

eCAFRUITS

Revista Hortofrutícola

LA CLIMATOLOGÍA MERMA LA COSECHA DE MELÓN Y SANDÍA

LA UNIÓN EUROPEA
impone el *cold treatment*

LA AGROECOLOGÍA
se abre camino de la mano
del control biológico

LA PRODUCCIÓN
de fruta de hueso se reduce

Edita:

Aniversario

Siete

Agromarketing

Comunicando tus ideas

DOSSIER
HORTÍCOLAS

30 años

Producto
100%
nacional

PIONEROS en SANDÍAS SIN PEPITAS

RACIONES
DE VIDA PARA
EL CAMPO

comprando
sandías sin pepitas

BOUQUET

estamos cultivando
el futuro de
nuestros
agricultores

Saludable
y
otras iniciativas en



Una BUENA
IDEA que te
hace la vida
más fácil y
que perdura
en el tiempo
GRACIAS
A NUESTROS
AGRICULTORES.



Y SEGUIMOS
CULTIVANDO
FUTURO ●●●●

CORDIAL[®] **EXTRA**



**Máxima concentración
piretrina natural**

**Autorizado
en numerosos cultivos**

**Admitido en agricultura
ecológica**



 **MASSÓ**
AGRO DEPARTMENT

COMERCIAL QUÍMICA MASSÓ, S.A.
Viladomat, 321 5º 08029 Barcelona
Tel. 93 495 25 00 · Fax 93 495 25 02
E-mail: masso@cqmasso.com
www.massoagro.com

SUMARIO

ACTUALIDAD



6

CON
ACENTO



10

FORMACIÓN
AGRO
ALIMENTARIA



12

FRUIT
ATTRACTION



14

DOSSIER
HORTÍCOLAS



16

ESPECIAL
MELÓN
Y SANDÍA



28

ESPECIAL
FRUTA
DE HUESO



35

CONGRESO
FRUTOS ROJOS



44

ESPECIAL
AGRICULTURA
ECOLÓGICA



50

DOSSIER
I+D+i



56

ESPECIAL
PATATA



60

COMERCIA
LIZACIÓN



64

DISTRIBU
CIÓN



66

CULTIVANDO
IGUALDAD



68

EMPRESAS



70

DIGITALI
ZACIÓN



72

Edita: Siete Agromarketing Cultural, S.L. y eComercio Agrario • **Directora general:** Gissele Falcón Haro

Directora de publicaciones: Gissele Falcón Haro • **Responsable de proyectos marketing y comunicación:** Marga López

Responsable Editorial y Contenidos, Delegado de Andalucía Oriental: José Esteban Ruiz

Coordinador general de publicaciones y contenidos: Juan Herrera y José Esteban Ruiz • **Prensa:** Bárbara Aguayo y Miriam Pérez

Colaboraciones: Josep Sanchís, Judit Cortés, Martín Pacherras (Perú) • **Diseño gráfico y maquetación:** Bruno A. G.

Experto en Publicidad, Ejecutivo de Cuentas: Josué Falcón Haro | publicidad@sieteagromarketing.com • **Redacción:** comunicacion@sieteagromarketing.com

Administración: siete@sieteagromarketing.com • **Oficinas centrales:** Tel.: 00 (34) 910 710 570 • 28915 Leganés - Madrid • España

COLABORAN EN ESTE NÚMERO: ANECOOP • COMERCIAL QUÍMICA MASSÓ • 5 AL DÍA • UNICA • PERAS RINCÓN DE SOTO • UNIVERSIDAD NEBRIJA • MERCOPHAL • KOPPERT • FRUIT ATTRACTION • AGROBÍO • RIJK ZWAAN • PROEXPORT • BAYER • NUNHEMS • VICENTE PERIS • FERAL • PARTIDA LOGISTICS • IBERCAJA AGRO • DAYMSA • HEROGRAGROUP • ECA COMERCIO AGRARIO • ONUBAFRUIT • BIO CAMPOJOYMA • HORTAMIRA • ECO BIO ORGANIC • NOVAGRIC • CANAL WHATSAPP ECA • UDAPA • UNIQ • COPROHNÍJAR • VI FORO NACIONAL BUSINESS AGRO • MUJER AGRO • SIETE AGROMARKETING • DEMO HORTIDATA • UNICAJA BANCO • BAYER •

eCA
eCOMERCIO
AGRARIO

www.sieteagromarketing.com | www.ecomercioagrario.com

Síguenos en:

@eComercioAgr

[ecomercioagrario](https://www.facebook.com/ecomercioagrario)

www.linkedin.com/company/ecomercio-agrario

eComercioAgrario



COMPLICADA CAMPAÑA de melón y sandía

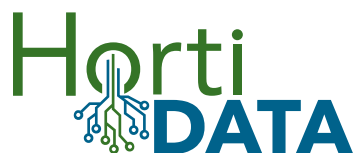
El verano ya asoma en el horizonte y, como cada año, llega de la mano de la campaña de melón y sandía. Una temporada que comienza este año repleta de dificultades para las principales zonas de producción -Almería, Murcia y Castilla-La Mancha-, en las que la climatología ha afectado de lleno a los rendimientos de ambos cultivos, llevando consigo una importante reducción de la producción.

A ello se suma la imparable subida de los costes de producción, que continúan sin dar tregua a un sector que reclama medidas concretas que ayuden a paliar el incremento de los inputs. Con una calidad fuera de dudas y unos mercados que están respondiendo bien, el contexto en el que se está desarrollando la campaña sí deja una consecuencia positiva inmediata: el incremento de los precios tanto del melón como de la sandía, que se sitúa en torno al 30% superior en relación a campañas anteriores.

Otra campaña que se encuentra en máxima actividad productora y comercial es la de fruta de hueso, muy afectada también por la meteorología, concretamente por las heladas y el granizo del mes de abril provocando mermas de hasta el 70% en regiones como Cataluña.

En plena vorágine de campañas frutícolas de verano, llegó recientemente una noticia muy positiva para uno de los sectores claves para la hortofruticultura española, los cítricos. Tras años de reclamaciones y un amago de la Comisión Europea de no tener en cuenta las peticiones del sector, Bruselas adoptó un reglamento mediante el cual se requerirá en la Unión Europea el tratamiento de frío obligatorio en las naranjas, el llamado cold treatment, como defensa fitosanitaria frente a la amenazante plaga de *Thaumatotibia leucotreta* o "falsa polilla", presente en los cítricos importados desde Sudáfrica y desde otros terceros países infectados. Una medida que supone un paso histórico en favor de la sanidad vegetal y la seguridad alimentaria en el sector agroalimentario europeo.

Como también lo es la apuesta decidida por el control biológico en zonas como Almería, donde la agroecología se está abriendo camino de forma imparable en el cultivo de productos hortícolas bajo abrigo, convirtiéndose en una herramienta clave en la que impera la biodiversidad en la lucha contra las plagas.



Es el camino

Gissele Falcón *Directora*
 @FalconGissele

La Unión Europea impone el *cold treatment*

La Comisión Europea ha adoptado un reglamento mediante el cual se requerirá en la UE el tratamiento de frío obligatorio, el llamado *cold treatment*, como defensa fitosanitaria frente a la amenazante plaga de *Thaumatotibia leucotreta* o "falsa polilla", presente en los cítricos importados desde Sudáfrica y desde otros terceros países infectados.

Tras años de reclamaciones por parte de las organizaciones representativas del sector cítrico español y europeo, y gracias al esfuerzo y al tesón del Gobierno de España, la sesión extraordinaria del Comité Permanente de Plantas, Animales, Alimentos y Piensos (SCoPAFF) celebrada el pasado día 25 de mayo sirvió para aprobar, definitivamente, el *cold treatment* a las naranjas importadas de países que sufren 'Falsa polilla'.

Tras retirar del orden del día de la reunión del pasado 20 de mayo el debate sobre esta cuestión, las gestiones del ministro de Agricultura, Luis Planas, fueron claves para reconducir la situación. "Planas ha dado el último y necesario empujón para que la propuesta saliera adelante. Lo aprobado ahora por el SCoPAFF es algo que trasciende a la citricultura española, es un paso histórico en favor de la sanidad vegetal del conjunto del agro europeo", se felicita la presidenta de Intercitrus, Inmaculada Sanfeliu.

En la misma línea, Cooperativas Agro-alimentarias de España reconoce y agradece el liderazgo del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas y su equipo, y el compromiso de las autoridades de Sanidad y Seguridad

Alimentaria de la Comisión hasta conseguir esta medida, "que supone persuadir a los socios comunitarios de la necesidad y legitimidad de anteponer la protección fitosanitaria de las plantaciones cítricas de la UE sobre cualquier otro interés". Las cooperativas cítricas esperan que este paso sea un punto de inflexión para mejorar la política de protección fitosanitaria de la UE para otras producciones, otras plagas y otros orígenes de elevado riesgo.

