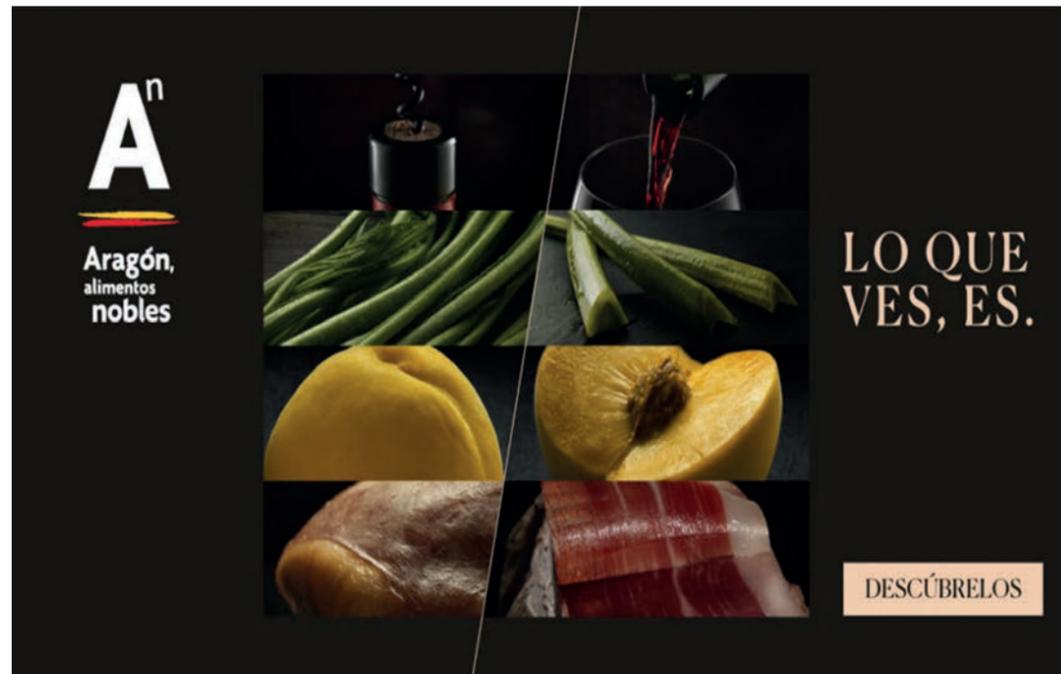
Asimismo, se ha incrementado en un 29,5% el número de referencias de alimentos aragoneses presentes en los lineales de los principales establecimientos comerciales de Aragón.

Alimentos Nobles incluye productos amparados por las denominaciones de origen como el Melocotón de Calanda, la Cebolla de Fuentes, el Aceite del Bajo Aragón, el Jamón de Teruel, el Ternasco de Aragón, los vinos aragoneses, y por la C de calidad como la borraja, la trufa negra, o el azafrán del Jiloca.

La Industria Alimentaria es el segundo sector de Aragón, con un peso en su PIB, junto al resto del sector agroalimentario, que supera el 10%.

Su facturación es de 10.000 millones de euros, de los cuales el 35% se exportan a los mercados exteriores.

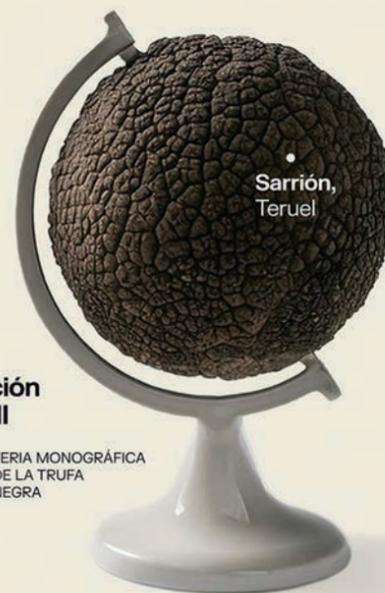
Con datos de agosto de 2024, el empleo directo generado por la Industria Alimentaria superaba los 20.600 trabajadores.



Cartel de la campaña Aragón Alimentos Nobles. / GOBIERNO DE ARAGÓN

6, 7 y 8 de
Diciembre
2024

fitruf | FERIA INTERNACIONAL DE LA TRUFA



Edición
XXIII

FERIA MONOGRÁFICA
DE LA TRUFA
NEGRA

www.fitruf.es



Cartel de la Feria de la Trufa de Sarrión 2024. / FITRUF

La mejor trufa de la feria de Sarrión, un ejemplar de 102 gramos, alcanza los 450 euros

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La localidad turolense de Sarrión se convirtió el pasado fin de semana en la capital mundial de la trufa negra.

Celebró la XXIII edición de la Feria Internacional de la Trufa (Fitruf) con 44 puestos especializados, degustaciones, diversos actos y fue visitada por más de 20.000 personas entre profesionales, productores, transformadores o restauradores, y público en general.

El kilo de trufa negra alcanzó en el inicio de la feria un precio de 1.200 euros, unos 300 menos que en 2023.

La ganadora del concurso de la trufa de mayor calidad fue un ejemplar de 102 gramos, que se vendió por 450 euros.

El consejero de Agricultura, Javier Rincón, anunció en Fitruf que "antes de que acabe el año, la Trufa Negra de Teruel contará con la Protección Nacional Transitoria", con el sello de calidad diferenciada de la Indicación Geográfica Protegida (IGP). Se trata de una figura de

protección de carácter voluntario, que podrán solicitar las agrupaciones de productores o transformadores al departamento de Agricultura. La ventaja es que, aunque todavía no esté registrada a nivel europeo, gozará de reconocimiento en todo el territorio español.

La IGP es un sello que garantiza la máxima calidad de la trufa negra, lo que hará que se incremente la exportación porque dará confianza a los europeos.

La temporada de recolección de la trufa se presenta, "mejor que los dos últimos años", en los que la producción se vio mermada por las escasas lluvias.

La provincia de Teruel dispone de 11.000 hectáreas de terreno con más de tres millones de árboles dedicadas al cultivo de la trufa, que ocupan en torno a 500 personas.

La producción supera las 60 toneladas y de ella, el 75% se concentra en la comarca de Gúdar-Javalambre, con Sarrión como principal referente.

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

- España: 199 Euros (IVA incluido)
 Europa: 345 Euros
 Resto países: 450 Euros

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

EMPRESA: _____

DE ACTIVIDAD: _____ DNI/NIF: _____

CON DOMICILIO EN: _____ CP: _____

CALLE: _____ NÚMERO: _____ TEL.: _____

E-MAIL: _____

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

BANCO/CAJA: _____ IBAN Nº _____

Firma

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

El sector agroalimentario valenciano es líder en producción sostenible

CaixaBank y Cámara Valencia han elaborado un informe analizando la importancia de la sostenibilidad como factor estratégico y de transformación para las empresas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El sector agroalimentario valenciano, al igual que el europeo, es líder en comercio exterior en términos de producción sostenible según se desprende del informe 'El reto de la sostenibilidad para el comercio exterior valenciano', elaborado por Cámara de Comercio de Valencia con la colaboración de CaixaBank y tiene como propósito analizar en qué medida la sostenibilidad influye en el comercio exterior de las empresas valencianas, evaluando cómo las prácticas sostenibles impactan en su competitividad, sus mercados de destino y las cadenas de valor en las que participan.

La industria agroalimentaria y el sector primario tienen un papel clave en la economía de la Comunitat Valenciana ya que ambos representaron el mayor volumen de exportaciones: el 21,6% del total exportado en 2023. En los últimos dos años, el 82% de las exportaciones valencianas de productos agroalimentarios se ha dirigido a mercados europeos, siendo Alemania y Francia los principales destinos. Sin embargo, para las pymes no siempre es fácil cumplir con modelos más respetuosos con el medio ambiente: el 82% de los directivos indicó la necesidad de disponer de un mayor acceso a financiación



El documento de trabajo, elaborado por Cámara Valencia con la colaboración de CaixaBank, ha sido presentado por la directora territorial de CaixaBank en la Comunitat Valenciana y Región de Murcia, Olga García, y el presidente de Cámara Valencia, José Vicente Morata. / CAIXABANK

para apoyar sus esfuerzos en sostenibilidad.

Como conclusión, los expertos de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) señalan que el avance en sostenibilidad dentro del sector solo será posible mediante progresos en digitalización, que abarquen los procesos, la transparencia, la trazabilidad y la

adaptabilidad tanto de las empresas como de los gustos del consumidor. Advierten de que es fundamental adaptar los terrenos de cultivo y los modelos productivos para lograr la circularidad de los recursos, reducir los residuos y minimizar la huella ambiental. Además, la inversión en energías renovables contribuiría a reducir las emisiones de gases.



A través de la web de Frutis y la propia aplicación los usuarios pueden localizar las fruterías más cercanas a su casa y realizar pedidos en línea. / ARCHIVO

5 al día y Frutis crean una app para apoyar las fruterías de los barrios

La asociación y la plataforma firman un convenio para acercar las frutas y las hortalizas a los consumidores mediante herramientas digitales

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La organización sin ánimo de lucro 5 al día y Frutis, plataforma hortofrutícola, han decidido unir fuerzas para impulsar la digitalización de los vegetales en el comercio local de los barrios gracias al desarrollo de una aplicación que permite la compra en línea de estos.

La alianza busca modernizar las fruterías de barrio permitiéndoles estar en "la palma de la mano" de los clientes las 24 horas del día. En un entorno donde las nuevas generaciones compran desde cualquier lugar y en cualquier momento, la web y aplicación de Frutis permitirán a los consumidores localizar las fruterías más cercanas a través de su código postal, pudiendo realizar pedidos *online* con la opción de recogerlo en la tienda o recibirlos directamente en casa.

Este proyecto ya está en marcha en Madrid, donde más de 170 fruterías se han sumado a la iniciativa y se prevé extenderlo próximamente al resto de España facilitando así el

acceso a productos frescos y de proximidad para todos los consumidores.

El acuerdo, con una duración inicial de un año, busca sentar las bases para un modelo que combine tradición e innovación, fortaleciendo el comercio local y promoviendo el consumo de frutas y hortalizas como parte de una alimentación saludable.

Nuria Martínez Barea, directora de 5 al día en España, declaró que el convenio es "una buena oportunidad para demostrar que innovación y comercio tradicional pueden ir de la mano" en la línea tradicional de la organización de promover el consumo diario de frutas y verduras.

Jorge Enebral de Frutis añadió que "conectar a las fruterías de barrio con los consumidores digitales es clave para que sigan siendo competitivas y relevantes en un mundo cada vez más online" manteniendo la "frescura y calidad de una manera accesible y cómoda para todos".

Pink Lady® y Disney, juntos para promover una nutrición más sana

Gracias a personajes emblemáticos como Mickey Mouse y Simba, esta campaña tiene una dimensión emocional y transgeneracional que pretende llegar al corazón de las familias, en especial de los más jóvenes

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Pink Lady® está orgullosa de anunciar su colaboración con la factoría Disney, referente indiscutible del imaginario de los niños. Esta colaboración, que une las fuerzas de dos marcas positivas y comprometidas, pretende fomentar una alimentación equilibrada y unos hábitos de vida saludables en las familias de nueve países europeos.

Se trata de una alianza inédita que combina la notoriedad de Disney, célebre por su influencia en los niños, y el compromiso de Pink Lady® con la calidad, cuyo objetivo es llevar a la mesa familiar una manzana sana y deliciosa. De hecho, Pink Lady® es la

manzana favorita de las familias en muchos países de Europa (*).

Juntas, las dos marcas comparten una visión común en torno a valores como la calidad, el positivismo y la responsabilidad social. Gracias a personajes emblemáticos como Mickey Mouse y Simba (El Rey León), esta campaña tiene una dimensión emocional y transgeneracional que pretende llegar al corazón de las familias, en especial de los más jóvenes, verdaderos prescriptores en las decisiones de compra de sus padres.

Y es que Pink Lady® propone una gama especialmente pensada para los niños: PinKids®. Estas manzanas, de calibre más pe-



Entre diciembre 2024 y abril 2025, la franquicia de Disney El Rey León estará presente en los packagings de PinKids®. / PINK LADY®

queño, se adaptan perfectamente a la mano y al apetito de los más pequeños, lo que refuerza la pertinencia de esta colaboración con Disney, una colaboración pedagógica y divertida para los niños.

■ CAMPAÑA EUROPEA Y MULTICANAL

Entre diciembre 2024 y abril 2025, la franquicia de Disney El Rey León estará presente en los packagings de PinKids®. La colaboración continuará en mayo con la icónica e incombustible franquicia de Mickey y sus amigos en más de 30 cadenas de supermercados en Europa. El objetivo es reforzar la visibilidad de marca gracias a estas dos gamas.

Esta campaña estará acompañada además de varias iniciativas promocionales durante toda la temporada de venta: stickers y carteles en tienda para captar la atención del consumidor, más de 1100 puntos de publicidad en el lugar de venta, un centenar de actividades en tienda y 300 promociones en cabecera de lineal. Además, también se ha pensado en regalos promocionales in-pack y un juego para los consumidores con regalos exclusivos, como peluches gigantes y productos de merchandising personalizados con la imagen de las dos marcas.

Este aumento de visibilidad debería permitir alcanzar las

3.000 toneladas de manzanas vendidas (Pink Lady® y PinKids®) durante esta colaboración con la franquicia, es decir, una diana de 3,2 millones de hogares consumidores.

■ A LARGO PLAZO

Pink Lady® se compromete a ofrecer manzanas de calidad para todos los momentos del día a día. Gracias a esta cooperación, la marca reafirma su compromiso de buscar formas para aumentar la atracción del consumidor hacia las manzanas y acompañar a las familias hacia una alimentación más sana. También refuerza su fuerte posicionamiento como marca premium en el sector.

Disney, mundialmente conocido por su impacto positivo en las familias y, en particular, en los niños, aporta un toque educativo a la par que divertido al acto de compra.

Juntos, Pink Lady® y Disney contribuyen a la educación para unos hábitos saludables, tanto en los niños como en sus padres.

(* Información basada en el Barómetro del Instituto Envidya con 600 consumidores de manzana encuestados como muestra representativa del mercado en Alemania, Francia, Italia, España, Bélgica, Países Bajos e Irlanda en abril de 2024.

CATsystem®

El primer sistema de Control Automático de los Tratamientos postcosecha.

CATsystem®, cuyo desarrollo se inició en 2017, es el primer sistema de Control Automático de los Tratamientos fungicidas del mundo. Permite mantener constante la concentración de fungicidas, desinfectantes y aditivos alimentarios en los caldos de tratamientos postcosecha, dentro de un rango de valores definido.

Durante la postcosecha, una concentración insuficiente de fungicida puede provocar la aparición de pudrición, mientras que un exceso puede hacer superar los Límites Máximos de Residuos legalmente establecidos o los niveles aún más exigentes impuestos por los distribuidores.

Gracias a CATsystem®, se pueden mantener constantes las concentraciones fungicidas, realizando análisis y correcciones del caldo de tratamiento en tiempo real.

No existe ningún sistema similar en el mercado. CATsystem® es, por tanto, una innovación disruptiva en la aplicación de tratamientos postcosecha.



www.citrosol.com  





AgroBank

2

Sara Rubira

Entrevista a la consejera de Agricultura:
"Sin agua, no tenemos nada"

proexport

Hortalizas y Frutas de Murcia, España

murcia fruits

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

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La Región de Murcia se ha consolidado como un referente global en el desarrollo de la uva de mesa sin semillas. / ARCHIVO

La uva murciana consolida su posición en el mercado europeo

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

La campaña 2024 de la uva de mesa sin semillas en la Región de Murcia ha sido especialmente positiva, destacando tanto en el plano productivo como en el comercial. Según las estimaciones preliminares de la Asociación de Productores y Exportadores de Frutas, Uva de Mesa y otros Productos Agrarios (Apoexpa), se han exportado entre 190.000 y 200.000 toneladas, superando las cifras del ejercicio anterior gracias a unas condiciones meteorológicas excepcionalmente favorables. La ausencia de lluvias ha permitido un desarrollo óptimo del cultivo, garantizando una calidad excelente que ha sido clave para mantener la competitividad en los exigentes mercados internacionales.

Murcia sigue siendo el núcleo principal de la producción

Según estimaciones de Apoexpa, en 2024 se han exportado entre 190.000 y 200.000 toneladas de uva, superando las cifras del ejercicio anterior

de uva de mesa sin semillas en España, aunque las empresas asociadas de Apoexpa están apostando por la expansión de sus cultivos hacia provincias limítrofes como Albacete, Almería y Alicante. Esta ampliación territorial responde tanto a la creciente demanda de este producto como a la necesidad de diversificar las zonas de producción, con el objetivo de alargar el

calendario de comercialización y aumentar la disponibilidad de uva nacional durante más meses al año. Las previsiones de Apoexpa apuntan a que, en un plazo de cuatro o cinco años, el volumen de exportación podría superar las 250.000 toneladas.

En el mercado europeo, la uva murciana mantiene una posición destacada gracias a la fortaleza de sus principales destinos, como Alemania, Francia y el Reino Unido. Estos países, que representan una parte significativa de las exportaciones, han mostrado una demanda constante a lo largo de toda la temporada. A nivel global, el consumo de uva de mesa sigue en ascenso. En Estados Unidos, este producto es la tercera fruta más consumida, mientras que en Asia, mercados emergentes como China e India

están mostrando un creciente interés.

En el caso de España, el aumento del consumo también es evidente. Hasta hace unos años, la oferta de uva en los supermercados durante el invierno era escasa. Hoy, gracias a las importaciones, los consumidores pueden encontrar esta fruta en los lineales prácticamente todo el año. Este fenómeno refleja la creciente aceptación de la uva de mesa sin semillas entre los consumidores españoles.

Por último, Murcia no sólo destaca por su capacidad productiva, sino también por su apuesta por la innovación varietal. Con acceso a las variedades más modernas de obtentores internacionales, la región se ha consolidado como un referente global en el desarrollo de la uva de mesa sin semillas.

Esta semana



4 J. Gómez (Apoexpa):
"Murcia es el mejor escaparate en variedades de uva sin semillas"



6 José Antonio García (Ailimpo):
"Lo realmente importante en la gestión de la información es anticipar lo que va a suceder"

7 Nueva línea de ayudas para los regantes

El kaki murciano llega por primera vez al mercado de Hong Kong



8 J. Ortega (La Paz Fresh):
"Siempre hemos priorizado la calidad y la satisfacción de nuestros clientes"

10 La Región de Murcia lidera la exportación de lechuga con el 65% del total nacional

Murcia activa la cobertura frente a granizo y heladas en el seguro para frutales

11 Microalgas para cultivos más eficientes y con más calidad

12 El Puerto de Cartagena estrena una nueva ruta marítima de exportación a África Occidental

13 La Región de Murcia es referente en producción y exportación de brócoli

Proexport participa en la feria 'Food África'

14 BASF | Nunhems 'TomatoExperience' abre sus puertas en Murcia

Las soluciones biotecnológicas aportan seguridad alimentaria, eficiencia y sostenibilidad



La Región + Eco de Europa

SARA RUBIRA MARTÍNEZ / Consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca

“Sin agua, no tenemos nada”

Después de un año complejo en el que no han faltado problemas con productos estandarte como el limón y con el problema del agua flotando siempre en el campo murciano, Sara Rubira cierra su primer ejercicio completo como Consejera con la convicción de que “estamos dando soluciones. Hemos trabajado mucho... Y lo que nos queda”. Mucho trabajo por delante, pero también buenas expectativas en las campañas de este año y en las investigaciones del IMIDA. Y siempre sin dejar de reclamar esa agua que necesita el agro murciano para seguir aportando al mundo una producción agroalimentaria excepcional.

► RAQUEL FUERTES. MURCIA.

Murcia Fruits. ¿Cómo han ido las exportaciones hortofrutícolas murcianas en 2024?

Sara Rubira. Los datos que manejamos hasta el momento de las exportaciones de frutas y hortalizas son muy positivos porque se está incrementando tanto el valor como las toneladas que se venden fuera de España con el sello de la Región de Murcia. Registraron cifras récord en los primeros nueve meses del año 2024, ya que superaron los 2.643 millones de euros, y aumentaron tanto en toneladas como en ingresos con respecto al mismo periodo de 2023, lo que supuso un 5,57% más que en el mismo tramo de 2023. El crecimiento fue de un 4,25% en hortalizas y de un 7,28% en frutas.

Por su parte, en cuanto a toneladas exportadas, el crecimiento llegó al 12,22% (un 14,30% en hortalizas y un 14,30% en frutas). En cuanto a los principales destinos de esas exportaciones, Alemania se reafirma como mercado preferente con un crecimiento del 7,81%, superando los 853 millones de euros en ventas. Le siguen Francia (433 millones), Reino Unido (319 millones), Países Bajos (214 millones) e Italia (114 millones de euros).

Entre enero y septiembre de 2024 el valor de las exportaciones ascendió a 2.643 millones de euros, lo que supuso un incremento del 5,57%. En cuanto a las toneladas exportadas, se produjo un crecimiento del 12,22%.

MF. ¿Qué productos regionales están encontrando nuevos mercados?

SB. En la búsqueda de nuevos mercados uno de los productos que mejor se está comportando es la uva de mesa, que está teniendo una gran aceptación en los mercados asiáticos. Lo pude comprobar en persona hace unos meses. Coincidiendo con Fruit Logística Asia, que se celebró en Hong Kong, visitamos a algunos importadores de la zona y mantuvimos reuniones que han sentado las bases para que el crecimiento de estas importaciones siga creciendo en este continente. De hecho, el año que viene haremos la “Semana de la Región de Murcia” en los restaurantes españoles de Hong Kong.

Asia, sin duda, es todo un reto, pero los productores de la Región están dispuestos a enfrentarse a él e incluso se están atreviendo con productos como el kaki. Por el momento es muy incipiente, pero ya conocemos de algunas experiencias (Distinet) que están funcionando muy bien.

También se interesaron mucho por los jóvenes de la Región de Murcia e incluso se prevén intercambios que van más allá del mundo agro.

MF. El limón no ha vivido su mejor año. ¿Consideran que se ha tratado de una crisis puntual o hay problemas estructurales



La consejera califica como “positivos” los datos de las exportaciones hortofrutícolas hasta el momento. / GIANLUCA PIGNATELLI

que pueden lastrar el éxito de este cultivo?

SB. Este año parece que la campaña se presenta mejor. Deseamos que la situación de la temporada pasada, que hizo perder mucho dinero a muchos agricultores, no genere problemas estructurales.

Este año esperamos que la producción de unos números más cercanos a los de la demanda y los precios mantengan la senda estable que están teniendo en el inicio de esta campaña para que los productores de cítricos de la Región de Murcia obtengan la rentabilidad que necesitan por sus productos.

Estamos en contacto permanente con la interprofesional Ailimpo y los datos de partida son mejores que en la anterior temporada, cuando quedaron limones en el suelo y en los árboles.

Un dato relevante ha sido el de la caída de las importaciones este verano. En concreto, en el Puerto de Cartagena se ha registrado un descenso del 61,8% en las toneladas de limón que han entrado en la Región de Murcia por esta vía. Así, se ha registrado la entrada de 500 contenedores que representan unas 12.000 toneladas de limón en 2024 frente a las 31.400 que entraron en 2023. Hemos analizado los datos de la media de importación de cítricos en la Unión Europea y vemos que hay un descenso general en las cantidades de casi el 25% de media en los últimos años.

“Estamos en contacto permanente con la interprofesional Ailimpo y los datos de partida son mejores que en la anterior campaña de limón”

“Vemos nulos avances por parte del Gobierno de España y las regiones del Levante estamos pagando los platos rotos de la mala planificación hídrica”

“Un ejemplo de colaboración público-privada es el desarrollo de 20 nuevas variedades de uva de mesa que ya se cultivan en la Región y en diversos países”

Este descenso de importaciones puede ser positivo para el sector nacional pero ahora estamos pensando más allá de este año y estamos muy preocupado por cómo puede afectar al sector cítrico y a otros sectores productivos el acuerdo de la UE con Mercosur, que en Murcia puede ser peligroso para los cítricos y para la carne.

El acuerdo presenta muchos flecos y sigue permitiendo distintos sistemas de producción con costes inferiores y, por tanto, una competencia desleal. Por ello, creemos que estamos ante un momento perfecto para fijar cláusulas espejo. El Gobierno de España debe dar un paso en esta dirección si de verdad quiere proteger a nuestros productores.

MF. Para cambiar a otro de los productos estrella de la Región que sigue una senda positiva podemos hablar del brócoli. ¿Cómo está evolucionando su explotación y exportación?

SB. Aparte de que es un producto que personalmente me encanta en todas sus versiones, lo del brócoli en la Región de Murcia es espectacular. De cada 10 brócolis que exporta España, 7 son murcianos. Las empresas productoras de brócoli en la comunidad están siendo capaces de tener brócoli fresco durante los 12 meses del año. Eso sin duda está marcando la diferencia de la región que mantiene su liderazgo. En concreto, la producción de brócoli en la Región de Murcia ha aumentado un 21% en la actual

campaña en comparación con la de 2023, y se espera finalizar la cosecha con un total de 224.000 toneladas de producción en una superficie de 14.000 hectáreas, lo que supone un 13,35% más que el pasado año.

Es, sin duda, uno de los productos insignia del campo de la Región de Murcia, sobre todo en el Campo de Lorca, muy presente en los principales mercados de países como Reino Unido, Alemania, Países Bajos, Francia y Polonia. Sobre las exportaciones de esta verdura, en los primeros nueve meses de este año se han vendido en el extranjero 207.495 toneladas, lo que supone un incremento del 9,26% respecto al año anterior, por valor de 322 millones de euros. Siempre teniendo en cuenta que, si no tenemos agua, no tenemos nada.

MF. ¿Cuál está siendo el comportamiento de las hortalizas murcianas este año en los mercados?

SB. Estamos detectando ligeros incrementos en las exportaciones de algunos productos que esperamos sigan manteniéndose en la campaña de invierno que se encuentra en marcha en este momento.

En líneas generales durante estos primeros meses del año hemos detectado un incremento de las exportaciones de la Región. Se mantiene el crecimiento en Europa con más de un 5% de crecimiento general y con el liderazgo en bráscicas y lechuga, segmento donde también somos la primera provincia española en exportación. Hasta el mes de agosto se han superado 422 millones de euros, es algo menos que en 2023 (-2,38%), pero seguimos muy por delante de la provincia de Almería que es la siguiente con 120 millones de euros.

MF. ¿En qué situación se encuentra actualmente el agua en Murcia?

SB. Estamos muy preocupados. Vemos nulos avances por parte del Gobierno de España y las regiones del Levante estamos pagando los platos rotos de la mala planificación hídrica. Esperábamos saber algo después de verano. No sabemos nada. Los agricultores y regantes están muy preocupados por el futuro. Y se dan situaciones tan paradójicas como que en las mesas que tratan el tema no inviten a los representantes del SCRATS, que tienen un conocimiento y un control técnico únicos.

Hoy tenemos una nueva ministra responsable de este tema que esperamos sea más valiente que su antecesora. La ministra Ribera planteó la gestión hídrica de forma independiente y aislada para cada cuenca, sin visión de conjunto, con criterios muy dispares para cada una de ellas (caso de los caudales ecológicos) y lo único que se han generado con ellos son pequeños reinos de taifas que están fomentando

el enfrentamiento entre los diferentes territorios.

España no es un país seco, pero si hay un mal reparto del agua y el ejemplo lo tenemos en el Levante donde hay un déficit de 300 hectómetros que estamos demandando desde gobiernos como el de la Región de Murcia, 300 de los 28.000 hectómetros que son almacenados en todo el país. Estamos intentando llegar a acuerdos también con las comunidades cedentes.

Por eso necesitamos un plan nacional en materia de agua que termine con esta situación y sobre todo que ponga sobre la mesa la inversión que necesita el país en infraestructuras hídricas para tener un reparto de agua más equitativo entre los territorios. Hoy vemos como la cuenca del Segura sigue en una situación preocupante. Y el futuro no es menos incierto si el Gobierno cumple con esa amenaza de cierre del Trasvase Tajo-Segura.