Régimen transitorio

La decisión del SCoPAFF, que se tramitará de urgencia para que sea publicada en el DOUE y entre en vigor antes de finalizar el mes de junio, implica un régimen transitorio para esta campaña y una doble alternativa de tratamiento de frío a partir de la

Habrà un régimen transitorio para esta campaña y una doble alternativa de tratamiento de frío a partir de la siguiente temporada

siguiente temporada. En la presente campaña, la Comisión Europea reclamará a los países donde esté declarada la *Thaumatotibia leucotreta* –que en naranja son fundamentalmente Sudáfrica y Zimbabwe– un preenfriamiento (*precooling*) a 5 grados en origen (en el mismo puerto de salida) y un tratamiento en tránsito (durante la travesía en el buque) a entre -1 y 2 grados durante 25 días. Y ya para 2023 se permitirá elegir entre dos opciones: un *cold treatment* de entre -1 y 0 grados durante 16 días u otro a entre -1 y 2 grados durante 20 días.

En ambos casos, siguiendo los modos de hacer habituales en este terreno, a los operadores se les exigirá un *precooling* a 0 grados y a 2 grados, respectivamente. Entre otros muchos requisitos técnicos, esta propuesta impondrá el control mediante sensores de los registros de temperatura citados que deberán estar disponibles y un porcentaje de las partidas serán muestreadas e inspeccionadas.

Con la campaña de importación de cítricos desde el hemisferio Sur a punto de comenzar, el sector analiza en detalle las condiciones de aplicación y la efectividad del nivel de temperatura establecido en la norma adoptada, e insiste en que este requisito se refuerce y se extienda al resto de los cítricos (al grupo de las mandarinas o los pomelos, que de momento se han quedado fuera, aunque son también hospedantes de la plaga) o a otros orígenes (como Israel) o a otras plagas.



UPA Granada estima pérdidas de hasta un 30% en la producción de espárragos

El secretario general de UPA Granada, Nicolás Chica, asegura que el fuerte frío en primavera, la última ola de calor de mayo y la falta de precipitaciones son las principales causas del descenso de producción, junto con la falta de mano de obra y los elevados costes que hacen inviable la recolección

Un 30% menos de espárragos verdes esta campaña. Esa es la previsión que hace UPA Granada después de constatar, en campo, las negativas consecuencias que ha tenido el elevado frío en primavera, el último episodio de ola de calor sufrido este mes y la escasez de precipitaciones a lo largo de todo el año. De ahí que el secretario general de UPA Granada, Nicolás Chica, estime esa reducción productiva este año, en el que no se superarán las 26.000 toneladas. Adversidades climatológicas que se unen, como en años precedentes, a la falta de mano de obra y a los elevados costes de producción, lo que hace que, para muchas explotaciones, haya sido muy complicada la recolección.

Menos cosecha que, afirma Nicolás Chica, se verá reflejada en las jornadas reales, que no superarán las 250.000. Y eso es un dato muy preocupante en una provincia como Granada, que es la principal productora de espárrago verde en



Andalucía con más de 6.700 hectáreas de cultivo distribuidas por varias comarcas.

“Los costes de producción se han disparado, superando en más de un 20% el precio de cajas, de palets, de luz y de mano de obra. Por ejemplo, un palet que el año pasado costaba 6 euros ahora lo tenemos que comprar a 12,60. Mientras tanto, el precio en origen de los espárragos sigue por los suelos. Esto, unido a la adversa climatología que hemos sufrido este año, nos hace estimar unas pérdidas en producción de un 30%. A todo esto se une la falta de mano de obra, que es una triste realidad, porque la gente no quiere trabajar en el campo. Todo ello se convierte en una tormenta perfecta que hace que muchos productores consideren la opción de no recoger el espárrago porque es inviable económicamente”, explica Nicolás Chica.

El secretario general de UPA Granada insiste: “Los costes de producción se

han incrementado de forma generalizada, especialmente la energía, el gasoil, el transporte y las materias auxiliares. A esto hay que sumarle el cada vez mayor número de certificaciones exigidas por los distribuidores para adquirir el producto, lo que vuelve a generar un nuevo gasto que sumado a los ya existentes los sitúa en una media de 1,50 euros por kilo. Ese es el precio que el agricultor soporta para producir. De ahí que, cuando el espárrago cae por debajo de este precio, los agricultores se vean obligados a no recolectar”.

Sí es cierto que hay noticias más positivas en la campaña. Al respecto, Nicolás Chica se refiere a las exportaciones de espárrago, que se mantienen en niveles similares a los de años pasados, siendo Alemania nuestro primer cliente, por delante de Francia, Holanda, Bélgica, Suiza, Italia, Dinamarca, Emiratos Árabes y países nórdicos.



firma aquí



EDUCACIÓN NUTRICIONAL EN LAS AULAS

LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE DEBE SER IMPARTIDA EN LOS CENTROS DE ENSEÑANZA PARA AYUDARNOS A CRECER SANOS

NO

SÍ

Si estás de acuerdo firma esta petición en [CHANGE.ORG](https://change.org)

Es bueno para ellos.
Es bueno para todos.

DI STOP A LA OBESIDAD... TRABAJEMOS JUNTOS POR UNA EDUCACIÓN EN SALUD

Divulgadores, empresas, asociaciones, etc. pensamos que incluir en el currículo escolar una asignatura sobre alimentación saludable en los ciclos de educación obligatoria (0-16 años) es muy positivo para todos.

Por eso nos hemos unido para promover esta iniciativa y empezar a trabajar juntos.



Peras de Rincón de Soto lanza una serie de vídeos del ciclo productivo de la pera

La DOP Peras de Rincón de Soto acaba de lanzar una serie de vídeos promocionales e informativos, centrados en divulgar los trabajos que se realizan en el campo y en las centrales, para que sus peras lleguen con la mayor calidad posible al punto de venta.



Así, el primero de ellos está centrado en la floración y explica el cuidado que se da a los perales en este punto del ciclo vegetativo. La grabación, que también explica qué es la DOP, tiene como objetivo resaltar el 'mimo' con el que se trabaja

en la zona, las peculiaridades de la misma... La DOP Peras de Rincón de Soto, en definitiva, quiere poner de relevancia la importancia de sus perales y su idea de cuidarlos como si formaran un auténtico bosque.

Las peras de Rincón de Soto, con este proyecto, dan un paso más en su posicionamiento dentro de la fruta de calidad y se consolidan como un referente. Según el presidente de la DOP, Eduardo Pérez Malo, "esta iniciativa supone una nueva forma de comunicación y, en cierto modo, busca conectar con nuevos públicos". Y es que, los vídeos, entre otros canales, serán difundidos en redes y tratarán de llegar a nuevos consumidores.

DOP Peras de Rincón de Soto

Las peras de Rincón de Soto obtuvieron en 2002 el reconocimiento como Denominación de Origen Protegida (DOP), convirtiéndose en la primera fruta de este tipo en contar con esta distinción. Gestionada por su Consejo Regulador, la DOP garantiza la calidad y la procedencia de las peras de esta zona. Las Peras de Rincón de Soto se comercializan envasadas y etiquetadas con el distintivo "Peras de Rincón de Soto".

www.perasderincondesoto.com

FRUIT LOGISTICA y ASIA FRUIT LOGISTICA renuevan su imagen

La feria líder especializada en el comercio mundial de frutas y la feria líder especializada en el comercio asiático de frutas presentan un logotipo nuevo y más moderno e introducen un diseño corporativo común.

Junto con una renovación de imagen, FRUIT LOGISTICA inicia su campaña para 2023. Bajo el lema "All in ONE", no solo deja claro que FRUIT LOGISTICA reúne a los actores globales más importantes de la industria bajo un mismo techo, sino que así-



mismo representa a toda la cadena de valor de las frutas y hortalizas frescas, desde el productor hasta el punto de venta.

Kai Mangelberger, gerente de proyectos de la FRUIT LOGISTICA en Berlín: "La pandemia ha otorgado una mayor importancia a la digitalización en una amplia variedad de sectores económicos. Esto también se aplica a la industria ferrial. Por eso ha llegado el momento de ofrecer una nueva imagen comercial de FRUIT LOGISTICA y ASIA FRUIT LOGISTICA"



Asia FRUIT LOGISTICA tendrá lugar este año en Bangkok, del 2 al 4 de noviembre de 2022. FRUIT LOGISTICA tendrá lugar del 8 al 10 de febrero de 2023 en Berlín

Bajo el lema "All in ONE", FRUIT LOGISTICA representa a toda la cadena de valor de las frutas y hortalizas frescas

“Cuando fundamos UNICA, nuestra cooperativa movía 20 millones de kilos y UNICA, unos 100. En la actualidad, Cabasc tiene 90 millones de kilos y UNICA, en total, 500 millones. Los números hablan por sí solos.”

“Hemos conseguido crecer con UNICA, ser más competitivos, sin perder nuestra esencia. Tenemos que conseguir dar valor a nuestros productos para poder seguir viviendo de la agricultura y, en UNICA, tenemos el mejor equipo.”



Paco Martín, agricultor de UNICA
(Presidente de Cabasc)

Miguel García Cabeo,
agricultor de UNICA (Cabasc)

“Ahora, más que nunca,
en UNICA tienes futuro”



Sigue la conversación,
capturando este
código y en
unicamepertenece.es



¿y tú? ¿a quién perteneces?

Por José Esteban Ruiz.

Periodista Agroalimentario | @RuizJoseEsteban

Agua y conexiones logísticas, grandes retos del sector hortofrutícola de la Región de Murcia

En ECA Fruits hemos hablado con Fernando Gómez, director general de Proexport, la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región, quien ha analizado la situación actual y las demandas del sector murciano.