Creo que la Región de Murcia podría aportar mucho a ese plan nacional. Somos la región europea que más esfuerzo pone en depurar y reutilizar este recurso, los que hemos adoptado el modelo de gobernanza adecuado y los que más invertimos en incorporar tecnología para la mejora del proceso que ha demostrado ser clave.

Además, llevamos años apostando por la modernización de los sistemas de riego que se utilizan en los campos en los que cada año se incorporan nuevos sistemas como sondas y soluciones de teledetección con los que conseguimos testar las necesidades del cultivo y no gastar una gota de más.

El Pacto Nacional del Agua para nosotros es fundamental. En España hay agua, pero está mal repartida. Las necesidades están claras. Necesitamos que haya un pacto en el que se lleve el agua de donde sobra a donde se necesita. Que tenga la dotación y las infraestructuras necesarias para que no tengamos que estar "mendigando" agua.

MF. *Sequía, lluvias torrenciales, cambio climático... ¿Cómo está influyendo este año el clima en las campañas murcianas?*

SB. Lo cierto es que en la Región de Murcia llueve poco y cuando lo hace es de manera torrencial. Por eso estamos trabajando en el desarrollo de nuevas variedades mucho más resistentes a través del IMIDA. Consumen menos agua.

En este sentido, hemos hecho de la necesidad una virtud. Pero la escasez de agua está ahí y hemos pedido que se convoque la Mesa de la Sequía porque la situación es muy delicada en muchas zonas, con daños irreversi-



Sara Rubira afirma que el objetivo de la Consejería "para 2030 es seguir liderando con pasión, visión y compromiso". / GIANLUCA PIGNATELLI

"Hemos pedido que se convoque la Mesa de la Sequía porque la situación actualmente es muy delicada en muchas zonas, con daños irreversibles tanto para los árboles como para los animales"

bles tanto para los árboles como para los animales.

Las sequías están afectando no solamente a los cultivos de secano, que en la Región de Murcia suponen el 65% de la superficie cultivada, sino también a los cultivos de regadío, ya que en una comunidad autónoma como la nuestra donde el riego está tan optimizado, los riegos se realizan a demanda hídrica de las plantas y las lluvias como es normal pueden suplir parte del riego.

Esta sequía permanente y continuada durante tres años está influyendo mucho tanto en las producciones como en el arbolado. Llevamos meses alertando de la situación en la que se encuentran los cultivos de secano en la Región. Viñedo, almendro y olivo están pagando las consecuencias de esta ausencia de lluvias. Una escasez de precipitaciones que está trayendo problemas adicionales relacionados con la sanidad vegetal porque su ausencia afecta al ciclo biológico de plagas, como es el caso de trips, mosquito verde, etc.

Son necesarias soluciones que aporten valor añadido. La investigación es clave para entender el comportamiento de los cultivos cuando sufren este estrés hídri-

co tanto en el secano como en el regadío, hay que apostar por especies y variedades más adaptadas a las condiciones climáticas cambiantes.

Desde el Gobierno regional somos muy conscientes de ello y desde centros como el IMIDA estamos apoyando investigaciones que ayuden a agricultores a adaptarse a nuestra realidad climática, y prueba de ello es uno de los proyectos estratégicos de mejora genética, que tanto valora la UE. Son proyectos innovadores con la finalidad de transferir soluciones a las empresas del sector que permitan mejorar su eficiencia y competitividad, así como dar respuesta a los retos medioambientales y ecológicos actuales.

MF. *¿En qué líneas de investigación trabaja actualmente el IMIDA?*

SB. En este momento hay más de 80 proyectos de investigación que se están desarrollando en el centro. Muchos de ellos son proyectos que se realizan en colaboración Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas, y el objetivo no es otro que dar soluciones basadas en la ciencia y la técnica al sector para poder afrontar los principales retos a los que se enfrenta.

El IMIDA lidera uno de los proyectos estratégicos de la comunidad financiados con fondos Feder, el de 'Mejora genética y vegetal', teniendo como principales objetivos la adaptación al cambio climático de los cultivos, mejora de la calidad, ampliación de calendarios de cosecha con variedades tempranas y tardías, buscando una diversificación que permita responder a las necesidades de los mercados y de los consumidores. Esta investigación ha permitido registrar 23 nuevas variedades de melocotonero, ciruelo japonés, cerezo con mejor adaptación climática y gran calidad gustativa, que ya están en las principales líneas comerciales y en viveros a disposición del sector.

Un ejemplo de colaboración público-privada es el desarrollo de 20 nuevas variedades de uva de mesa que ya se cultivan en la Región y en diversos países. De hecho, el 20% de las hectáreas que se cultivan en la comunidad son con las uvas de mesa desarrolladas en el IMIDA en colaboración con la sociedad murciana de Investigación y Tecnología de Uva de Mesa (ITUM).

MF. *¿Qué balance hace de este primer año completo como Consejera?*

SB. Creo que este ha sido un año duro, muy intenso, pero también creo que el trabajo que estamos haciendo se está notando y está dando buenos resultados. En un momento en el que agricultores y ganaderos de media Europa

salieron a la calle para protestar por la situación del sector, supimos escuchar y ver las necesidades que tenían. Algunas de estas soluciones ya están sobre la mesa y en otras vamos a tener que seguir trabajando, pero ya se han dado los primeros pasos para comenzar la transformación que los agricultores necesitan.

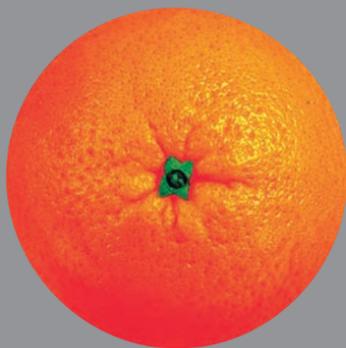
El plan de financiación plurianual que firmaron las organizaciones agrarias con el presidente Fernando López Miras fue un paso muy importante y con él vamos a conseguir apoyar a un sector que necesita de políticas valientes.

Eso es lo que hemos intentado hacer a lo largo de este tiempo, apoyando a todos y cada uno de ellos, escuchándolos y manteniendo un diálogo permanente con ellos. Pisando la tierra cuando la hemos tenido que pisar y demandando en los despachos lo que hemos tenido que demandar. La mejor fórmula es escuchar a la gente y a los agricultores porque aprendo todos los días de todos los interlocutores, independientemente de su color.

Pero, sobre todo, trabajando sin descanso para la agricultura, la ganadería, y la pesca de esta región sea mejor, tenga opciones de futuro para los jóvenes y siga siendo el motor económico de la Región durante muchos años más. Algo para lo que necesitamos una financiación justa.

Estamos dando soluciones. Hemos trabajado mucho... Y lo que nos queda.

HISPA 
group



30
Años
CONTIGO

EXPERIENCE  WORLDWIDE COMMITMENT  QUALITY

WWW.HISPAGROUP.COM

JOAQUÍN GÓMEZ / Presidente de Apoexpa

“Murcia es el mejor escaparate en variedades de uva sin semillas”

Joaquín Gómez, presidente de Apoexpa, hace un balance positivo de la campaña 2024, destacando la fortaleza del mercado europeo y el éxito de la uva de mesa sin semillas de Murcia. Según Gómez, la campaña ha sido dinámica y productiva, con una fuerte demanda de uva, lo que ha provocado que se agotara toda la producción disponible. Además, Gómez señala la importancia de la innovación varietal en la región, que se ha consolidado como un referente internacional en el cultivo de uva sin semillas. A nivel mundial, el consumo de uva continúa su tendencia ascendente, lo que augura buenas perspectivas para el sector en los próximos años.

▀ NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Murcia Fruits. ¿Qué balance realiza de las producciones que representa Apoexpa durante este ejercicio 2024?

Joaquín Gómez. En fruta de hueso, la campaña concluía en septiembre, mientras que la de uva hace apenas 15 días que ha finalizado. Ha sido un año normal, las dos campañas han cumplido las expectativas de los productores. En términos generales, se han podido cubrir los costes de producción y el agricultor ha tenido un beneficio.

De la temporada de uva podríamos añadir que ha sido muy dinámica, con una fuerte demanda prácticamente durante toda la campaña, dando como resultado la conclusión prematura de la temporada por agotamiento de producto, es decir que se ha comercializado toda la uva disponible en Murcia.

MF. Una de las últimas noticias de el envío de kaki murciano a Hong Kong. ¿Cómo se ha fraguado esta nueva línea de exportación?

JG. Tras participar en la feria Asia Logística, la empresa Distinet, productora y exportadora de kaki, estableció contactos con distribuidores en Asia. Ya han realizado algunos envíos pequeños por avión para que conozcan el producto, con una experiencia que ha resultado muy positiva. Al importador le ha gustado el kaki, y el próximo año tendremos una campaña completa, con envíos por barco y cantidades más grandes.

MF. ¿Qué peso tiene la producción de kaki en Murcia?

“La temporada de uva ha sido muy dinámica, con una fuerte demanda prácticamente durante toda la campaña, dando como resultado la conclusión prematura de la temporada por agotamiento de producto”

“En Europa, la uva de mesa es muy apreciada, siendo Alemania, Francia y el Reino Unido los mercados clave para la uva murciana. En Estados Unidos, es la tercera fruta más consumida, y en Asia, especialmente en China e India, su consumo está aumentando progresivamente”

JG. Es una producción incipiente, principalmente en la zona de Cieza, con un volumen que supera las mil de toneladas. El caqui se ha aclimatado muy bien a nuestra tierra, y está obteniendo buenos resultados. Aunque la producción local aún es pequeña, las empresas que lo trabajan están llevando a cabo campañas importantes, con grandes perspectivas de crecimiento.

MF. ¿Cómo han funcionado los mercados más lejanos durante este 2024?

JG. Sudáfrica, Estados Unidos y Hong Kong han sido mercados que han funcionado bien este año. En cuanto al resto de países, seguimos condicionados por los conflictos geopolíticos, como la guerra entre Israel y Hamás en Gaza y la invasión rusa de Ucrania. Los retrasos en el tránsito de contenedores han dificultado el envío de productos perecederos más allá de

Europa occidental o Sudáfrica. Debido a esta incertidumbre, los productores han centrado su atención en el mercado europeo, que ha permanecido fuerte durante todo el año.

MF. ¿Qué va a pasar a partir de la llegada de Trump a la Casa Blanca con las exportaciones murcianas a EEUU?

JG. Ahora mismo la situación es de incertidumbre total. Es cierto que Trump durante su campaña a las elecciones presidenciales de EEUU anunció un arancel universal de hasta el 20% sobre todos los productos importados del extranjero. A partir de su llegada, tendremos que ver cómo se desarrolla la situación. De momento, no son buenas noticias para Europa en general. En el caso de la uva de mesa de Murcia, es un destino interesante, ya que cuenta con protocolos de entrada junto con productos como el aguacate y la ciruela. Las



El presidente de Apoexpa, Joaquín Gómez señala que el consumo de uva de mesa, en los últimos años, presenta a nivel mundial una línea ascendente. / RF

exportaciones se concentran especialmente en la Costa Este.

MF. Si hablamos de uva, ¿cuáles son los datos de la campaña 2024?

JG. A falta de los datos de los dos últimos meses, desde Apoexpa estimamos que la campaña 2024 concluirá con una exportación de entre 190.000 y 200.000 toneladas de uva sin semillas.

MF. ¿La uva en Murcia presenta una línea ascendente o descendente?

JG. Comparado con las dos últimas campañas, este año hemos tenido una mejor cosecha que en 2023. Hemos tenido suerte con la meteorología ya que no ha llovido, esto es clave para el buen desarrollo de la fruta. En cuanto a la superficie cultivada, se mantienen cifras similares en la Región de Murcia, pero en provincias limítrofes como Albacete, Almería y Alicante se están ampliando las hectáreas de cultivo de uva sin semillas. Esto nos permitirá, en un plazo de 4 a 5 años, superar las 250.000 toneladas de exportación y contar con un calendario de comercialización más amplio.

MF. ¿Cuál es la tendencia en el mundo varietal de la uva de mesa?

JG. A nivel mundial, las uvas verdes sin semillas están superando a las variedades rojas, negras y con semillas en muchos mercados. Murcia, por su parte,

dispone de todas las variedades modernas de uva de mesa, de diferentes obtentores (americanos, israelíes, murcianas...), lo que la convierte en el mejor escaparate para las variedades de uva sin semillas.

MF. Finalmente, ¿qué podemos decir sobre la evolución del consumo de uva?

JG. En Europa, la uva de mesa es muy apreciada, siendo Alemania, Francia y el Reino Unido los mercados clave para la uva murciana. En Estados Unidos, es la tercera fruta más consumida, y en Asia, especialmente en China e India, su consumo está aumentando progresivamente. A nivel global, el consumo de uva de mesa está en línea ascendente.

En España, también se confirma este crecimiento: hace unos años era difícil encontrar uva en los supermercados durante el invierno, pero ahora prácticamente todos los supermercados nacionales ofrecen uva sin semillas durante toda la época invernal gracias a las importaciones, que alcanzan un volumen de 80.000 toneladas.

Esto demuestra cómo ha aumentado el consumo de uva en nuestro país. Así que, la oferta de uva está garantizada durante todo el año: de junio a noviembre con uva nacional, y de diciembre a mayo con uva de importación.

Murcia 2026, capital mundial de la uva de mesa

El Congreso Mundial de la Uva se celebra cada tres años. Las últimas ediciones fueron en Chile (2020) y Sudáfrica (2023). Durante la convocatoria sudafricana, Apoexpa presentó la candidatura de España como sede para el Congreso de 2026, y fue aprobada por unanimidad. El comité organizador ya trabaja en la planificación de este importante evento, que reunirá a más de 600 profesionales internacionales del sector. Joaquín Gómez avanza que una de las primeras decisiones adoptadas ha sido la fecha de celebración: la última semana de septiembre, para que los profesionales de Sudáfrica, Chile, Estados Unidos, Perú, entre otros, puedan enlazar el Congreso con Fruit Attraction en Madrid, que se celebrará la primera semana de octubre. Se espera la participación de 500 profesionales extranjeros de 13 países, junto con una importante representación nacional. ■



Berlin 5|6|7 Feb 2025

FRUITFUL CONNECTIONS.