Fernando Gómez. Director general de Proexport

La Región de Murcia cuenta con un sector hortofrutícola referente en el territorio nacional, tanto por su volumen de producción, como por el porcentaje que supone en el cómputo total de las exportaciones. La agricultura, rica y diversa, es una de las bazas económicas en este rincón de España. Su proyección genera empleo, sostiene municipios rurales y apuntala su nombre como referencia internacional. Todo ello gracias al binomio producción-comercialización que ha consolidado y abierto mercados, y ser canalizador de productos hacia el exterior.

No exenta, como cualquier actividad agrícola y ganadera en estos momentos, de los principales problemas que azotan al sector primario, como puede ser, por citar un ejemplo, la subida de costes de producción y la volatilidad de los precios, esta región se enfrenta a otros grandes retos para garantizar su futuro: el agua y las comunicaciones.

En ECA Fruits nos hemos desplazado a Murcia, donde hemos conversado de estas cuestiones con Fernando Gómez, director general de Proexport, la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia, quien ha puesto en valor el tesón de la agricultura murciana a la vez que reclamado atención para que se ponga atención en resolver, por parte de las administraciones competentes, demandas históricas que lastran el desarrollo del sector, y por tanto, la economía de la Región.

Como decíamos, el sector hortofrutícola murciano no es ajeno a la problemática general de la agricultura actual, más

si cabe, en un momento coyuntural en el que se está saliendo de una dura pandemia, se disparan los costes de producción y soporta también este sector los efectos derivados de la invasión de Rusia en Ucrania. Al margen de ello, que comparte firmemente Fernando Gómez, el director general de Proexport apunta a esos dos grandes retos para que una actividad como la murciana, con calidad top, avance con paso firme.

Las dificultades que ha tenido el sector murciano, parten de la escasez de agua y las comunicaciones logísticas. “Desgraciadamente en lugar de encontrar en el Gobierno un aliado para resolver estos problemas, se han generado ‘guerras internas a doc’, enfrentamientos políticos que perjudican al sector y al conjunto de la economía, de la sociedad, e incluso tienen un efecto negativo desde el punto de vista medioambiental”, detalla Fernando Gómez.

“Nosotros siempre nos hemos manifestado a favor del Trasvase Tajo-Segura, porque no hay que defenderlo sino promoverlo”. Y es que, “es una de las infraestructuras hidráulicas más eficientes de toda España y seguramente uno de los sistemas que nos va a permitir luchar contra el cambio climático”. Gracias a infraestructuras de esta naturaleza: trasvases, embalses, depuración, etc, “es lo que nos va a permitir en un futuro realizar una eficiente gestión del agua para regadío y consumo”. Por ello, “pedimos un cambio radical en la política gubernamental”, insiste Gómez, esta Región, junto a Almería y Alicante, “tendremos un buen futuro en materia de agricultura y de industria auxiliar, muy

importante en cuanto a la aportación de tecnología agraria, y que hay que cuidar”.

Sabiendo de la importancia económica y social que tiene el agua para esta zona, Fernando Gómez se pregunta quién está tomando este tipo de decisiones en el Ministerio de Transición Ecológica. Decisiones que “no podemos permitir”. Hay que seguir negociando, pero sin que “parezcamos enemigos, porque somos aliados”.

En materia logística, como el otro gran reto, Fernando Gómez aboga por la conexión ferroviaria para el transporte de mercancías, que acerque el sureste español a los mercados de destino de las frutas y hortalizas de Murcia y Almería. “Siempre hemos ido tarde en avances de infraestructuras logísticas. La Autovía del Mediterráneo llegó muchos años tarde, el comunicación aérea vamos creciendo pero lentamente...”. Faltan conexiones, asevera Gómez, quien destaca que la carretera es la única salida viable, en estos momentos para las frutas y hortalizas. “Un cuello de botella en el que además se nos plantean cada vez más peajes, que suponen mayores costes”.

“O hacemos políticas que faciliten la salida de nuestros productos a los destinos, o vamos a seguir alimentando el problema”.

Dentro de un país, “todos deberíamos tener el mismo acceso al agua, o facilidad para comunicarnos y governarnos”. Hay que “apoyar a un sector líder en España como el de las frutas y hortalizas”, por eso, “demandamos la atención que merece”.

Las importaciones y exportaciones se ven afectadas por el conflicto bélico

Artículo de opinión de Álvaro Partida Lopez, Subdirector Commercial & Communications de Partida Logistics quien reflexiona acerca del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania y sus consecuencias para el sector agroalimentario.

El conflicto que estamos viviendo en la actualidad entre Rusia y Ucrania, para nosotros, por el momento, nos ha afectado escasamente. Las pocas y complejas operaciones de importaciones de Marruecos a Rusia han desaparecido. Digo complejas porque estas requerían de una coordinación logística y aduanera importante al tener las mercancías que cambiar



de camión en Bélgica, Holanda, Alemania...para entrar en territorio ruso.

En este sentido, los daños colaterales del conflicto y sobretodo, la constante subida de los costes en general, sí que añade dificultad a que las empresas importen/exporten. Es decir, las organizaciones, mayormente las PYMES, tienen más obstáculos para seguir siendo competitivos y obtener beneficios.

Nuestra misión como partner aduanero/logístico es asesorar en línea con el origen y destino del producto y operar ágilmente para evitar demoras y costes innecesarios.

The constant rise in costs adds difficulty for companies to import/export



The conflict that we are currently experiencing between Russia and Ukraine, for us, has hardly affected us. The few and complex import operations from Morocco to Russia have disappeared. I say complex because they required significant logistical and customs coordination as the merchandise had to be changed by truck in Belgium, Holland, Germany... to enter Russian territory.

In this sense, the collateral damage of the conflict and, above all, the constant rise in costs in general, does add difficulty for companies to import/export. In other words, organizations, especially SMEs, have more obstacles to remain competitive and obtain benefits.

Our mission as a customs/logistics partner is to advise in line with the origin and destination of the product and to operate quickly to avoid delays and unnecessary costs.

[Complete article](#)



Esta pera recupera



www.perasderincondesoto.com



Por **Miriam Pérez**. Periodista Agroalimentaria | @mperezmen

Oportunidades de formación para profesionales del sector agroalimentario

De forma online, presencial o semipresencial, la formación en el sector agroalimentario es fundamental, sobre todo para avanzar en digitalización e innovación.



Si hay algo que une al conjunto de los eslabones de la cadena agroalimentaria es la idea de la importancia que tiene la formación para que el sector español siga creciendo y potenciando su presencia como uno de los más fuertes a nivel europeo y mundial. Además, la formación en digitalización e innovación constituye uno de los pilares fundamentales para la modernización del sector.

Por ello, instituciones públicas y privadas, especializadas y no especializadas, han incluido en su oferta educativa opciones para cubrir la demanda del campo.

Además, por parte de las Administraciones y las Consejerías, apoyados por las asociaciones agrarias, llevaba a cabo una amplia gama de cursos y jornadas formativas para los productores y agricultores de a pie.

De esta forma, se asegura la transferencia de conocimientos y la innovación y digitalización también desde el eslabón de los productores.

De entre todas, este reportaje recoge una selección.

Universidad de Nebrija, gestión de empresas agroalimentarias

La Universidad Nebrija es una institución universitaria, pionera en innovación educativa y comprometida con la empleabilidad de sus estudiantes. Entre su amplia oferta de programas, Nebrija ofrece una oportunidad de formación en el sector agroalimentario, desarrollando competencias y habilidades directivas gracias a su Máster en Gestión de Empresas Agroalimentarias.

El título ha sido diseñado para formar a futuros directivos que respondan a los retos actuales del sector y lideren las empresas agroalimentarias en un entorno competitivo global. Según la dirección del programa, "se da un papel preponderante a la visión 360º de la cadena de valor, a su capacidad de innovación y de entrepreneurship y a las habilidades de dirección".

A través de una metodología que aúna formación teórica con aprendizaje práctico, el postgrado de la Universidad Nebrija se ha posicionado como un programa referente en el sector gracias a sus más de 12 ediciones. El programa, que se iniciará el próximo mes de octubre, incluye talleres prácticos y visitas profesionales a algunos de los centros de referencia como los centros logísticos de Mercadona o Amazon.



UNIR, marketing, comercialización e innovación digital online

Con la modalidad online, UNIR, la Universidad de Internet, permite a sus estudiantes formarse a distancia en las materias de marketing, comercialización, transformación e innovación digital enfocadas al sector agroalimentario. Cuenta con dos titulaciones, por un lado, el Máster en Marketing y Comercialización del Sector Agroalimentario, que en su temario aborda los planes necesarios para que el consumidor elija el producto: plan de marketing, trade marketing, ventas, punto de venta y plan de comunicación y herramientas para la comercialización internacional.

También se puede cursar el Máster de Transformación Digital e Innovación en el Sector Agroalimentario, en el que se conocerá todos los puntos de ayuda para llevar a cabo la transformación digital e innovación aplicada a toda la cadena agroalimentaria, cómo son las fases de producción, transformación y distribución.

Ambos tienen convocatorias en el mes de abril y de octubre de forma anual, cuentan con 60 créditos y una duración de 7 meses.



CESIF, gestión online de industrias agroalimentarias

Esta institución privada, con más de 30 años de experiencia, ofrece el Máster Online en Gestión de Industrias Agroalimentarias, que se puede cursar 100% online y tiene una duración de 12 meses. Sus docentes señalan que el temario está basado en la transmisión de conocimientos profundos del sector desde todas las áreas clave para la gestión integral de una industria agroalimentaria. Esto supone una enorme ventaja competitiva en el mercado alimentario presente y futuro.

Desde CESIF, resaltan el potencial de un moderno campus virtual multi-dispositivo, que permite al alumnado acceder a un aprendizaje autónomo y activo, asegurando la experiencia de usuario. Además, de ser un espacio increíble de debate entre alumnado y claustro donde desarrollar la creatividad y el pensamiento crítico aplicados a circunstancias y desafíos reales. Desde CESIF confirman que este máster está dirigido tanto a profesionales de mandos intermedios, pre-directivos y directivos del sector alimentario que deseen lograr una visión completa de la cadena de valor de la industria, analizando las interrelaciones existentes y su impacto en el ámbito empresarial, cómo a emprendedores que quieran hacerse un hueco en el sector.



Universidad de San Jorge Experto en Comunicación Agroalimentaria

Y por último y no menos importante, la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE) es responsable desde 2017 del Curso de Experto Universitario en Comunicación Agroalimentaria que imparte conjuntamente la Universidad de San Jorge y que está dirigido por la periodista especializada en el sector agroalimentario Elisa Plumed y por José Juan Verón, profesional de la información política y medioambiental y profesor en dicha universidad.

Con un 90% de formación online, el posgrado, está especialmente orientado, a titulados que procedan de grados/titulaciones relacionadas con el periodismo y la comunicación que deseen enfocar su carrera profesional hacia la información o comunicación agroalimentaria mediante una formación con un alto grado de especialización. Pero también, a profesionales del sector agroalimentario que quieran conocer cuáles son las herramientas de la comunicación para mejorar la efectividad de los mensajes que destinan a la sociedad.

Sea cual sea la elección, queda claro que la formación agraria y agroalimentaria constituye uno de los pilares estratégicos del desarrollo rural y de la modernización agraria.



**Máster en
Gestión de Empresas
Agroalimentarias**



 **900 321 322**

 **informa@nebrija.es**

 **Modalidad
Semipresencial**



www.nebrija.com
#Nebrija



Por Marga López. Periodista Agroalimentaria | @Margalopez77

“Madrid volverá a convertirse en capital mundial hortofrutícola”

En unos meses nos volveremos a reunir en Fruit Attraction, en una edición en la que esperamos que la normalidad sea real. También esperamos pabellones llenos y una completa agenda de encuentros con clientes nacionales e internacionales. Sobre todo ello charlamos con María José Sánchez, directora Fruit Attraction.

Asumió el cargo como directora de Fruit Attraction, en un momento clave. Feria consolidada a nivel nacional, pero con el reto de volver a la normalidad tras dos años de pandemia, ¿Cuáles es su objetivo en este primer como directora de la feria?

Asumo la dirección de Fruit Attraction con enorme responsabilidad y respeto a este sector tan consolidado en nuestro país. Y desde luego también lo asumo con la ilusión de aportar todo lo que esté en mi mano para seguir consolidando y posicionando la feria con el único objetivo de que las empresas vean cumplidas sus expectativas empresariales.

Recojo el relevo de un proyecto muy consolidado al que daré continuidad, por supuesto, con la colaboración de nuestro socio estratégico para este sector, FEPEX. Creo fundamental potenciar todo lo positivo que ha dado excelentes resultados estos años e incorporar al proyecto otros elementos novedosos que garanticen máximo retorno de inversión para el sector.

Estos últimos meses ha recorrido las principales zonas de producción y comercialización hortofrutícola de España, ¿qué impresión se ha llevado de cada una de ellas?

Conocer personalmente las principales zonas productoras de España está siendo muy enriquecedor para mí, especialmente porque me está permitiendo apreciar la trascendencia de esta indus-

tria para el desarrollo y crecimiento económico de nuestro país. El sector hortofrutícola es esencial; es estratégico para dicho crecimiento. Es de vital importancia mantener la posición del sector en el mercado comunitario que tiene que afrontar una fuerte competencia de países terceros. Para ello es imprescindible poner a disposición del sector instrumentos que lo impulsen. Y entre ellos, Fruit Attraction juega un papel muy importante.

Ser referente a nivel internacional también es otro de los retos de FA22, ¿qué acciones se prevén para atraer a compradores y empresas productoras internacionales?

Ponemos en marcha el Programa de Compradores Internacionales al que vuelve a sumarse la iniciativa Países importadores invitados, con Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita y Canadá como protagonistas. Una acción que favorecerá las relaciones comerciales en-



María José Sánchez. Directora de Fruit Attraction.

Esperamos la visita de más de 1.000 compradores, jefes de compra retail, importadores y mayoristas invitados de todo el mundo



Fruit Attraction LIVEConnect brinda la oportunidad de mantenerse conectados 365 días al año

Entre los países de la Unión Europea y estos mercados extracomunitarios, arropado por un programa completo de mesas redondas, visitas guiadas a la feria, sesiones de B2B. Con todo ello, Madrid, que volverá a convertirse en capital mundial hortofrutícola, recibirá a más de 1.000 compradores, jefes de compra retail, importadores y mayoristas invitados de todo el mundo.

¿Nos podría avanzar algunos datos sobre participación actual en la próxima edición?

Estamos en este momento celebrando las primeras reuniones de elección de espacios con los expositores, y nuestras previsiones son optimistas con una participación similar a la del año 2019, con 90 mil profesionales y alrededor de 1.800 empresas. Unas cifras que ponen de manifiesto el interés y respaldo del sector por impulsar la feria como instrumento

fundamental de internacionalización, y punto de encuentro del conjunto de los profesionales que integran toda la cadena de suministro. En esta ocasión, a las ya reconocidas áreas Fresh Produce e Industria Auxiliar, se suma como novedad una nueva área monográfica, Startup's Hub, dedicada a empresas de nueva creación, tanto del segmento Fresh Produce, como Industria Auxiliar.

También este año, Fruit Attraction potencia Fresh Food Logistics. Asimismo, vuelve a apostar por las soluciones de transformación a través de la innovación, la sostenibilidad y la digitalización con el Área Smart Agro y Biotech Attraction.



Por otro lado, la fresa será en esta ocasión uno de los productos estrella de la próxima edición con el área Fresh&Star con el objetivo de promover la apertura de

mercados e impulsar y dar visibilidad a las empresas productoras nacionales.

Volvemos también a organizar un completo programa de jornadas técnicas y actividades. A todo ello se sumará igualmente el Área Innovation Hub y Foro Innova y, como ya es habitual, Factoría Chef volverá con atractivas demostraciones y showcookings.

Herramientas digitales como Live Connect parece que no terminan aún de encajar en el perfil del sector. ¿Se reactivarán en esta edición?

Nosotros apostamos por la digitalización como complemento al evento presencial. Fruit Attraction acoge a toda la comunidad bajo la plataforma Fruit Attraction LIVEConnect, que brinda la oportunidad de mantenerse conectados 365 días al año. Es una potente herramienta de comunicación que genera visibilidad y notoriedad de marca, además de la posibilidad de realizar networking, catálogo de productos y servicios y acceso a contenido especializado de gran calidad. Ya no se entendería una propuesta ferial solo presencial. No significa que sean dos ferias simultáneas online y offline, sino la complementación de ambos canales. Una única experiencia ampliada gracias a la tecnología.



PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES
DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS



C/ SIERRA DE CAZORLA,2 - POL. INDUSTRIAL LA GANGOSA 04734 VICAR (ALMERÍA)

+34 950 346 115 INFO@MERCOPHAL.COM

Por José Esteban Ruiz. Periodista Agroalimentario | @RuizJoseEsteban

La agroecología se abre camino de la mano del control biológico

La agricultura almeriense especializada en el cultivo de productos hortofrutícolas bajo abrigo mantiene la senda de la vanguardia en un segmento en el que es líder mundial.

En los últimos años se ha ido modificando el enfoque del control biológico. Se están marcando nuevas tendencias. Antes se limitaba a la introducción de fauna auxiliar en los invernaderos para que actuaran contra las plagas. Con el avance de los trabajos que se llevan a cabo en los centros de investigación públicos y privados, así como en las empresas, que como Koppert o Agrobio, cuidan detalladamente su parcela dedicada a I+D, se han implementado progresivamente nuevas acciones y mejorado protocolos, que sin duda suman y convierten a la estrategia más natural en una herramienta en la que impera la biodiversidad en la lucha contra las plagas.

“Antes se utilizaban auxiliares para sustituir o complementar el uso de fitosanitarios, pero ya, cada vez más, hay un enfoque más agroecológico”, asegura Jan van der Blom, entomólogo y responsable del Departamento de Técnicas de Producción de COEXPHAL. Los agricultores están percibiendo las ventajas de contar con un entorno saludable no solo para sus cultivos, sino también para generar una biodiversidad dentro y fuera de sus invernaderos para propiciar un escenario favorable para la implantación permanente de la fauna auxiliar.