**FRUIT
LOGISTICA**

The leading trade show for the
global fresh produce business.

fruitlogistica.com

GET
YOUR TICKET
NOW

FRUITNET

 **MESSE
BERLIN**

JOSÉ ANTONIO GARCÍA / Director de Ailimpo

“Lo realmente importante en la gestión de la información es anticipar lo que va a suceder”

La gestión de la información es una herramienta esencial para la toma de decisiones. En un ámbito tan complejo y con tantas implicaciones a nivel económico, medioambiental y social como es el sector cítrico, Ailimpo ha asumido como uno de sus pilares esa gestión y transmisión de datos “para ayudar a que todos los actores del sector sean más eficientes y competitivos”, como señala José Antonio García. El director de la interprofesional explica cómo trabajan aspectos que abarcan desde la comunicación interna hasta el impulso de marcas con vocación internacional (Limón de España y Pomelo de España) que colaboren en el gran objetivo de representar a España como el líder mundial en cítricos que es. Con anticipación y amplitud de miras. Sin olvidar la visión de futuro y de sector.

► RAQUEL FUERTES. MURCIA.

Murcia Fruits. Ailimpo está poniendo mucho énfasis en la comunicación dentro del sector cítrico. ¿Por qué es tan relevante este aspecto para el sector?

José Antonio García. La comunicación es un anhelo y una petición de una gran parte del sector. Es crucial porque estamos en una era en la que la información (y la desinformación) es clave para tomar decisiones. Vivimos en un entorno donde, además de la información veraz, la desinformación está muy presente. Tener un referente que nos ofrezca datos contrastados, fiables y objetivos es esencial. Esta información no sólo ayuda a tomar decisiones a nivel macro, en términos de sector, sino también a nivel micro, en el día a día de los operadores de la cadena de valor del sector de cítricos. En Ailimpo, la gestión de información, “Marketing Intelligence”, es uno de nuestros pilares, y llevamos mucho tiempo invirtiendo muchos recursos en poder disponer de información de calidad para ayudar a que todos los actores del sector sean más eficientes y competitivos. Creo que en Ailimpo lo estamos haciendo bien.

MF. Incluso están analizando información de otros cítricos...

JAG. Cada vez recibimos más peticiones para no quedarnos sólo en limón y pomelo sino trasladarlo al resto de los cítricos. Algo que es posible porque tenemos las fuentes, el conocimiento y también tenemos interiorizadas la necesidad de trabajar ese tema, la transparencia y la búsqueda de fórmulas para ser más competitivos. Durante los últimos 15 años hemos desarrollado también toda nuestra red de contactos a nivel internacional que finalizó en 2019 con la fundación de la Organización Mundial de Cítricos (WCO). Hay que recordar que nosotros invitamos a las diferentes organizaciones del sector de naranjas y mandarina para que se sumaran al proyecto. Por diferentes circunstancias, Ailimpo se ha convertido en el referente dentro de la WCO no solamente del limón y pomelo, sino también del resto de los cítricos. Lo cierto es que los problemas son los mismos y uno de los pilares de Ailimpo es la comunicación y, yendo más allá, en una gestión de lobby ante las Administraciones parece de sentido común trabajar conjuntamente cuando se habla de protección fitosanitaria, de control de residuos de pesticidas a las

“Vivimos en un entorno donde, además de la información veraz, la desinformación está muy presente. Tener un referente que nos ofrezca datos contrastados, fiables y objetivos es esencial”

importaciones, de los acuerdos comerciales, de sostenibilidad...

MF. ¿Cómo gestionan esta información? ¿Cómo llevan que a veces no llegue el mensaje a los destinatarios como cuando se preveía el problema de la superproducción?

JAG. En Ailimpo, no sólo analizamos el pasado, sino que entendemos que lo realmente importante en la gestión de la información es anticiparnos a lo que va a suceder. Es lo que genera un valor añadido. De una forma simplificada decimos que tratamos de ser como un vehículo que viaja al futuro, ve lo que va a pasar, vuelve y lo cuenta. Llevamos años recopilando datos para construir herramientas útiles para el sector. Desde hace años observamos la evolución de la superficie y de los plantones comercializados, lo que nos permite saber dónde estamos y construimos escenarios a futuro. Por ejemplo, la sobreproducción que ocurrió en la campaña 2023-2024 fue algo que ya habíamos anticipado tres o cuatro años antes. Publicamos un informe donde mostramos que esto podía suceder, pero cuando ocurrió, muchas personas se sorprendieron. Nuestra labor es proporcionar elementos para que cada operador de la cadena pueda tomar decisiones informadas.

MF. A veces la comunicación hacia los agricultores es un reto por la dificultad de llegar a ellos. ¿Cómo lo consiguen?

JAG. Efectivamente, llegar a los agricultores es un reto, ya que es un colectivo disperso geográficamente, con muchas tipologías diferentes. La comunicación con las cooperativas, exportadores e industriales es más sencilla porque son sectores organizados. Sin embargo, llegar al agricultor es más complicado. En Ailimpo trabajamos mucho en este aspecto y tenemos diversas herramientas como nuestra página web, redes sociales, bo-



Para el director de Ailimpo, “España es un referente mundial de cítricos, y ese liderazgo hay que llevarlo en la camiseta. Con orgullo”. / RF

“Mi mayor deseo para 2025 es que el sector sea consciente de su posición de liderazgo a nivel mundial”

letines informativos y una lista de distribución con más de 1.000 receptores, principalmente técnicos agrícolas y agricultores. A pesar de todo, somos conscientes de que queda mucho por hacer y que la comunicación debe seguir mejorando. Es fundamental que las organizaciones agrarias, que representan a la producción en Ailimpo, también participen en la labor de replicar esta información a pie de finca.

Nuestra responsabilidad es poner esos análisis encima de la mesa y por capilaridad llegar a todo el sector. Es un tema que abarca desde la comunicación interna hasta la complicidad con los diferentes eslabones del sector y pasa por tener como socios a los medios de comunicación. De hecho, somos conscientes de que tenemos que trabajar mucho la relación con los medios.

MF. Además, ahora se enfrentan al desafío de la comunicación de las marcas Limón y Pomelo de España. ¿Qué objetivos tienen?

JAG. Registramos estas marcas colectivas hace 8 o 10 años con el objetivo de ofrecer al sector un distintivo por y para el sector, que lo represente. Lo que buscamos es que el sector haga suyas estas marcas.

De hecho, presentamos hace poco, en Fruit Attraction, una nueva imagen gráfica de estas marcas, adaptada al siglo XXI. Queríamos recuperar el concepto de la marca Hispania de los años 60 y 70, pero con un enfoque más moderno. Estas marcas están pensadas para que el sector las utilice, no son propiedad de Ailimpo. Es una herramienta para el sector y llegará a ser lo que el sector quiera que sea. Queremos que las cooperativas, exportadores e industrias las incorporen a su imagen corporativa, creando un sentido de pertenencia y orgullo dentro del sector.

Esto va asociado al concepto de liderazgo: España es un referente mundial de cítricos, tanto en producción como en exportación de productos en fresco. Y ese liderazgo hay que llevarlo en la camiseta. Con orgullo.

MF. ¿Qué esperan lograr con estas marcas a nivel internacional?

JAG. Nuestro objetivo es que estas marcas se conviertan en un símbolo de calidad e identificación del origen España, tanto para los consumidores como para las cadenas de distribución. Queremos que Limón de España y Pomelo de España se asocien con sostenibilidad, calidad y el li-

derazgo del sector español en la producción de cítricos. Esta marca también debe ser compatible con las marcas de las empresas, y lo que queremos es que se convierta en un elemento distintivo que se vea en los puntos de venta y en los productos. A medida que se logre este primer paso, la segunda fase sería integrar la marca en los formatos de venta, contando con la complicidad de las cadenas de distribución.

Es una marca neutra, compatible con otras marcas, que intenta identificar el origen España, con todo lo bueno que lleva detrás (seguridad alimentaria, calidad, sostenibilidad, proximidad, garantía, huella de carbono...). Y esto es extrapolable a todos los cítricos. Creemos en la potencia de la marca España en el contexto global. Es una herramienta más para el sector, tanto en fresco como en industria.

MF. ¿Cómo ven la campaña para el próximo año?

JAG. Este año vivimos en un paréntesis de cara a la campaña 25-26. Al final, los datos, son los datos. En cuanto a la superficie plantada, seguimos viendo un aumento, lo cual nos preocupa. Además, con combinaciones de variedad-patrón que no son las más adecuadas, permitiéndonos disponer de fruta cuando más problema tenemos, sin cubrir los potenciales huecos de mercado (Fino tardío o Verna tardío). El año 23 se cerró con más de 810.000 limoneros nuevos (hay que considerar la tasa de reposición natural). Y eso nos preocupa porque repuntaba la venta de plantones tras el retroceso del 22.

Aunque la climatología tiene un papel importante en la producción, es innegable que, si seguimos con esta tendencia de plantaciones, nos enfrentaremos a una posible sobreproducción, similar a lo que ocurrió en la campaña 2023-2024. Aunque ya lo habíamos anticipado, muchas personas aún se sorprendieron. Sin embargo, también nos preocupa la caída de los rendimientos por hectárea, lo que afectaría la rentabilidad del sector. En este momento, nos enfrentamos a dos posibles escenarios: el de la sobreproducción, que afectaría la estabilidad del mercado, o el de la baja producción, lo que generaría altos costes unitarios de producción y un problema de rentabilidad. Ambos escenarios son problemáticos.

Ese problema empezamos a verlo también en el pomelo, con datos extraordinarios en las nuevas plantaciones que no sabemos si se va a traducir en dificultades para colocar la fruta. Esperamos que no. El trabajo de Ailimpo acaba en hacer ese análisis, recabar los datos, analizarlos, ponerlos encima de la mesa, comunicarlos y no tenemos más herramientas. Después, cada operador de la cadena toma sus decisiones de la manera más informada. Pero nosotros no podemos, evidentemente, ir más allá.

MF. Ahora que se acerca la Navidad, ¿cuál sería el deseo de Ailimpo para 2025?

JAG. Mi mayor deseo para 2025 es que el sector sea plenamente consciente de su posición de liderazgo a nivel mundial. España es un referente en la producción y exportación de cítricos, y necesitamos que el sector actúe en consecuencia. No basta con ser conscientes de nuestra posición de liderazgo, también debemos materializarlo en acciones concretas.

Nueva línea de ayudas para los regantes

La Comunidad Autónoma destinará una serie de ayudas para el regadío que superarán los ocho millones de euros



La línea de ayudas será publicada el primer trimestre de 2025. / ARCHIVO

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El presidente de la Región de Murcia, Fernando López Miras, ha anunciado que el Gobierno autonómico trabaja en una nueva línea de ayudas destinada a los regantes de la Región de Murcia que superará los ocho millones de euros y cuyo objetivo será “seguir avanzando en la modernización de regadíos con criterios ambientales”, informa el gobierno regional.

Esta nueva línea de ayudas, que será publicada en el primer trimestre de 2025, permitirá “avanzar en la mitigación del cambio climático, la adaptación a sus efectos y, por supuesto, la promoción de la energía sostenible y de la gestión responsable del agua”, explicó el jefe del Ejecutivo autonómico.

Así, algunas de las actuaciones que podrán verse beneficiadas con las nuevas ayudas son la modernización y mejora de regadíos para incrementar la sostenibilidad ambiental o la instalación de tecnologías de la información y comunicación (TIC) para optimizar la gestión del agua y de la energía, así como para mejorar la gestión del riego y la aplicación centralizada de fertilizantes y fitosanitarios.

También irán dirigidas a incrementar la eficiencia energética de las infraestructuras hídricas, así como a la instalación u optimización de los sistemas de drenaje y de los de medición y control de las extracciones y del uso del agua.

López Miras realizó este anuncio durante el acto con motivo del 45 aniversario de la Comunidad de Regantes de Librilla, donde también destacó que, en los últimos diez años, el Gobierno regional ha invertido 56,6 millones de euros “para hacer que nuestros regadíos

Esta nueva línea de ayudas permitirá avanzar en la mitigación del cambio climático, la adaptación a sus efectos y, por supuesto, la promoción de la energía sostenible y de la gestión responsable del agua

Algunas de las actuaciones que se verán beneficiadas con las nuevas ayudas son la modernización y mejora de regadíos para incrementar la sostenibilidad ambiental

sean más modernos, eficientes y tecnificados”.

“Seguimos apostando por continuar siendo referentes en el ciclo del agua y seguir aprovechando este recurso de la forma más eficiente”, dijo el presidente, quien reivindicó también que el trasvase Tajo-Segura es “vital para el presente y futuro del Levante ya que es sinónimo de progreso y riqueza”.

Durante su intervención, el jefe del Ejecutivo autonómico también reafirmó el “compromiso del Gobierno regional con el sector primario” y puso en valor el trabajo de los agricultores, “que, con esfuerzo y trabajo, consiguen que la Región de Murcia sea la Huerta de Europa”.



Los acuerdos se formalizaron en la reciente feria Asia Fruit Logística tras la gran expectación despertada. / JULIA LUZ

El kaki murciano llega por primera vez a Hong Kong

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Región de Murcia ha enviado por primera vez kaki a Hong Kong tras la expectación despertada en Asia Fruit Logística, que permitió formalizar acuerdos con importadores locales.

“Estamos seguros de que este primer envío será el inicio de una relación comercial más amplia que permita enviar kaki durante toda la campaña a Hong Kong, que es una de las

puertas de entrada al mercado asiático”.

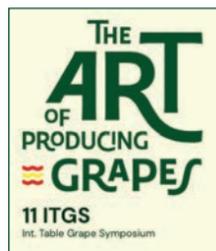
Así lo indicó la consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, tras reunirse recientemente con representantes de la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas, Uva de Mesa y Otros Productos Agrarios, Apoexpa para analizar el desarrollo de las campañas y exportaciones de frutas y hortalizas murcianas durante 2024.

Durante la reunión se puso de manifiesto la preocupación existente por la afección de plagas como la filoxera de la vid, el mosquito verde o especies de nuevos trips; los problemas derivados de la escasez de agua y la incertidumbre que genera la política hídrica del Gobierno de España; o nuevas vías de financiación para los proyectos de I+D+i de las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFHs) de la Región.