En este punto, cada vez es más habitual que los agricultores dedicados al cultivo de frutas y hortalizas bajo abrigo acondicionen el interior de sus invernaderos con plantas refugio con flores para atraer y favorecer a parasitoides, depredadores, etcétera, al ejército que les va a ayudar a luchar contra las plagas. De esta forma “se genera una situación propicia continua para los enemigos naturales de las plagas, al disponer en las propias ex-



Planta lobularia reservorio de parasitoides crisopas mariquita. Agrobio

plotaciones de flores durante todo el periodo, no solo cuando están en floración los cultivos, ya que necesitan néctar para vivir”, asegura Van der Blom.

“Estamos detectando nuevas especies de insectos auxiliares que hacen su aparición en los cultivos y suman en los esfuerzos, de manera importante, en el control”, apunta el experto, argumentando como motivo de esta presencia no solo la apuesta por las plantas florales y refugio en el interior, sino también por la plantación de setos en los alrededores de los invernaderos, que tienen la misma función. Estos setos, recuerda Jan Van der Blom, también “frena el movimiento de plagas entre cultivos en los cambios de ciclo”.

En Almería se percibe esta motivación reforzada por el asesoramiento de los técnicos de campo de las empresas especializadas en control biológico, desde donde fomentan la apuesta de los agricultores por el control biológico por conservación.

Alineada con la naturaleza se manifiesta y actúa una empresa como Koppert, artífice junto al resto de empresas y sector, de la evolución y el camino que marca el control biológico en la transformación de la agricultura intensiva. Su nueva imagen refleja, como así definen en Koppert, la permanente conexión de la empresa con la Naturaleza y expresa sus valores, que tiene la ambición de contribuir a un

mundo mejor mediante alimentos sanos que proceden de una agricultura 100% sostenible, que es su principal objetivo. Para conseguirlo, trabajan junto a productores y agricultores.

La senda ecológica la marcan las nuevas políticas europeas. El uso de insectos y microorganismos beneficiosos para el control biológico de plagas y enfermedades en la agricultura es una de las acciones incluidas en la estrategia europea ‘Del Campo a la Mesa’, con la que todos los países miembros de la UE han acordado establecer conjuntamente una hoja de ruta para conseguir un sistema alimentario europeo más sostenible y saludable.

Los productos y servicios de Koppert están alineados con esta estrategia europea, como señalan en la empresa, con la que la UE quiere garantizar alimentos saludables, asequibles y sostenibles para todos los ciudadanos europeos, combatir el cambio climático, proteger el medio ambiente, preservar la biodiversidad y reforzar la agricultura ecológica. Para conseguir estos objetivos, la UE ha decidido reducir el uso de plaguicidas químicos un 50% para 2030 y fomentar la agricultura ecológica para que el 25% de la superficie de cultivo en Europa sea ecológica en 2030.

Los agricultores están convencidos de que el control biológico en toda su esencia “es el camino a seguir”, asegu-

ra el responsable del Departamento de Técnicas de Producción de COEXPHAL y se pone de manifiesto en los principales cultivos hortofrutícolas en los que está implantado y encontrando el refuerzo de contar con un entorno enriquecedor en materia de biodiversidad.

Cultivos

En relación a la evolución en cada hortícola, se mantiene liderando el pimiento, en el que casi en la totalidad de plantaciones se sigue utilizando control biológico. Asimismo, en cuanto al tomate, después de perder terreno, en los últimos años los productores han vuelto a retomar la implementación de estas prácticas respetuosas con el medio ambiente, rondando ya, de nuevo, el 80% de la superficie. No en vano, el control biológico se hace imprescindible para luchar contra la Tuta absoluta, que es una de las principales plagas que afectan al cultivo de tomate en invernadero. Una buena estrategia para el control de esta y otras plagas en este cultivo, parte de la suelta de *Nesidiocoris tenuis* en el semillero.

“El principal beneficio de la suelta en semillero es que la instalación de *Nesidiocoris* en la planta de tomate se adelanta



Diseño de seto exterior para el control de plagas en invernadero. Agrobio

hasta tres semanas, en comparación con las sueltas realizadas en la finca”, apuntan desde Koppert. Esas tres semanas de diferencia son vitales para que los primeros pasos con el control biológico sean eficaces, porque la planta ya llega a la finca protegida con un enemigo natural de plagas como la Tuta absoluta.

Se están detectando nuevas especies de insectos auxiliares que hacen su aparición en los cultivos

Asimismo, después de la aparición de técnicas como la alimentación de depredadores mediante ácaros presa para favorecer la instalación de la fauna auxiliar, en pepino “se ha avanzado mucho”, asegura Ana Belén Arévalo, técnico de Agrobio. Concretamente, en una zona rezagada como el campo granadino, “los agricultores están viendo que el control biológico da buenos resultados en pepino bajo abrigo y se está traduciendo en un incremento de las hectáreas en las que se implementa”.

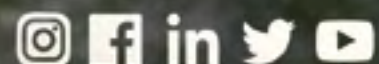


Aliados con la Naturaleza



Soluciones biológicas para una agricultura 100% sostenible

El mundo necesita una agricultura 100% sostenible. Koppert contribuye a este objetivo ofreciendo soluciones eficaces para el control biológico de plagas y enfermedades en la agricultura. Juntos ayudamos a mejorar la salud de las personas y del planeta.



koppert.es

Por José Esteban Ruiz. Periodista Agroalimentario | @RuizJoseEsteban

Nematodos 'buenos' en el control biológico de Tuta y 'Rosquilla verde'

Los microorganismos abren una vía complementaria en el control de estas plagas, tanto en invernadero como al aire libre.

Las estrategias de control biológico no cesan en su innovación poniendo en juego diferentes protocolos y 'armas' para acabar contra las plagas que interfieren en el buen desarrollo de los cultivos. Como novedad, se abre una nueva vía para atajar una plaga, como es la Tuta absoluta, que afecta sobre manera a las plantaciones de tomate. Se trata del escenario que proponen los microorganismos.

Y es que, concretamente, ensayos avalan el buen hacer del uso de nematodos beneficiosos en control biológico para luchar contra esta plaga que trae de cabeza a los tomateros, principalmente. Además, la incorporación de estos microorganismos a las estrategias de control está ofreciendo resultados también contra la Spodoptera exigua, más conocida como 'rosquilla verde'.

Una de las empresas especialistas en control biológico, como es Koppert, lleva varios años trabajando en esta línea con buenos resultados. En sus ensayos, como detallan en la entidad, se alcanza el éxito, demostrando la elevada eficacia de los nematodos entomopatógenos para localizar y destruir a las orugas de Tuta y Spodoptera.

En Koppert han desarrollado una solución microbiológica, en base a estos nematodos 'buenos', eficiente y eficaz contra ambas plagas, y en diferente cultivos, no solo en tomate, tanto en invernadero como al aire libre, denominada CAPSANEM®, que contiene millones de nematodos de la especie *Steinernema carpocapsae*, un microorganismo que está

Los nematodos entomopatógenos localizan y destruyen a las orugas de Tuta y Spodoptera



Nematodos entomopatógenos. Koppert

En Koppert han desarrollado una solución microbiológica denominada CAPSANEM®

presente en España y que es un enemigo natural de las orugas de lepidópteros.

Esta solución, CAPSANEM®, lo es también contra un amplio rango de especies de orugas, como apuntan en Koppert. Además de *Spodoptera exigua* y Tuta

absoluta, "también ataca a *Spodoptera littoralis*, *Helicoverpa armigera*, *Autographa gamma*, y *Chrysodeixis calcites*, entre otras". Por tratarse de un producto completamente natural que no deja ningún residuo, su aplicación es totalmente segura para el productor y para el medio ambiente.

El formato en el que se comercializa es soluble y totalmente biodegradable. Según detallan en la empresa, se puede aplicar a través de todo tipo de riegos. Asimismo, no contiene polímeros de plástico y todos los componentes del gel que sirve de soporte para los nematodos son orgánicos.



Ataque Nematodos. Koppert



Oruga parasitada por Capsanem. Koppert



fruit attraction

Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas

LIVE  Connect

En coincidencia con



**Conectamos ideas, negocios y personas.
Proud to be Fruit Attraction.**

04-06 Oct

2022

Recinto Ferial

ifema.es



Por José Esteban Ruiz. Periodista Agroalimentario | @RuizJoseEsteban

Patata, cítricos, manzanos o subtropicales toman el testigo de los hortícolas bajo abrigo

El éxito del control biológico en plantaciones de invernadero se está haciendo cada vez más palpable en otros cultivos al aire libre. La investigación está haciendo posible que en aquellas producciones en las que no se luchaba contra las plagas a través de fauna auxiliar y demás herramientas de control biológico, esté cada vez más presente.

No en vano, los productores están comprobando los resultados. En estos casos no hay marcha atrás. Solo queda avanzar. Y es lo que está ocurriendo en plantaciones de cítricos, para las que empresas especializadas en este tipo de estrategias, cuentan con completas gamas de soluciones. También en Subtropicales, frutales de hueso o en patata, por hacer referencia algunos cultivos.

Koppert es una de las empresas referentes en control biológico, también para cultivos al aire libre. No cesa en avanzar en paquetes de soluciones naturales para combatir con éxito las plagas.

En cultivo de patata, por ejemplo, Koppert lidera la introducción del control biológico de plagas y enfermedades en sus plantaciones en España, gracias determinados microorganismos benefi-



Identificador del uso de Trianum® en un cultivo de patata en Sevilla. Koppert

ciosos que actúan eficazmente, sin plazo de seguridad y sin generar residuos. Los microorganismos beneficiosos que ofrece Koppert tienen mecanismos de acción que son infalibles contra las plagas y enfermedades, ya que se trata de microorganismos perfeccionados durante millones de años por la naturaleza y que por instinto buscan a las alimentarse de ellas.

En cítricos, igualmente, Koppert es referencia. Koppert España ya tiene en fase de ensayo un programa para el control biológico de Cottonet que combina el uso de hongos entomopatógenos con sueltas de dos enemigos naturales de esta plaga: *Cryptolaemus montrouzieri* y el nuevo enemigo natural *Anagrus aberiae*. Los primeros resultados, obtenidos en fase de laboratorio bajo condiciones controladas, confirman la eficacia de esta nueva estrategia. La combinación de fauna auxiliar con hongos entomopatógenos también se perfila como la solución biológica más eficaz para el control de *Trypza eritreae*, el temido vector del HLB o "greening" de los cítricos.

Asimismo, esta empresa cuenta con soluciones naturales para el control biológico en otros cultivos como frutales, aguacates, vid, etcétera.

Almería supera las 26.000 hectáreas en control biológico

La provincia almeriense cuenta con cerca de 13.000 hectáreas de cultivos donde se aplican técnicas de producción integrada y, en el caso del control biológico de plagas, la superficie supera las 26.000 hectáreas.

Este dato lo ofreció la consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Carmen Crespo, en su visita a las instalaciones de la compañía Agrobío, "una gran empresa que demuestra una vez más que la agricultura de Almería no es solo productos hortofrutícolas, sino también innovación que aporta sostenibilidad al sector, sabor a los alimentos y evita plagas", definió. Agrobío, comentó Crespo, "es un ejemplo de apuesta por la innova-



ción permanente, que es una parte importante de nuestra agricultura que debemos mostrar a todo el mundo", ha apuntado Crespo, que ha resaltado que la plantilla

de esta entidad cuenta con numerosos "científicos que estudian cómo mejorar el sector agrario y sus productos".

Para Carmen Crespo, "es necesario seguir innovando para encontrar soluciones a los retos actuales del sector agrícola". En ello, valoró que Agrobío haya sido pionera en España en la producción de unos abejorros polinizadores que ofrecen a los agricultores "la forma más respetuosa" de impulsar la rentabilidad de las explotaciones agrícolas "dejando que la propia naturaleza siga su curso". El control biológico, dijo la consejera, "no es más que eso: servir de organismos naturalmente presentes en los campos para acabar con aquellos que dañan las producciones".

Por **José Esteban Ruiz**. Periodista Agroalimentario | @RuizJoseEsteban

Estrategias de Agrobío para el control de pulgón y la agricultura biológica

La agricultura está en evolución constante y los desafíos a los que los agricultores y técnicos del sector tienen que enfrentarse para cumplir las exigencias de calidad de los mercados son cada vez mayores.

Se cultiva todo el año, la superficie de ecológico sigue en aumento, la aparición de nuevas plagas y virosis junto con el hecho de que algunas plagas que se consideraban secundarias como araña roja y pulgón están sobrepasando los umbrales económicos de daño hacen importante una reflexión sobre qué podemos hacer para afrontar estos desafíos con las herramientas disponibles: control biológico en todos los ciclos y cultivos, biodiversidad funcional y medidas agroecológicas.

Tras varios años trabajando en proyectos europeos de investigación, Agrobío ha desarrollado estrategias innovadoras con protocolos eficaces. Actualmente el manejo de la biodiversidad es fundamental, sobre todo para los cultivos orgánicos tanto de hortícolas y frutos rojos en invernadero como de frutales y cítricos al aire libre.

Esta campaña de primavera, en los cultivos de sandía, el pulgón ha sido la plaga más difícil de controlar, no sólo en cultivos ecológicos sino también en convencionales. No se trata de una nueva pla-



ga, es el pulgón *Aphis gossypii*, sólo que cada vez es más difícil su control curativo sin planificar una estrategia que frene su desarrollo cuando las condiciones ambientales le favorecen.

Es necesario utilizar herramientas basadas en el control preventivo de esta y otras especies de pulgón que afectan a los cultivos, y que algunos agricultores y técnicos llevamos implementando años en con buenos resultados.

Los setos en el exterior de los invernaderos ejercen de barrera frente a las plagas y favorecen la llegada de enemigos naturales. En el interior, plantar islas de biodiversidad ofrecen recursos a los depredadores y parasitoides para que puedan sobrevivir cuando las condiciones no son las ideales, como la ausencia de presas, altas temperaturas, bajas hu-

medades, etc. Y sembrar líneas de cereal inoculados con pulgones huésped permiten el establecimiento precoz de diversas especies de parasitoides y depredadores, pudiendo realizar sueltas tempranas de *Aphidius colemani*, *matricariae* o incluso de MIXcontrol, una mezcla de avispillas auxiliares.

Además de utilizar parasitoides, es fundamental contar con la ayuda de los depredadores, como crisopas, sirfidos y aphidoletes (APHIDOcontrol). No limitarnos a sueltas curativas de *Aphidius* e incorporar los auxiliares arriba mencionados, es la base para crear una biodiversidad funcional que pueda enfrentar el desafío que supone el control de las diferentes especies de pulgones que afectan a nuestros cultivos.

www.agrobio.es

Agrobío El pulgón tiene solución

Adelántate al pulgón y escoge la mejor estrategia preventiva en tu cultivo: parasitoides y depredadores. Prueba SIRFIcontrol y CHRYSOcontrol, los más voraces.

- Agrobío defiende tus cultivos -



Por José Esteban Ruiz.

Periodista Agroalimentario | @RuizJoseEsteban

Perseverance RZ y Draconis RZ, las variedades de calabacín con resistencia al virus Nueva Delhi

Rijk Zwaan ya cuenta con dos materiales vegetales que mantienen la calidad y la producción y ofrecen la solución contra este virus que lleva preocupando al campo en la última década.

Rijk Zwaan destaca en la oferta de variedades de calabacín con una línea que cuenta con resistencia al virus de Nueva Delhi, con Perseverance RZ y Draconis RZ, innovaciones que proponen una solución esperada para los productores de esta hortaliza.

Ambas variedades cuentan con un paquete de resistencias completo que incluye la del virus que más problemas ha conllevado en la última década al campo almeriense. Una propuesta que pone de manifiesto la apuesta de Rijk Zwaan por su investigación vinculada a mejorar la oferta de variedades en todos los segmentos.



Tanto Perseverance RZ como Draconis RZ son muy productivas y reúnen una serie de cualidades similares que, dados los resultados, se sitúan como dos materiales vegetales a la vanguardia para el campo, integrando las características agronómicas que precisan los agricultores para este tipo de cultivos.

Perseverance RZ está recomendada para plantaciones comprendidas entre el 15 de septiembre y el 10 de octubre, mientras que Draconis RZ, como detalla Aureliano Cerezuela, responsable de calabacín en Rijk Zwaan Ibérica, “nos permite plantar unos días antes”, ya que está recomendada para iniciar desde el 5 de septiembre.

Para el ciclo de primavera, sin embargo, al ser Perseverance RZ una variedad algo más vigorosa, permite su plantación antes, desde inicio de enero hasta mediados de febrero. En el caso de Draconis RZ, la recomendación para este periodo oscila entre mitad de enero a finales de febrero, e incluso marzo. Ambas se complementan, por tanto, para ciclos de invierno y primavera.

La compañía sigue trabajando en la línea de obtención de variedades de calabacín con resistencia a Nueva Delhi y están ultimando alguna nueva propuesta que conoceremos en un futuro muy próximo, para ir completando este segmento más temprano. “Lo que vamos incorporando en calabacín va a contar con resistencias a Nueva Delhi”, en la línea Delhi Defense.

Calidad de fruto

Todos los nuevos lanzamientos de variedades de calabacín con resistencia a Nueva Delhi siguen manteniendo los estándares altos de calidad que Rijk Zwaan ya ofrece en otras variedades, tales como alta productividad, calidad de fruto en

cuanto a tamaño y postcosecha, sanidad vegetal, etc.

“Somos muy estrictos a la hora de lanzar un nuevo material, pues a la vez que tiene resistencia a virus de Nueva Delhi, ofrece a los agricultores una buena calidad, con buena conservación, una forma ideal para el mercado y un color atractivo de fruto”, señala Aureliano Cerezuela.



Resistente a

NEW DELHI



Perseverance RZ

Draconis RZ

Producción y calidad



El sector de las semillas impulsa su compromiso con la agricultura sostenible



La Federación Internacional de Semillas (ISF) ha elegido a España como sede del Congreso Mundial de Semillas 2022, coordinado con las asociaciones españolas de semillas ANOVE y APROSE. Este evento ha devuelto al formato presencial el encuentro más importante del sector semillero mundial, después de haber sido aplazado durante dos años debido a la pandemia. Al congreso presencial acudieron más de 1.400 profesionales, mientras que otros 1.000 participaron de la actividad a través de la plataforma online "Channel World Seed", instaurando así un formato híbrido, en tanto que no se recupere en todos los países del mundo una movilidad plenamente normal.