Asociación de Productores y Exportadores de Fruta de Hueso, Uva de Mesa y Otros Productos Agrarios

Cuidando el sector frutícola desde 1985



Organizadora de la XI edición del Congreso Mundial de Uva de Mesa (International Table Grapes Symposium)

Del 28 de septiembre al 2 de octubre de 2026

www.11itgs.es

C/ San Martín de Porres, 3 – 1º. 30001 MURCIA
Tels. 968 20 49 49 - 968 20 48 72 · apoexpa@fepex.es
www.apoexpa.es

JAIME ORTEGA / CEO de La Paz Fresh

“Siempre hemos priorizado la calidad y la satisfacción de nuestros clientes”

“En La Paz Fresh entendemos que en un mercado competitivo no basta con ofrecer productos de calidad; también es esencial comunicar eficazmente quiénes somos y qué representamos”. Con esta afirmación, el CEO de la compañía, Jaime Ortega, resume la idiosincrasia de una empresa que no deja de crecer tanto en catálogo de producto como en estructura, mercado y volumen. La Paz Fresh se presenta así como una empresa murciana para el mundo, con capacidad de exportación y servicio a los cinco continentes, trabajando “con pasión, visión y compromiso”.

► RAQUEL FUERTES. MURCIA.

Murcia Fruits. ¿Por qué esa evolución de Cítricos La Paz a La Paz Fresh? ¿Qué implicaciones hay detrás de ese cambio de denominación de la compañía?

Jaime Ortega. El cambio de denominación se realizó hace dos años por motivos estructurales y con la pretensión de fortalecer la actividad mercantil, profesionalizando la misma.

Este cambio de nombre obedeció exclusivamente a la necesidad de marcar un punto de inflexión en la historia de nuestra empresa. Desde su nacimiento, La Paz Fresh, antes Cítricos La Paz, ha ido creciendo hasta convertirse en una gran empresa, especialista y líder en su sector. Al cabo de todos estos años, hemos madurado; además de encontrarnos como empresa, ordenados y consolidados, hemos ido dando forma a nuestro modelo de negocio y ampliando nuestra oferta de productos. Tenemos nuestra propia visión y hemos definido nuestra misión.

Este cambio de nombre supuso una ocasión para La Paz Fresh de volver a definir nuestras aspiraciones y de unir nuestros equipos en torno a un objetivo común. Aspiramos a proyectar una nueva imagen de empresa, más moderna, profesional y competente, y posicionarnos como marca de referencia para nuestros clientes.

MF. ¿Cómo y por qué ha crecido la oferta de producto de la Paz Fresh?

JO. En La Paz Fresh, siempre hemos priorizado la calidad y la satisfacción de nuestros clientes. Nuestro crecimiento en la oferta responde a dos factores clave. Por un lado, hemos notado una creciente demanda de frutas frescas y diversificadas por parte de nuestros clientes. Por otro lado, nuestro equipo está comprometido con la innovación y la sostenibilidad, lo que nos llevó a explorar cultivos como el melón y la sandía. Estas frutas complementan perfectamente nuestro portafolio de toda la gama de cítricos, fortaleciendo nuestra presencia en el mercado y respondiendo a las necesidades cambiantes de los consumidores.

MF. ¿Cuál está siendo la experiencia con los productos nuevos que han incorporado al catálogo de la compañía? ¿Qué acogida han encontrado hasta el momento en el mercado?

JO. La experiencia con los nuevos productos ha sido muy positiva. Desde el inicio, nuestro objetivo era garantizar que estos cultivos cumplieran con los altos estándares de calidad que caracterizan a La Paz Fresh. Hemos trabajado de cerca con agricultores especializados y realizado un seguimiento exhaustivo en cada etapa de la producción.



Jaime Ortega analiza el desarrollo y los objetivos de la compañía. / LA PAZ FRESH

“En La Paz Fresh aspiramos a proyectar una nueva imagen de empresa, más moderna, profesional y competente, y posicionarnos como marca de referencia para nuestros clientes”

“Nuestro equipo, desde los agricultores hasta quienes gestionan todas las operaciones diarias en la empresa, comparte ese espíritu murciano de esfuerzo, resiliencia y orgullo por lo que hacemos”

“En 2030, veo a La Paz Fresh como una referencia global en la producción y comercialización de frutas, destacando no sólo por la calidad de nuestros productos, sino también por nuestro compromiso con la sostenibilidad y la innovación”

“Los cambios realizados durante los últimos años nos han permitido crecer y diversificar nuestra oferta, pero también nos han planteado nuevos desafíos que afrontamos con entusiasmo”

En cuanto a la acogida en el mercado, ha superado nuestras expectativas. Tanto distribuidores como consumidores finales han valorado la frescura, el sa-

bor y la consistencia de estos productos.

Además, su inclusión ha ampliado nuestra capacidad de atender a clientes, consolidándonos

como un proveedor confiable durante todo el año.

MF. La apuesta por la imagen y la comunicación es innegable en La Paz Fresh, ¿por qué han optado por esta estrategia con una imagen tan potente?

JO. En La Paz Fresh entendemos que en un mercado competitivo no basta con ofrecer productos de calidad; también es esencial comunicar eficazmente quiénes somos y qué representamos. Nuestra apuesta por una imagen potente responde al deseo de conectar con nuestros clientes y transmitir los valores que guían nuestra empresa. Queremos acercarnos a un público joven, a las nuevas generaciones, alejándonos de la imagen tradicional que envuelve a nuestro sector y no dejar indiferente a nadie.

Creemos que una imagen bien trabajada no sólo refuerza nuestra presencia en el mercado, sino que también genera confianza en nuestros consumidores y socios. Además, en un mundo cada vez más digital, una estrategia de comunicación sólida nos permite destacar en plataformas clave, atraer nuevas audiencias y fidelizar a las existentes.

MF. Entre las cosas que no han cambiado es su compromiso social y la búsqueda de la sostenibilidad, ¿por qué es tan importante para su empresa esta faceta no tan vinculada al negocio sino centrada en los valores?

JO. Para La Paz Fresh, el compromiso social y la sostenibilidad no son sólo aspectos complementarios a nuestra actividad, sino el núcleo de lo que somos como empresa. Creemos firmemente que nuestro éxito no puede medirse únicamente en términos de ventas o expansión, sino también en el impacto positivo que generamos en las comunidades y en el entorno.

Nuestra conexión con la tierra nos recuerda cada día que el cuidado del medioambiente es fundamental para garantizar la calidad de nuestros productos y el bienestar de las generaciones futuras. Además, y en esta línea, apoyamos a las comunidades agrícolas con las que trabajamos, promoviendo prácticas justas y responsables.

Estos valores nos definen y nos inspiran a ser más que un negocio: queremos ser un agente de cambio positivo, demostrando que es posible crecer de manera sostenible y ética.

MF. La Paz Fresh es una empresa que trabaja desde la Región de Murcia para el mundo, ¿con qué países tiene actualmente vinculación comercial?

JO. La Paz Fresh suministra productos en los principales mercados mundiales y trabaja activamente en la apertura de nuevos mercados, bien por país, bien por

zona geográfica. En este sentido, trabajamos con las principales cadenas de supermercados en los cinco continentes, abasteciéndoles productos durante todo el año, incluyendo meses sin producción nacional, en los cuales importamos de países del hemisferio sur.

MF. ¿Hay algo que considere atribuible al carácter murciano que haya contribuido al éxito de la compañía?

JO. Definitivamente, el carácter murciano ha sido una parte fundamental del éxito de La Paz Fresh. La Región de Murcia es conocida como la ‘huerta de Europa’, y eso no sólo se traduce en un entorno privilegiado para el cultivo de nuestros limones, limas, naranjas, mandarinas, pomelos, melones y sandías, sino también constituye una cultura profundamente arraigada al trabajo duro, la innovación y el amor por la tierra.

Nuestro equipo, desde los agricultores hasta quienes gestionan todas las operaciones diarias, comparte ese espíritu murciano de esfuerzo, resiliencia y orgullo por lo que hacemos. Además, el acceso a una red logística eficiente en la Región nos ha permitido responder rápidamente a las demandas del mercado y llevar nuestros productos a toda Europa, siempre frescos y de calidad.

En resumen, el carácter murciano no sólo está en nuestros productos, sino también en la esencia de cómo hacemos las cosas: con pasión, compromiso y mirando siempre hacia el futuro.

MF. ¿Qué aspectos y valores considera que hacen que los clientes les elijan?

JO. Creemos que nuestros clientes nos eligen porque ofrecemos mucho más que frutas: ofrecemos confianza, calidad y una experiencia excepcional. Desde el inicio nos hemos enfocado en garantizar que cada producto que sale de La Paz Fresh cumpla con los más altos estándares de frescura y sabor, algo que nuestros clientes valoran profundamente.

Además, nos diferenciamos por nuestra capacidad de adaptarnos a sus necesidades. Escuchamos atentamente a nuestros clientes, ya sean grandes distribuidores o consumidores finales, y trabajamos para brindar soluciones personalizadas y eficientes.

Otro factor clave es nuestro compromiso con la sostenibilidad y el impacto positivo en las comunidades. Hoy más que nunca, los consumidores buscan marcas que compartan sus valores, y en La Paz Fresh estamos orgullosos de ser un ejemplo de que es posible combinar éxito empresarial con responsabilidad social y medioambiental.

“Nos eligen porque ofrecemos mucho más que frutas: ofrecemos confianza, calidad y una experiencia excepcional”

“Esperamos poder ampliar nuestra presencia en mercados internacionales, llevando el sabor y la frescura de nuestros productos hasta nuevas regiones”

MF. ¿Qué nuevos retos se marcan tras los cambios de los últimos años?

JO. Los cambios de los últimos años nos han permitido crecer y diversificar nuestra oferta, pero también nos han planteado nuevos desafíos que afrontamos con entusiasmo.

Un objetivo constante es el de continuar garantizando la máxima seguridad y calidad. La calidad es otro de los pilares sobre los que se fundamenta La Paz Fresh. Todo nuestro proceso productivo está basado en los estándares internacionales, de forma que todas y cada una de las confecciones se realizan bajo un riguroso control avalado por las normas de calidad, a fin de poder servir a nuestros clientes con total garantía y seguridad. El



La compañía murciana se ha posicionado como una firma de referencia moderna, profesional y competente. / LA PAZ FRESH

objetivo de La Paz Fresh es ofrecer cada día, minuto a minuto, lo mejor de nuestros productos. Asimismo, uno de nuestros principales retos es consolidar la presencia de los nuevos productos, como el melón y la sandía, asegurando su calidad y disponibilidad a lo largo de las temporadas.

MF. ¿Dónde ve La Paz Fresh en 2030?

JO. En el año 2030, veo a La Paz Fresh como una referencia global en la producción y co-

“En resumen, nuestro objetivo para 2030 es seguir liderando con pasión, visión y compromiso”

mercialización de frutas, destacando no sólo por la calidad de nuestros productos, sino también por nuestro compromiso con la sostenibilidad y la innovación.

Queremos ser un modelo a seguir en la implementación de prácticas agrícolas responsables, utilizando tecnologías avanzadas

para optimizar recursos y reducir nuestro impacto ambiental. Además, esperamos ampliar nuestra presencia en mercados internacionales, llevando el sabor y la frescura de nuestros productos a nuevas regiones.

También aspiramos a profundizar en nuestra relación

con clientes y socios, ofreciendo experiencias personalizadas y soluciones adaptadas a las tendencias del mercado.

Más allá de ser una empresa exitosa, queremos ser reconocidos como un agente de cambio positivo, demostrando que es posible combinar crecimiento económico con responsabilidad social y medioambiental.

En resumen, nuestro objetivo para 2030 es seguir liderando con pasión, visión y compromiso.

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

La Región de Murcia lidera la exportación de lechuga con el 65% del total nacional

El valor de las exportaciones murcianas de lechuga creció un 15% durante el ejercicio 2023, hasta llegar a 656 millones de euros en la pasada campaña

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La huerta murciana ya se encuentra inmersa en la recolección de lechuga que se lleva a cabo en esta época del año durante los meses de noviembre y diciembre. Se trata de uno de los productos estrella de la región, que cada año lidera la exportación de brásicas.

En este sentido, la Región de Murcia es la primera comunidad autónoma en ventas de lechuga fuera de España, acaparando un 65% de las exportaciones nacionales. En el ejercicio 2023, el valor de las mismas creció un 15%, hasta alcanzar un total de 656 millones de euros. En este ranking le siguen Andalucía y la Comunidad Valenciana, con exportaciones por importe de 284 millones entre las dos autonomías.

“La Región de Murcia se ha convertido en un referente nacional en la producción y exportación de lechuga, que se vende en países como Alemania, con un 30% de las exportaciones, Francia con un 18% y Reino Unido con un 12%”, explicó la consejera regional de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, durante la inauguración de las jornadas dedicadas a este cultivo organizadas por ‘Agritech’ y Proexport en el CIFE de Torre Pacheco el pasado mes de septiembre.



Murcia es un referente nacional en la producción y exportación de lechuga. / ARCHIVO

“Hoy estamos conociendo cómo se puede hacer aún más sostenible y rentable de la mano de la investigación y lo hacemos en el Campo de Cartagena, donde se practica la agricultura más tecnificada del mundo”, destacó Rubira. “Cómo reducir el consumo de agua o combatir plagas son cuestiones que estamos consiguiendo con la incorporación de la tecnología al trabajo en el

campo, y esta mañana se van a poder conocer aquí experiencias muy interesantes en este sentido”, indicó la consejera.

■ PRODUCCIÓN Y SUPERFICIE

Dentro de las hortalizas al aire libre a nivel nacional, la producción de lechuga en la última campaña 2023/2024 se situó en 908.630 toneladas, un 11,6% menos que en la temporada anterior y un

9,6% menos que la media de las últimas cinco campañas, que se sitúa en un millón de toneladas.