En relación con el eslogan del Congreso -"Sowing a Vibrant Future"-, el Secretario General de ISF, Michael Keller, afirmó que "el tema del congreso adquiere en nuestros días un significado totalmente nuevo, ya que nos hemos de enfrentar a las consecuencias de la guerra de Ucrania; solo a través de la paz y la cooperación podemos hacer que las semillas de calidad tengan la capacidad de contribuir a la seguridad alimentaria y nutricional, haciendo accesibles a todos los agricultores variedades suficientes, diversas, adaptadas localmente y mejoradas, respetando además, los aspectos medioambientales, sanitarios, sociales y económicos".

Ante la inesperada crisis provocada por la invasión de Ucrania, ISF quiso reafirmar

expresamente una vez más "la necesidad de que globalmente las semillas puedan moverse con libertad y sin restricciones para poder garantizar el libre acceso a las mismas en cualquier parte del mundo".

Keller recordó que "las semillas son el punto de partida de la cadena alimentaria", destacando así el importante papel que desempeña la obtención de nuevas variedades vegetales en la producción agrícola, así como la necesidad de "seguir invirtiendo fuertemente en investigación". "Durante muchas décadas, la mejora vegetal ha ayudado a incrementar la productividad agrícola mediante la mejora del potencial de las plantas y la calidad de las semillas, y ha contribuido intrínsecamente al aumento de la producción mundial de alimentos" señaló.

De hecho, según ha puesto de manifiesto recientemente el informe Noleppa, a lo largo de los últimos 20 años, el 67% del crecimiento anual de la productividad agraria de la UE se ha debido precisamente a aportaciones logradas gracias a la mejora de plantas y semillas. Además, según precisa el informe, sin el trabajo que llevan a cabo los obtentores vegetales, los rendimientos agrícolas en la UE hubieran sido un 20% inferiores.

Alimentar a 10.000 millones de personas

En 2.050 la población mundial alcanzará 9.700 millones de personas, según

Después de dos años, el sector mundial de las semillas se reúne de nuevo en persona para promover la innovación y el movimiento de semillas de calidad para apoyar la agricultura sostenible en medio de un mundo cambiante y cada vez más desafiante.

la FAO, y, para que todas ellas puedan alimentarse, es necesario aumentar sustancialmente la producción agrícola.

Según Donald Coles, Presidente de ISF, "el reto de la agricultura y la producción de alimentos hoy en día es cultivar más utilizando la misma superficie de tierra, empleando menos recursos naturales y de forma más sostenible". Coles señaló que, durante los últimos 50 años, "la colaboración en mejora vegetal entre los sectores público y privado ha contribuido a incrementar hasta en un 90% los rendimientos agrarios de algunos cultivos, al mismo tiempo que ha hecho posible que se aumente la producción de alimentos con los que poder nutrir a una población que no deja de crecer".

A este respecto, el Director General de ANOVE, Antonio Villarreal, afirmó que "este desafío se logrará únicamente si todos -no solo las empresas mejoradoras- continuamos apostando decididamente por la innovación; este es el único modo de ser competitivos y de aportar verdadero valor, tanto al agricultor como al conjunto de la cadena, satisfaciendo al mismo tiempo las demandas de los cada vez más exigentes consumidores finales".

Eduard Fitó, Director de Semillas Fitó, destacó que "a pesar de que las semillas representan una parte pequeña en el coste final, son de capital importancia debido

al valor que aportan a lo largo de toda la cadena”.

Gracias a la innovación en mejora vegetal, la producción mundial de alimentos sigue aumentando, "lo que permite obtener ingresos más estables y beneficios directos para los agricultores y productores, y ampliar las opciones alimentarias, la disponibilidad, la alimentación y la seguridad para los consumidores". Todo esto es posible gracias a la mejora genética de las plantas y semillas en la que trabajan los obtentores", concluyó Villarroel.

Por otro lado, Villarroel explicó que "España es una potencia mundial en mejora vegetal y lo será aún más en los próximos años. Debido al cambio climático, España es ya el mejor laboratorio de Europa para estudiar cómo afrontar las nuevas temperaturas y los nuevos retos para asegurar el futuro de la agricultura y, en definitiva, el de los alimentos".

La mejora vegetal

A nivel mundial, el tamaño del mercado de semillas es de 60.000 millones de dólares, y el maíz y la soja representan la



mayor parte. En la Unión Europea, el sector de la mejora genética factura más de 7.000 millones de euros y emplea a 50.000 personas aproximadamente, una cuarta parte de ellas dedicadas específicamente a la investigación. Además, el mercado español de semillas alcanzó un volumen de negocio de aproximadamente 750 millones de euros en 2020, lo que lo convierte en el tercero de Europa y el decimotercero del mundo.

En palabras de Marco van Leeuwen, Vicepresidente de ISF, "no muchos otros sectores pueden presumir de invertir en investigación hasta el 30% de sus beneficios". Según explicó, "solo en la Unión Europea, cada año se lanzan al mercado más

de 2.500 nuevas variedades; hay más de 45.000 variedades registradas en el catálogo europeo y más de 200.000 en todo el mundo".

Los últimos métodos de mejoramiento, como la edición genética, permiten acelerar el proceso de desarrollo de nuevas y mejores variedades, poniéndolas a disposición de los agricultores de todo el mundo. Además, son más precisos y permiten a los obtentores comprender y utilizar más la diversidad natural de cada especie. En este sentido, van Leeuwen reclamó "una normativa nacional y europea coherente, proporcionada, predecible y con base científica, pero también una correcta coherencia a nivel internacional".

¡Disfruta del sabor más auténtico!

Confía en los productores asociados a PROEXPORT. Garantía de servicio, innovación y sostenibilidad.

proexport
Hortalizas y Frutas de Murcia, España



www.proexport.es

La nueva generación de De Ruiter, los mejores portainjertos de tomate

De Ruiter nos presenta la nueva generación de portainjertos de tomate DR0141TX y Vitalfort, que logran una máxima protección frente a nematodos, mayor vigor, productividad, calibre y calidad con fácil manejo. Estos nuevos portainjertos están integrados en la estrategia Control Prime de Bayer Crop Science.

Las principales demandas de los productores pasan por obtener una mayor producción, mejorar la calidad de fruto y lograr así más rentabilidad, proteger el cultivo para conseguir un cultivo sano, y un manejo del mismo de forma sencilla para reducir los costos generales. ¿Cómo dar respuesta a todas estas necesidades?

La solución la tenemos con los portainjertos de tomate de De Ruiter, que desde su lanzamiento en los años 60, brindan al sector una solución frente a la infección causada por hongos y nematodos del suelo, ofreciendo un fácil manejo de estos cultivos bajo estrés por temperatura, o salinidad, aportando mayor vigor y sanidad en las plantas, consiguiendo una mejor absorción de nutrientes, una mayor reducción del uso de productos fitosanitarios, y aumentando el rendimiento total.

Uno de los valores añadidos de los portainjertos de De Ruiter es el equilibrio vegetativo generativo que ofrecen a las variedades. La tendencia en los últimos años es utilizar patrones que aporten más vigor a la variedad; ya que los ciclos de cultivo son más largos; muchos de los suelos están fatigados por el uso de monocultivo, se reduce el uso de materias activas y aumenta la superficie de tomate ecológico.



Integrados en la estrategia Control Prime

Control Prime es la solución nematocida para el cultivo de tomate en la campaña 2022-2023 propuesta por Bayer Crop Science para conseguir un control de nematodos basado en un enfoque integral de diferentes herramientas como Nematool®, los portainjertos de tomate De Ruiter®, y los tratamientos con Velum® y BioAct® y que combinados entre sí protegen el sistema radicular y logran un cultivo sano y rentable.

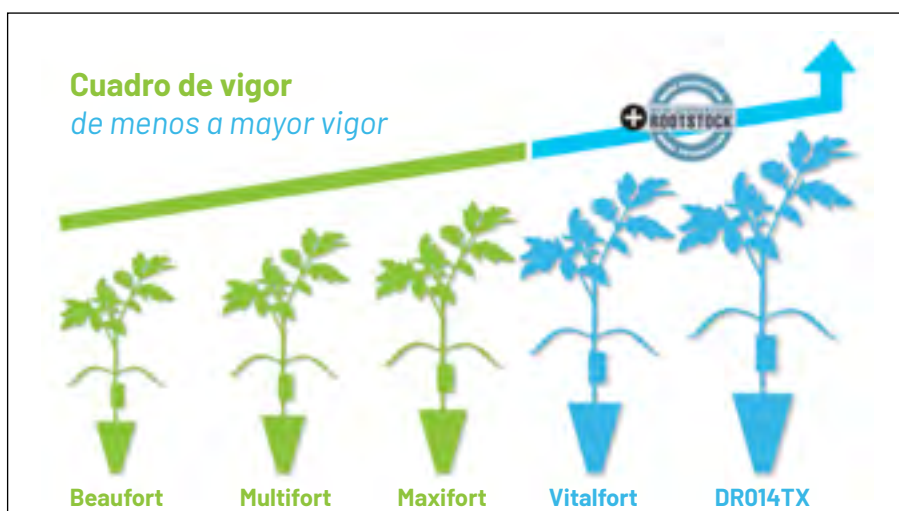
- 1. Solarización con Nematool.** La técnica de solarización es clave a la hora de controlar desde el inicio los nematodos. Para una óptima desinfección de suelo, la herramienta digital Nematool, a través

de un seguimiento constante de la temperatura, indica la calidad del proceso mediante avisos al móvil

- 2. Elección de portainjertos de De Ruiter y tratamiento de Velum.** De Ruiter ofrece un completo catálogo según sus necesidades, con diferentes niveles de vigor aptos para todo tipo de ciclos: DR0141TX, Vitalfort y Multifort.