En la Región de Murcia, en concreto, la lechuga es el cultivo con mayor superficie en los últimos años, y registró buenos datos en 2023. De hecho, es el único cultivo de hoja y brásica que mantuvo su superficie, 15.472 hectáreas, dos menos que en 2022, tal y como muestran los datos facilitados desde la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca. En lo que se refiere a lechuga Romana, fueron 4.543 hectáreas las que se contabilizaron en la Región, todas al aire libre, siendo la más extendida la lechuga acogollada con 10.929 hectáreas, también al aire libre. En cuanto a producción, las primeras alcanzaron las 72.688 toneladas, mientras que el tipo acogollada registró 240.438 toneladas. Así, el total de lechuga producida en Murcia fue de 313.126 toneladas, 98.343 menos que en 2022. Con estos datos, el rendimiento de kilos por hectárea en lechuga Romana fue de 16.000, mientras que de acogollada fue de 22.000. En total, la lechuga en la Región obtuvo un rendimiento de 20.238 kilos por hectárea.

■ BALANCE CAMPAÑA

Según explicó al inicio de campaña 2023/2024 el presidente de la sectorial de lechuga de Fepex,

Cecilio Peregrín, la temporada arrancó “con fuerza porque el final de la campaña en el norte de Europa se adelantó. Las cosechas en estas zonas se agotaron antes de las fechas habituales debido a los efectos de la climatología. Eso provocó una transición compleja, con escasez de género durante quince días porque en los campos españoles todavía no había volumen suficiente para atender la demanda”.

Esto se produce porque en España el grueso de las producciones comienza a llegar al mercado a primeros de noviembre, hasta entonces el mercado europeo se nutre fundamentalmente con las existencias locales.

La pasada campaña de lechuga funcionó bien, según Peregrín, “en cuanto a precios. No se vendió por debajo de los costes y los valores se mantuvieron en cifras razonables”. Además, añadió que “también influyó decisivamente el ajuste del volumen de producción a la demanda. El año pasado parece que hubo menos lechuga procedente de productores y comercializadores independientes que funcionan al margen de las grandes firmas asociadas a entidades como Proexport”. Un ajuste productivo en el que también influyó la escasez de agua y la problemática existente en ciertas zonas como el Campo de Cartagena.

La temporada se caracterizó por un comportamiento positivo en los primeros meses, con volúmenes y precios aceptables y una segunda parte, desde diciembre de 2023 a mayo de 2024, muy irregular tanto a nivel de precio como de disponibilidad de producto. Se observó también una relajación en el consumo, sobre todo de las lechugas repolladas.

Según explicó Peregrín, “ahora el consumidor busca otro tipo de lechugas. Los cogollos, las romanas y otras verduras orientales están creciendo, pero con aumentos moderados, sin dispararse de forma excesiva”.



La consejera de la Región de Murcia, Sara Rubira, en la Agro Jornada 2024 organizada por COAG y el Ayuntamiento de Cieza. / CARM

Murcia activa la cobertura frente a granizo y heladas en el seguro para frutales

La comunidad incrementa la subvención hasta el 40% para conseguir que el seguro tenga un “precio muy competitivo”

► MF. REDACCIÓN.

El sector frutícola de la Región de Murcia cuenta desde el 2 de diciembre con un nuevo módulo del seguro agrario específico que ofrece cobertura frente a grani-

zo, heladas y otros riesgos excepcionales. Así lo anunció Sara Rubira, consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, durante la clausura de las jornadas organizadas por COAG en Cieza.

Este nuevo módulo de aseguramiento ha sido posible gracias al incremento de la subvención regional, que alcanza el 40% del coste total. Según Rubira, “esta aportación permite a los agricul-

A partir del 2 de diciembre, un nuevo módulo del seguro agrario específico ofrece a los fruticultores cobertura frente a granizo, heladas y otros riesgos excepcionales

tores acceder a una póliza a un precio altamente competitivo, ya que, por cada euro que subvenciona el Gobierno regional, el agricultor se ahorra dos euros”.

Una de las principales novedades de este seguro es la posibilidad de gestionar las incidencias a nivel de parcela, en lugar de hacerlo sobre la totalidad de la explotación. Esto permitirá una mayor precisión en las indemnizaciones y una mejor adaptación a las necesidades particulares de cada productor.

Rubira animó a los agricultores a informarse y contratar esta nueva opción, destacando que “la medida podría suponer un ahorro de hasta dos millones de euros para el sector frutícola regional, en comparación con los actuales niveles de contratación”. Además, subrayó que este módulo ofrece una cobertura

integral sin que ello implique un aumento significativo en el coste para el productor.

■ RECONOCIMIENTO

Durante su intervención en Cieza, la consejera también puso en valor el trabajo de investigación realizado por el Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (Imida), que ha desarrollado 20 nuevas variedades frutales más resistentes y con menores necesidades hídricas. “Estas variedades, que ya se están comercializando, representan una apuesta estratégica para el sector, mejorando la competitividad de nuestros agricultores en un contexto de escasez de agua”, señaló Rubira.

El evento en la localidad murciana también sirvió para reconocer a profesionales destacados del sector. El fotógrafo Fernando Galindo recibió el premio Melocotón de Oro por su contribución a la promoción de los paisajes agrícolas de la zona, especialmente durante la época de floración. Asimismo, se rindió homenaje a Antonia Herrero por su trayectoria y dedicación de toda una vida a la agricultura. La consejera felicitó a ambos por sus galardones y les agradeció su labor “por hacer cada día más grande la agricultura de esta Región”.

MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La obtención y desarrollo de un nuevo producto bioestimulante a partir de extractos de algas de cepas autóctonas del Mar Menor en la Región de Murcia y de La Albufera en la Comunidad Valenciana para su uso en cultivos hortícolas y de cítricos es el objetivo principal del Grupo Operativo Linomar, proyecto de innovación e investigación impulsado por la Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia (Fecoam).

Los bioestimulantes son productos agroquímicos que están dando buenos resultados y que se han demostrado eficaces en la agricultura, afirman desde la federación de cooperativas. Aportan una serie de compuestos químicos, diferentes a los fertilizantes NPK convencionales, que estimulan de forma natural los procesos fisiológicos y bioquímicos de las plantas, haciendo que la absorción de nutrientes por las raíces sea más eficaz y optimizando, además, sus funciones dentro de la planta.

Como explican desde Fecoam, uno de los principales retos de la agricultura actual es reducir el uso de fertilizantes nitrogenados sin que se vea perjudicada la producción y la calidad de la cosecha. Los fertilizantes nitrogenados contienen nitratos, los cuales, cuando llegan al suelo, se separan con facilidad y pueden llegar a acumularse en altas concentraciones en acuíferos, mares, lagunas o albuferas, lo que da lugar a la proliferación descontrolada de algas fitoplanctónicas y provocando efectos adversos en las masas de agua.

En este proyecto se pretende el uso de diferentes cepas de microalgas con capacidad desnitrificante con el fin de eliminar los nitratos de las aguas, lo que es de gran interés para ayuntamientos y zonas rurales que quieren depurar de forma natural sus aguas, así como para empresas productoras de bioestimulantes, ya que son capaces de transformar la biomasa algal en productos agroquímicos.

Utilizando parcelas de cultivos del Campo de Cartagena y de Valencia como campos de pruebas, la intención es evaluar estos nuevos productos en diferentes cultivos con el objetivo de reducir los fertilizantes nitrogenados con nitratos en sus programas de fertilización sin que la producción y la calidad de la cosecha se vea mermada. De esta manera el proyecto prevé reducir el aporte de nitratos en la naturaleza mediante dos vías: primero, mediante su eliminación por acción de depuración de las microalgas, y, segundo, por el uso de los bioestimulantes que reducen el aporte de nitratos en las parcelas, contribuyendo además a reducir la emisión de gases de efecto invernadero.

BENEFICIOS

El uso de los bioestimulantes conlleva un incremento en la producción y calidad de las cosechas, contribuyendo también a una agricultura más sostenible, disminuyendo la huella de carbono y la contaminación de nitratos en acuíferos, mejorando el comportamiento de las plantas en condiciones medioambientales adversas. Por otro lado, esta iniciativa prevé disminuir la cantidad de fertilizantes convencionales entre un 30 y un 50%, lo que supondría un ahorro de cerca de los dos millones de euros en el sector. Además, el segmento de extracto de algas está experimentando un crecimiento importante, con

Microalgas para cultivos más eficientes y con más calidad

El proyecto de innovación Linomar, impulsado por Fecoam, busca conjugar los beneficios medioambientales y económicos en producciones hortícolas y de cítricos



Integrantes del Grupo Operativo Linomar en un encuentro de trabajo para desarrollar el proyecto. / FECOAM

Europa a la cabeza con cerca del 45% de la producción global. Solo en el continente europeo se espera que el mercado de bioestimulantes alcance cerca de 2.000 millones de euros en 2027.

Es decir, beneficios con un aumento de los ingresos de los agricultores y una reducción en el consumo de productos perjudiciales para el medioambiente. Para la agricultura, la adopción de estas tecnologías supondrá mejorar la renta agraria y aumentará la producción en el complejo

El objetivo del Grupo Operativo Linomar es obtener un nuevo bioestimulante a partir de extractos de algas de cepas autóctonas del Mar Menor en la Región de Murcia y de La Albufera en la Comunidad Valenciana

industrial agrícola, remarcan desde Fecoam.

SOCIOS EXPERIMENTADOS

Esta iniciativa cuenta con socios relacionados con la agricultura y la oceanografía de larga tra-

yectoria, con diferentes áreas de actuación, pero al mismo tiempo complementarias, con el fin de aportar su extensa experiencia en la materia.

Así, participa en el proyecto Linomar, además de Fecoam, la

Universidad de Murcia (UMU), la cual actúa como experto en el cultivo de microalgas; el Centro de Edafología y Biología Aplicada del Segura, dependiente del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CEBAS-CSIC), el cual se encargará del diseño de los bioestimulantes y su validación agronómica; Atlántica Agrícola (Villena, Alicante), especializada en bioestimulación, nutrición vegetal, biocontrol y microorganismos, encargada de la fabricación de estos productos.

Además, participa Coagacart, cooperativa agrícola y ganadera del Campo de Cartagena asociada a Fecoam, que será la encargada de validar el nuevo producto en los cultivos hortícolas; Anecoop, empresa cooperativa de segundo grado también integrada en la federación, que hará lo propio en los cultivos de cítricos de la Comunidad Valenciana; y la empresa tecnológica Think Tank InnoTech, experta en el desarrollo de análisis de datos y la monitorización con imágenes satelitales.

La financiación del Grupo Operativo Linomar proviene del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader) de la Unión Europea en un 80% y del Plan Estratégico de la PAC 2023-2027, financiado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en un 20%.

Además del departamento técnico y trayectoria en proyectos similares, Fecoam se encarga de la difusión y divulgación de resultados, con especial atención a la economía social y el sector agroalimentario.

Cuenta para ello con la colaboración de Anecoop, y Coagacart, líderes en el sector de hortícolas y cítricos en España en el mercado de fresco, con una marcada experiencia en promover iniciativas que contribuyen al fomento de la innovación tecnológica aplicada a todo tipo de cultivos, a los estudios y análisis de la realidad productiva y la transferencia de conocimiento científico y técnico a la sociedad.



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



El objetivo que busca la Región de Murcia con esta inversión es claro: convertir a Cartagena en un hub logístico de referencia en el Mediterráneo. / PUERTO DE CARTAGENA

El Puerto de Cartagena estrena una nueva ruta marítima de exportación a África Occidental

Este servicio entró en funcionamiento el 5 de octubre con una periodicidad semanal

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El sector hortofrutícola de la Región de Murcia refuerza su posición estratégica en los mercados internacionales gracias a una nueva conexión marítima desde el Puerto de Cartagena hacia África Occidental. Desde el pasado 5 de octubre, cada sábado parte un servicio semanal puerta a puerta que enlaza a esta plataforma logística clave del sureste español con países emergentes como Marruecos, Senegal, Costa de Marfil, Camerún, Ghana, República Centroafricana y Chad.

Este nuevo servicio, impulsado por la Autoridad Portuaria de Cartagena, no sólo facilita la exportación de productos agroalimentarios regionales, sino que también abre la puerta a

la importación de mercancías africanas. La previsión inicial contempla la exportación semanal de unos 20 contenedores y la importación de entre 50 y 60.

Pedro Pablo Hernández, vicepresidente del Puerto, destacó durante la feria Fruit Attraction en Madrid que “este servicio incrementa la internacionalización de las empresas murcianas en África Occidental, una región que ha cobrado relevancia en los últimos años por su creciente demanda de tecnología agraria, equipamiento industrial y alimentos de alta calidad”.

Otro de los proyectos estratégicos que el Puerto de Cartagena presentó en Fruit Attraction es el desarrollo del ‘Frío Ecológico’. Esta iniciativa aprovecha el

excedente de frío de otras instalaciones portuarias para reducir las emisiones y los costes energéticos, lo que refuerza la sostenibilidad y posiciona al puerto a la vanguardia del comercio verde en el Mediterráneo.

Por otro lado, la Autoridad Portuaria de Cartagena no se cierra a más vías de transporte y apuesta por la intermodalidad para optimizar la cadena logística, mejorar la sostenibilidad y ofrecer a las empresas de la Región un servicio competitivo a nivel global. Esta visión, sumada a la apertura de nuevas rutas como la de África Occidental y al desarrollo de infraestructuras modernas, posiciona al puerto como un actor clave en el futuro del sector hortofrutícola de Murcia.

■ CONTROL FRONTERIZO

De cara a 2025, la competitividad del puerto se verá aún más fortalecida con la apertura de un nuevo Puesto de Control Fronterizo en el muelle de Santa Lucía. Esta infraestructura, con una inversión de 6,1 millones de euros, centralizará los servicios de inspección de Sanidad Animal, Sanidad Vegetal, Aduanas y Soivre, lo que agilizará significativamente los trámites de exportación e importación.

El objetivo que busca la Región de Murcia con esta inversión es claro: convertir a Cartagena en un hub logístico de referencia en el Mediterráneo, con un enfoque en la eficiencia, la seguridad alimentaria y la sostenibilidad.

Crecimiento del tráfico hortofrutícola

El Puerto de Cartagena cerrará el ejercicio 2024 con cifras récord en el tráfico de productos hortofrutícolas. Hasta octubre, el movimiento de estos bienes ha aumentado un 13,23 por ciento, superando las 87.000 toneladas, lo que representa las mejores cifras de los últimos seis años. Este crecimiento refuerza la posición del puerto como un referente en la exportación de perecederos hacia destinos internacionales.

Más allá de los productos hortofrutícolas, el Puerto de Cartagena ha manejado más de 30 millones de toneladas de mercancías a lo largo de este año, con un notable incremento del 7,6 por ciento en las exportaciones, que ya superan los 7 millones de toneladas a fecha del mes de octubre.

La mercancía agroalimentaria, que representa casi el 50 por ciento del total de materias primas, sigue siendo el motor del tráfico portuario, con más de 2,7 millones de toneladas de cereales, 780.000 toneladas de habas de soja y 52.500 toneladas de guisantes secos.

Las modernas instalaciones del muelle de San Pedro, con almacenes frigoríficos que suman más de 42.000 metros cuadrados y capacidad para almacenar hasta 10.000 palets, han jugado un papel fundamental para alcanzar estas cifras. ■

► MF. REDACCIÓN.

AgroIngenieros por el Mar Menor (AI) insta a las autoridades a repensar el modelo urbanístico e industrial para reducir los daños que pueden causar las lluvias torrenciales. La organización, que agrupa a más de 300 especialistas en el sector del Campo de Cartagena, advierte que uno de los factores que más aumentan el potencial de destrucción de una Depresión Aislada en Niveles Altos (DANA) es el porcentaje de suelo impermeabilizado.

Tras la tragedia de Valencia y frente al riesgo de gota fría temporada tras temporada, AI llama la atención sobre un fenómeno que afecta de lleno a la Región de Murcia: la gestión del suelo rústico. La entidad explica que la presión urbanística hace que aumente el porcentaje de suelo sellado, lo que en caso de DANA provoca un aumento de la velocidad del agua y, por tanto, de energía destructiva. “El 20 por ciento de la superficie construida en la cuenca vertiente al Mar Menor está en zona de riesgo de inundación, según un estudio de la Universidad de Murcia”, informa AI.

Recuerda AgroIngenieros que un estudio científico realizado en Estados Unidos en 2019, titulado

Los agroingenieros del Campo de Cartagena, contrarios al modelo de impermeabilización masiva del suelo

Sustituir tierras de cultivo por placas solares supone cambiar la naturaleza del suelo por completo, eliminando la vegetación, aumentando su compactación y perdiendo todas sus funciones agrológicas

“Efecto causal de la cubierta impermeable en la magnitud de una inundación”, concluye que “por cada punto porcentual en la cubierta impermeable de la cuenca provoca un aumento del 3,3 por ciento en la magnitud de la inundación”.

En este sentido, recuerda a las Administraciones unos datos que son conocidos por ellas: “El sellado total de los municipios ribereños al Mar Menor, donde destaca Los Alcázares con un 40% de superficie sellada, seguido de San Pedro del Pinatar,

con un 36%, y San Javier, con un 30%, confirma unos valores muy elevados”. En esta línea, a AI le llama poderosamente la atención “el aumento de dichas parcelas impermeabilizadas en áreas propensas a experimentar inundaciones muy frecuentes, inferior a los 10 años, lo que indica una gestión negligente del uso del suelo”. “Cada vez se precisará de menos intensidad de lluvia para generar los mismos daños y se precisarán actuaciones de adecuación de las estaciones depuradoras para gestionar ingen-

tes caudales de aguas residuales y evitar su vertido sin tratar al Menor como sucede cada vez que se supera una lluvia tan ridícula de 5 mm/día”, añade.

Para la organización profesional, sustituir tierras de cultivo por placas solares supone cambiar la naturaleza del suelo por completo, eliminando la vegetación, aumentando su compactación y perdiendo todas sus funciones agrológicas. Estas actuaciones contravienen las Estrategias Europeas de Conservación de Suelos y la de Biodi-

La capacidad de infiltración del suelo resulta determinante en fenómenos meteorológicos extremos como la gota fría, ya que puede mitigar o aumentar su potencial destructivo

versidad para el 2030, dentro del paraguas del Pacto Verde Europeo, al aumentar el sellado de los suelos y su pérdida de fertilidad.

■ MANTENIMIENTO DE CAUCES Y MONTES

AI recuerda a las autoridades otro de los factores que se deberían tener en cuenta es el correcto mantenimiento de los cauces y los montes. “La desidia y el abandono del suelo forestal no genera un espacio más funcional y con mayores funciones ecosistémicas, sino todo lo contrario: genera mayores riesgos de incendios y aumenta el poder destructor y de colapso de obras públicas aguas abajo, como hemos visto en algunas localidades de Valencia”, asegura.

La Región de Murcia es referente en producción y exportación de brócoli

Siete de cada diez brócolis españoles que se exportan tienen origen murciano

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Región de Murcia continúa siendo referente a nivel nacional e internacional en la producción y exportación de brócoli, como demuestran los datos aportados el pasado 19 de noviembre durante la presentación de la XX campaña de promoción nacional organizada por la Asociación +Brócoli.

En concreto, la producción murciana de brócoli ha aumentado un 21% en la actual campaña en comparación con la de 2023, y se espera finalizar la cosecha con un total de 224.000 toneladas en una superficie de 14.000 hectáreas, lo que supone un 13,35% más que el pasado año.

La consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, aportó estos datos en el acto de la presentación de la campaña, donde recordó que “hablamos de una súper verdura por la cantidad de vitaminas que contiene y los nutrientes que aporta”.

“Es sin duda uno de los productos insignia del campo de la Región de Murcia, muy presente en los principales mercados de países como Reino Unido, Alemania, Países Bajos, Francia y Polonia”, explicó la consejera.

En cuanto a las exportaciones de esta verdura, en los primeros



El corte del primer brócoli marca el arranque de la campaña. / CARM

ocho meses de este año se han comercializado en el extranjero 205.000 toneladas, lo que supone un incremento del 8,87% respecto al año anterior, por valor de 316 millones de euros. Esto supone que siete de cada diez brócolis españoles que se exportan al extranjero tienen como origen la Región de Murcia.

“Un año más, damos inicio a esta campaña de promoción que anima a los ciudadanos a comprar e incluir el brócoli en su alimentación habitual, incrementar las cantidades de consumo y beneficiarse de sus múltiples propiedades”, indicó Rubira.

■ CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

La asociación +Brócoli, referente en la promoción del consumo

de esta verdura, inició el pasado 19 de noviembre la XX campaña nacional de promoción con el tradicional corte del primer brócoli de la temporada, marcando el arranque oficial del ejercicio en España.

“Mejor con brócoli” pone en valor los múltiples beneficios nutricionales de esta verdura, demostrando que todo es mejor con ella. Esta campaña no sólo invita a incorporar este producto en recetas innovadoras, sino también a añadirlo a platos tradicionales como lentejas, paella o tortilla, transformándolos en opciones más saludables y nutritivas. “El brócoli saca lo mejor de ti, tanto por dentro como por fuera, y es precisamente esto lo que se quiere transmitir con la

imagen de este año”, señala la asociación.

La campaña presenta a una abuela de 90 años que se ha modernizado, simbolizando cómo el brócoli puede enriquecer los platos tradicionales y ayudar a mantenernos saludables a cualquier edad. Además, se ofrecerán consejos prácticos sobre cómo cocinarlo para preservar sus nutrientes, recomendando añadirlo en los últimos 5 minutos de cocción.

Beatriz Robles, tecnóloga de los alimentos, nutricionista y colaboradora del programa “Saber Vivir” de TVEL, es la madrina de esta edición de la campaña. Su participación refuerza el mensaje de que el brócoli es clave para una alimentación saludable y que puede ser disfrutado por toda la familia.

Al acto de inauguración, celebrado en Lorca en la empresa Hermanos Guerrero, socio de +Brócoli, asistió Sara Rubira, consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia.

También participó en el evento Fulgencio Gil, alcalde de Lorca, quien destacó que “la climatología, junto con el carácter visionario y la capacidad de sacrificio de nuestros agricultores, han convertido a esta comarca en

pionera de la producción a gran escala, como es el caso del brócoli, que se ha transformado en un emblema y en una marca de identidad para Lorca, la comarca del Guadalentín y la Región de Murcia”.

Por su parte, Antonia Piernas, presidenta de +Brócoli, resaltó que la promoción de frutas y verduras “es fundamental para impulsar una alimentación saludable. En +Brócoli hemos demostrado cómo la constancia en nuestras acciones ha impactado directamente en el consumidor. Durante 14 años hemos puesto en marcha diferentes iniciativas, como nuestra reconocida campaña de etiquetado ‘Soy Fan de Ti’, que ha contribuido a posicionar el brócoli como una de las verduras más populares. Ahora nuestro objetivo es fidelizar al consumidor, incorporando el brócoli no sólo en la cocina más moderna, sino también en las recetas tradicionales de toda la vida”.

Este año, la campaña contará con el etiquetado de 1 millón de pellas de brócoli, que estarán disponibles en más de 10.000 puntos de venta en toda España, incluyendo cadenas como El Corte Inglés, Carrefour, Lidl, Consum, Eroski o Aldi, entre otras.

En el marco de esta campaña se llevarán a cabo actividades, sorteos y retos en redes sociales y en los puntos de venta para involucrar a los consumidores. Los participantes también podrán seguir la campaña en las redes sociales de +Brócoli, donde se compartirán recetas, consejos y experiencias de diferentes influencers que se suman a ‘Mejor con brócoli’.

Esta campaña cuenta con el apoyo de empresas como Hermanos Guerrero, Grupo Polix y Lambert, quienes comparten el compromiso de promover una alimentación saludable y equilibrada.



Proexport desarrolla contactos comerciales con importadores del mercado africano y de Medio Oriente. / PROEXPORT

Proexport participa en la feria ‘Food África’ en Egipto

La organización viaja al país africano y visita explotaciones hortofrutícolas en la zona del delta del Nilo

► MF. REDACCIÓN.

Con una población en constante crecimiento, un aumento sostenido en la demanda de productos alimenticios y un mercado en expansión que

promete oportunidades para sectores agrícolas e agroindustriales, África apunta al futuro como un origen y destino clave para el comercio global hortofrutícola.

Así lo piensa la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport) que desarrolla allí estos días una misión de prospección técnica y comer-

cial y asiste, por segundo año consecutivo, a la feria ‘Food África’, que se celebra entre el 3 y el 5 de diciembre en Cairo (Egipto).

El director de Proexport, Fernando Gómez, apunta que “Egipto es el país más poblado de los países árabes, con más de 106 millones de habitantes. El PIB de su agricultura se sitúa entorno al 11% y aunque en ciertas frutas y hortalizas compite con España y otros productores europeos, también ofrece oportunidades. Debemos explorarlas”. Efectivamente, la agricultura es sector estratégico en Egipto, emplea al 25% de la mano de obra y genera una parte significativa de las exportaciones no petroleras. El país, que carece de autosuficiencia alimentaria y es uno de los principales importadores de cereales del mundo, se enfrenta asimismo a desequilibrios macroeconómicos importantes e inestabilidad regional.

Proexport realiza una misión de prospección comercial, en colaboración con el Agricultural Export Council de Egipto, el Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Varias empresas asociadas han visitado explotaciones hortofrutícolas en el delta del Nilo, a dichas visitas les ha acompañado también acudió a estas visitas María José Sánchez, directora de Fruit Attraction. Además, desarrollan contactos comerciales con importadores

del mercado africano y de Medio Oriente. “Nuestras empresas aprecian que el contacto con otros productores e instituciones egipcias debe ser en mutuo beneficio, les ayuda a entender mejor su capacidad competitiva y sus planes de futuro, explorar sus necesidades e intercambiar información sobre problemas y retos comunes que afrontamos para alimentar al mundo en las próximas décadas”, señala Fernando Gómez.

Además, Proexport participa con un stand en la feria “Food África” en compañía de las empresas Hortiberia, Cricket, Caprichos del Paladar y Hortofrutícola Tres Puentes. Es una de las citas sectoriales más importantes del continente africano, a la que acuden representantes de las principales cadenas comerciales, así como productores, distribuidores y otros actores relevantes del sector de alimentación. “La feria es una ventana comercial a Egipto, África y Oriente Medio para nuestros productores en el sureste español. Sin duda es muy complicado penetrar aquí, no podemos ocultarlo, pero creemos que hay espacio en determinados segmentos de consumo para las calidades y el nivel de servicio que ofrecemos”. El stand de la asociación está subvencionado por la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, a través de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca.



Parte del equipo especializado en tomate de la casa de semillas durante el 'Tomato Experience' en Murcia. / BASF

BASF | Nunhems 'Tomato Experience' abre sus puertas en Murcia

La casa de semillas duplicará durante la próxima temporada su catálogo de variedades de tomate resistentes a ToBRFV

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

BASF | Nunhems continúa con su labor de ofrecer soluciones a agricultores y empresas con resistencia al virus del rugoso (ToBRFV), y prueba de ello es la puesta en marcha de la segunda finca *showroom* de tomate, en Águilas (Murcia), para mostrar a productores y técnicos las nuevas variedades con resistencia.

“Esta segunda finca completa, puesta en marcha para mostrar nuestro *assortment* con resistencia a rugoso, demuestra nuestro compromiso por ofrecer soluciones resistentes y rentables al mercado. La seguridad continúa siendo un pilar fundamental para nosotros, pero sin dejar atrás marcadores muy importantes para la elección de una variedad, como son, producción, manejo eficiente y fruto con excelente calidad”, explica Juan Miguel Agüero, Principal Specialist Product Development de BASF | Nunhems.

■ MÚLTIPLES TIPOLOGÍAS

BASF | Nunhems cuenta con un amplio portfolio con resistencia al ToBRFV, abarcando diferentes tipologías adaptadas a cada una de las necesidades y mercados. Además, ya cuenta con su segundo portainjerto con resistencia al virus del rugoso. En todos los casos, se trata de materiales productivos, con gran sanidad de planta, sabor y atractivos visualmente.

Las variedades presentadas en "Tomato Experience" en Águilas abarcan diferentes tipologías como ramo, suelto y pera exportación. Para la tipología ramo apuestan por Cabosur y Caboluna*, variedades comerciales con las que la casa ha cosechado un gran éxito en diferentes zonas de Almería y Murcia.

En suelto, son las variedades Nun 05127* y Nun 05128*, las que agricultores y empresas podrán ver en esta demo. La variedad Nun 05127*, es un tomate redondo para recolección sin calix, de calibre medio, muy productiva e indicada, principalmente, para exportación. Esto se debe precisamente a su alta homogeneidad de frutos que la hace perfecta para cualquier formato de em-



Las variedades presentadas abarcan diferentes tipologías. / BASF

BASF | Nunhems ha puesto en marcha un *showroom* para mostrar su gran potencial varietal con la mayor seguridad a técnicos y agricultores de Murcia

paquetado. Por otro lado, Nun 05128* es una variedad de tomate redondo de calibre grueso, frutos G y GG, que va destinada principalmente a mercado de subastas. Los visitantes pudieron apreciar su espectacular color rojo, con su alta firmeza y su vistoso calix. Estas características hacen que Nun* esté teniendo una alta aceptación en los mercados.

En tomate pera, la casa de semillas completa su gama con una nueva variedad, la Nun 06229* (unos 90 gramos de peso medio), sumándola a su variedad asentada y con éxito en el mercado, como es Azovian. Cuenta, también, con variedades de pera destinadas a exportación como son Miravian y Nun 06245*.

BASF | Nunhems cuenta también con su segundo portainjerto con resistencia al virus del rugoso, Nun 00057*. Este portainjerto se suma a Dreampower, presentado en la campaña anterior. El nuevo portainjerto Nun 00057* es de vigor alto, y se caracteriza por mantener un poder generativo, con lo cual hace que en la variedad injertada se mantenga siempre un equilibrio óptimo, además de, proporcionar una protección extra al virus del rugoso.

■ PROXIMIDAD AL CLIENTE

Con la inauguración del primer invernadero *showroom* de tomate en la zona de Murcia, BASF |

Nunhems refuerza su compromiso con el cliente de una zona tan importante como es esta región. “Nuestro principal objetivo es estar cerca del cliente, conocer sus preocupaciones, ver las necesidades de cada uno de ellos y plantear líneas de trabajo en las que podamos ser un socio estratégico”, explica Antonio Moreno, especialista de ventas para la zona de Murcia de BASF | Nunhems.

Según señala Moreno, “la resistencia al rugoso no sólo protege la producción, sino que también permite a los agricultores mantener su competitividad en un entorno global exigente, al tiempo que responden a las necesidades específicas de los mercados locales y de exportación”.

BASF | Nunhems se consolida como un aliado estratégico para los agricultores en la lucha contra el virus del rugoso (ToBRFV), desarrollando variedades de tomate resistentes. Su enfoque abarca las principales tipologías demandadas en el mercado, como el tomate rama, el tomate beef y el pera, asegurando que cada variedad cumpla con las expectativas, tanto de los productores como de los consumidores.

* APC concedido y en proceso de solicitud para la inclusión en el EC Common Catalogue of Vegetable Varieties

Las soluciones biotecnológicas garantizan eficiencia y sostenibilidad

Las empresas de AgritechMurcia ofrecen desarrollos tecnológicos de última generación para el sector agro

► MURCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las pymes y los centros de investigación del ecosistema empresarial AgritechMurcia han demostrado en variados foros internacionales la calidad de sus soluciones biotecnológicas para lograr una producción agraria más eficiente y sostenible, respetando los máximos estándares de seguridad alimentaria que exige la Unión Europea.

Estas empresas murcianas, como Agrozymes, LucasBiotech, Microgaia o Novagric, han puesto en valor que la innovación que aportan se adapta a las exigencias de la normativa legal de la Unión Europea y les da un plus de interés para los grandes productores mundiales, ya sean compañías agrícolas o países. Como explica Javier Lucas, gerente de LucasBiotech, la agricultura hoy no se puede entender sin la biotecnología para producir alimentos más seguros y mejores.

Marca la diferencia con respeto al cuidado de la diversidad de los suelos de cada territorio, el uso de riego de precisión, los invernaderos inteligentes, el control de plagas con microorganismos, los análisis de enfermedades vegetales por PCR, los bioestimuladores o biofertilizantes... Estos son algunos de los avances de primera línea mundial que les abren las puertas con su I+D+i aplicada a la tecnología de última generación para el sector agro.

En un mundo muy competitivo como el agrario, y conservador, las empresas murcianas demuestran que sus avances para la agricultura del siglo XXI favorecen el mayor rendimiento de la tierra, conservando mejor el suelo fértil y aportando una mayor productividad que cumple con las exigencias de unos consumidores muy atentos a los productos respetuosos con el medioambiente.

Juan Pardo Martínez, director de I+D de Novagric, lo tiene claro, “los agricultores hacen uso de la biotecnología, por una parte, por el cambio climático, por las altas temperaturas y escasez de recursos hídricos. Y por otra parte, por una presión regulatoria importante en el ámbito europeo, que vemos que será una demanda global y una demanda social, que reciben los productores por vía los clientes”.

Empresas murcianas como Agrozymes, LucasBiotech, Microgaia o Novagric, han puesto en valor que la innovación que aportan se adapta a las exigencias de la normativa legal de la UE y les da un plus de interés para los grandes productores mundiales

■ SEGURIDAD ALIMENTARIA

La vanguardia tecnológica de AgritechMurcia aporta un elemento esencial ante la compleja normativa europea cada más prolija, que si bien es muy estricta, acaba por imponerse en todo el mundo por la seguridad alimentaria que aporta.

Para Cristóbal Sánchez, CEO de Microgaia, “el futuro se centra en el desarrollo hacia la sostenibilidad del suelo, protección ambiental, mejoras en la salud de las personas, mejoras en la salud de los trabajadores del campo y de los manipuladores. Y con respecto al aumento de calidad, todas las empresas que trabajan bien están a un nivel muy similar, por lo tanto, ahora la competitividad tiene que ir en otros sentidos y una de esas vías es tener en cuenta todos los factores socio-ambientales”.

Carlos Mirabet, socio fundador y director comercial de Agrozymes aclara que “estamos viendo como en países, sobre todo, de Latinoamérica (Chile, Colombia, Ecuador, Venezuela), están cambiando las legislaciones nacionales. Están haciendo un copia y pega de la normativa europea”.

■ CASOS DE ÉXITO

La plataforma empresarial de tecnología agrícola AgritechMurcia, formada por 23 compañías y centros de investigación y de formación, y avalada por el Gobierno de la Región de Murcia, es un exponente claro del salto exponencial de la biotecnología agrícola que reclaman desde otros países para comprar sus productos, conocer sus técnicas e incluso formar a sus productores más avanzados.

Cuatro casos de éxito son los ya citados: LucasBiotech, Nova-gric, Microgaia o Agrozymes, entre la veintena que forma este sólido ecosistema empresarial.

LucasBiotech es una empresa especializada en biofertilizantes y bioestimulantes entre cuyos objetivos está potenciar la microbiota de cada suelo porque entienden que la más adaptada y evolucionada es la autóctona de cada tierra. Su biotecnología favorece la producción y los resultados del sector agroalimentario. Trabajan con optimizadores de agua. Sus productos confieren una mayor biodisponibilidad a los nutrientes aportados, obteniendo mayor productividad y eficacia, con una solución biofertilizante de tipo órgano-mineral apta para cualquier sistema de riego y cultivo.

Microgaia se dedica a la biotecnología y microbiología agrícola que aportan soluciones integrales para el suelo y la planta, evitando plagas, detectándolas en tiempo real, y mejorando la tierra y la producción. Llevan más de 10 años desarrollando aplicaciones basadas en las últimas tecnologías de PCR, fitodiagnósticos, Microarrays, secuenciación y genética.

Agrozymes es una empresa de biofertilizantes y bioestimulantes. El objetivo de los productos es aumentar la sostenibilidad de los ecosistemas que rodean a los cultivos ofreciendo soluciones naturales compatibles de bajo impacto ambiental. Tienen 20 años de experiencia en el sector dedicado a la fabricación y comercialización de productos ecológicos a base de microorganismos y extractos naturales para su aplicación en agricultura ecológica.

Novagric desarrolla proyectos de invernaderos y riego de leñosos, hortalizas, semilleros, agricultura vertical y ecológica, ornamentales, hortalizas, etc. para lograr el máximo rendimiento en los cultivos optimizando los recursos disponibles.

■ ANÁLISIS DEL SECTOR

Javier Lucas, gerente de LucasBiotech, asegura que, adaptados a la normativa de la UE, “se puede decir que Europa es el área de producción con más restricciones del mundo, en la medida en la que otros no tienen tanta rigurosidad, por ejemplo, en el ámbito de la lucha y protección de cultivo contra plagas y enfermedades. Eso competitivamente nos genera una reducción de potencial productivo, puesto que se están importando a Europa plagas o enfermedades de otras áreas. Afectan de una manera muy grave. Primero, porque son plagas nuevas que ya están aquí. En segundo lugar, porque tenemos menos herramientas que los países de origen contra esas plagas. Eso, a su vez, genera la oportunidad para poder introducir herramientas en la parte de biofertilizantes o control de plagas y enfermedades que la tecnología puede desarrollar. Es interesante, pero puede generar cierta limitación”.

Javier Lucas, también quiere recordar que trabajan “una línea muy avanzada como es la agricultura de precisión. Se combinan distintas tecnologías relacionadas, así como por la obtención de datos por medio de sensores, análisis de resultados, big data, incluso



La biotecnología resulta esencial para acometer los retos que plantea actualmente la actividad agraria. / AGROZYMES

Las firmas murcianas demuestran que sus avances para la agricultura del siglo XXI favorecen un mayor rendimiento de la tierra, conservando mejor el suelo fértil y aportando una productividad que cumple con las exigencias de unos consumidores muy atentos a los productos respetuosos con el medioambiente

El liderazgo en el desarrollo de las técnicas de biotecnología generadas por parte de las compañías y centros investigadores posiciona a AgritechMurcia como referencia internacional en producción sostenible

la aplicación de la inteligencia artificial. También, análisis de imágenes, sensorización. Por otra parte, nosotros llevamos desarrollando varios años tecnología por la cual generamos fertilizantes o bioestimulantes que generan un impacto positivo en el medio ambiente”.

Según Cristóbal Sánchez, CEO de Microgaia, “la agricultura suele ser bastante conservadora. Sin embargo, en los últimos 15 años toda la parte oriental de Andalucía toda la Región de Murcia, toda la Comunidad Valenciana, ya han implementado de forma rutinaria técnicas que incluyen reducción de pesticida y aumento del uso de

organismos vivos que compiten por ser depredadores de plagas y enfermedades. En el invernadero, las plagas están bastante bien controladas. Otra cosa son las enfermedades”.

El directivo añade que “desde el año 2016 estamos trabajando en técnicas de fitopatología basadas en PCR en tiempo real para la detección: Somos capaces de detectar razas dentro de una misma especie de hongo que ataca a una planta determinada; se detectan concentraciones de muy pequeñas cantidades de microorganismo basándonos en la extracción del ADN de toda la muestra del problema y buscamos específicamente una parte de ADN que

identifica inequívocamente a esa especie de microorganismo. Es una técnica muy sensible y aparte es muy rápida. Si la muestra entra en el laboratorio a las 9 de la mañana a las 2 de la tarde, ya está el resultado”.

Carlos Mirabet, socio fundador y director comercial de Agrozymes cuenta su experiencia. “Falta mucha información, lógicamente, pero la biotecnología va enfocada a una mejor alimentación y producción de máxima rentabilidad. Llevamos 11 años en el mercado. Hace dos años tuvimos, por ejemplo, un caso de una finca de mandarina, en Molina de Segura, que tenía un problema de Alternaria, la ‘mancha marrón’ provocada por un hongo que impedía obtener una cosecha regular hasta tal punto que sólo podían sacar en toda la parcelas 200.000 kilos de mandarina y con una calidad más bien media o baja. Estuvimos estudiando el caso y se puso una estación meteorológica, se estuvieron analizando las condiciones climáticas a lo largo del año y elegimos una estrategia combinada. Realizamos una serie de aplicaciones dirigidas al suelo. Como resultado, este año en la misma parcela está previsto que se recojan casi 800.000 kilos de una calidad al-

tísima. El gasto ha sido de unos 300 euros por hectárea. Son herramientas muy buenas. Ahora estamos haciendo ensayos en brócoli con los problemas de Alternaria, o de esclerotinia en lechuga”, explica Mirabet.

Por su lado, Juan Pardo Martínez, director de I+D de Novagric, hace referencia a una línea de acción de gran interés. “Hemos presentado un proyecto que estamos desarrollando en el marco Horizon de la Unión Europea. La idea del proyecto es utilizar polinizadores, como son los abejorros, para realizar una selección fenotípica de plantas y utilizarlos como herramienta de selección. Centrados en el tomate, qué mejor que los insectos y sus preferencias con las flores como modo de selección fenotípica de nuevas variedades. Además, bajo el contexto, del cambio climático es una solución”, señala el directivo.

“Es necesario —añade Juan Pardo Martínez— desarrollar todo lo que es la agricultura en invernadero, porque posiblemente existan determinados cultivos que ahora se pueden desarrollar al aire libre, y que pasen a ser viables sólo en invernadero. Y a la inversa existe la oportunidad de especies tropicales que antes no se podían desarrollar en nuestro entorno y se están empezando a plantear. Es un aspecto de negocio también y de nuevas oportunidades”.

En conclusión, el liderazgo en el desarrollo de las técnicas de biotecnología generadas por parte de las compañías y centros investigadores posiciona a AgritechMurcia como referencia internacional en la producción agraria sostenible.

Por otra parte, este ecosistema empresarial en un marco regulatorio tan restrictivo como el europeo que, a su vez, pide los mayores niveles de calidad para los consumidores, exige total seguridad alimentaria, eficiencia para lograr mejores precios y respeto al medioambiente.

En este sentido, las empresas murcianas están en una posición avanzada como lo demuestran las exportaciones a centenares de países de tecnología, infraestructuras, productos, asesoramiento y formación.



La tecnología permite competir en mercados muy exigentes y que demandan una elevada calidad. / AGRITECHMURCIA



La Región + Eco de Europa



Región  de Murcia