Con una sola aplicación mediante riego por goteo de Velum y alrededor de los días del trasplante basta para inmovilizar los estadios juveniles de nematodos.

- 3. Acaba con los huevos de nematodos con BioAct** y optimiza la aplicación según notificación de Nematool.





INFÓRMATE DE
LAS VENTAJAS

VIP
ControlPRIME

ControlPRIME

la solución *nematicida*

MULTIFORT / VITALFORT / DR0141TX

Cuadro de vigor
de menor a mayor



Beaufort / Multifort / Maxifort / Vitalfort / DR0141TX



protección total
para **tomate!**



De Ruiter®



Melón Piel de Sapo

La producción de melón y sandía almeriense se reduce a casi la mitad

Una climatología adversa en momentos claves del desarrollo de los cultivos ha hundido los rendimientos. Calima, lluvia, humedad y falta de luz han sido los factores que han marcado una campaña en la que el precio acompaña a la par que la subida de costes y la baja producción.

Almería, primera zona productiva hortofrutícola en poner en el mercado las primeras sandías y melones que se cultivan en Europa cada año, está culminando la recta final de la campaña al cierre de esta revista. Los resultados esta primavera ponen de manifiesto los problemas que se han acumulado debido a las inclemencias meteorológicas que han acontecido durante el desarrollo del cultivo. Las dificultades han sido más patentes para las

sandías y melones más tempranos, en cuyas explotaciones se ha visto reducida notablemente su producción normal, llegando, en algunos casos a desechar el cultivo. La calima, en un momento clave para el cuaje, o las lluvias, humedad y falta de luz, han provocado una caída media superior al 40% en la actual campaña con respecto a la de 2021.

Tanto desde la Asociación de Jóvenes Agricultores (ASAJA) como desde la Coordinadora de Agricultores y Ganaderos (COAG) de Almería señalan estos desbarajustes en los cultivos que han hecho que se reduzca la oferta de melón y sandía en el mercado en la presente campaña. Una escasez de oferta que se ha visto materializada en unos precios aceptables, pero que para algunos agricultores tampoco han supuesto la rentabilidad necesaria para cubrir los costes de producción. No en vano, la inversión realizada por algunos de estos profesionales en sus fincas no se ha visto compensada debido a la obligación de arrancar sin cosechar, o por los bajos rendimientos por metro cuadrado en su invernadero, que para las sandías más tempranas incluso rondó los 2 kilos por metro cuadrado. Para otros, como señalan desde estas organizaciones, con

algo más de rendimiento, los resultados han podido cubrir los costes, unos gastos que si cabe, se han visto incrementados por la necesidad de aumentar los abonos para tratar de sacar adelante la cosecha, como apunta Adoración Blanque, secretaria general de ASAJA.

En el invernadero medio más predominante en la provincia de Almería, el denominado 'raspa y amagao', como explicó Andrés Góngora, secretario provincial de COAG Almería, las producciones, siempre de media aproximada, han caído por encima del 30%, pero en la mayor parte de los casos la cosecha se ha sacado adelante". Sin embargo, aclara, para los invernaderos planos "ha sido una mala campaña de primavera, puesto que la cosecha, para aquellos que no han tenido que arrancar antes de recolectar la fruta, ha sido muy baja".

Las adversidades climatológicas han obligado a agricultores a desechar la cosecha

En el caso de las más tempranas la escasa producción no ha compensado el precio al que se ha vendido la fruta. "Para cosechar sandías tempranas o extra tempranas, los agricultores han debido comenzar los trasplantes en diciembre o enero, lo que supone que ya acumulan los primeros meses del año sin cultivo, sin ingresos. Para que sea rentable además de volumen de producción se debe obtener buen precio. Si uno de estos dos factores falla no se puede considerar buena campaña para estos productores", explica Góngora. En el caso de las más tardías, el dirigente agrario recuerda que, "al menos los agricultores mantenemos hasta marzo, al menos, los anteriores cultivos, y se hace para complementar la campaña".

Retrasos

La campaña también ha llegado marcada por el retraso general, aproximadamente dos semanas más tarde que en la anterior campaña entró en producción de sandía Almería.

Este retraso también se traslada a los cultivos al aire libre que se ubican en la zona del Levante almeriense. Incluso, se espera una entrada en producción aún más dilatada, ya que al ser plantaciones al descubierto se vieron afectadas aún más por las lluvias. En muchos casos, los agricultores tuvieron que arrancar la plantación y volver a plantar, lo que se verá reflejado en este retraso.

Precios

En el apartado de precios, tanto ASAJA como COAG reconocen que "han sido aceptables durante toda la campaña", al menos hasta el cierre de esta publicación, finalizado el mes de mayo. Una tendencia que en anteriores campañas no se ha manifestado. Recordar el hundimiento de precios que hubo el año pasado entrado mayo, que llevó a agricultores a no cosechar.



Melón Galia

Este año, a finales de mayo se mantiene el precio del kilo de sandía a 0,80 euros de media, rondando el melón el euro.

Según el análisis realizado por la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, a través de su Observatorio de Precios y Mercados, en la recta final de la campaña, la oferta de sandía se incrementa "de forma significativa en el Poniente almeriense, mientras que en el Levante de la provincia se observa un descenso puntual del volumen comercializado de sandía rayada". Estas fluctuaciones en la oferta de las dos principales comarcas productoras de la provincia, se debe a la diferencia en las fechas de trasplante entre ambas.

La sandía incrementa su nivel productivo, pero continúa con rendimientos inferiores a la pasada campaña. Las recolecciones en este periodo de la campaña,

superado ya la mitad de mayo, alcanzan rendimientos medios de 5 kilos por metro cuadrado. La calidad del fruto recolectado está siendo bueno y se han reducido notablemente los niveles de destrío. Tanto en el mercado nacional, como en Alemania, Francia, Polonia y Países Bajos, principales destinos de la sandía andaluza, se observa una activa demanda en este período.

En el caso del melón, desde el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, señalan que su oferta continúa siendo notablemente inferior a las mismas fechas de la pasada campaña. Los tipos Galia y Cantaloup son los que presentan una oferta más reducida. A las inclemencias meteorológicas del mes de abril, que han condicionado la producción y la actual calidad del melón, se suma una reducción en la superficie de cultivo de ambos tipos comerciales en Almería, dando como resultado una oferta muy limitada que favorece precios extraordinariamente altos para los tipos Cantaloup y Galia.

Como recoge en su análisis la Junta de Andalucía, para el periodo avanzado de mayo, los precios se mantienen en buenos niveles, marcando incluso valores que suponen el triple que los obtenidos el año pasado para algunos tipos de sandía y melón.



Sandía



MELON & WATERMELON
Business Event
for Experts

JULIO
4 - 8

Visítanos
Finca Lo Ruiz, s/n, 30593
La Palma, Cartagena (Murcia)

Más información en www.nunhems.es
@Nunhems.ES



Por **Miriam Pérez**. Periodista Agroalimentaria | @mperezmen

Murcia y La Mancha se enfrentan a una difícil campaña

Las previsiones de melón y sandía para este año tampoco son esperanzadoras en Murcia y Castilla-La Mancha, principales lugares de producción han reducido su superficie y la calidad se verá afectada.

Desde hace unos años las cifras de las campañas de melón y sandía en España no son nada favorables para los productores de estos cultivos. Gran competencia, subida de costes de producción, mala climatología, reducción de producción y disminución de la plantación son algunas de las causas por las que el sector no pasa su mejor momento.

Instituciones, interprofesionales y productores facilitan sus datos y previsiones para conocer las causas y las consecuencias de las respectivas campañas por comunidades autónomas: Murcia y Castilla-La Mancha.

Desde 2018 se viene produciendo un descenso generalizado en las hectáreas cultivadas de melón en Murcia

Murcia, incertidumbre y retraso en el inicio de campaña

La campaña de Murcia se retrasa y los primeros melones no van a estar disponibles hasta la recta final del mes de junio y sus previsiones no acaban de ser positivas. Por primera vez en mucho tiempo,

desde las organizaciones, asociaciones y empresas productoras no se pueden concretar las previsiones debido a que la climatología ha afectado a los cultivos y a su calidad, "ha habido un periodo de lluvia histórico que no se esperaba" afirma Enrique Ballester, Account Manager de Nunhems. "En la zona de Cartagena se han llegado a acumular 400m² de agua, justo en el periodo de trasplante del melón, lo que ha provocado retrasos y disminución de la plantación".

Estas circunstancias han dado como resultado un retraso en la campaña que oscila entre los 10 y los 15 días. "El melón que estaría listo en junio, aún no lo está", comenta Ballester, en un mes que en otras ocasiones "es clave para el arranque la campaña murciana". En cuanto a las cantidades, la producción de melón va a descender un 20% y en conjunto se calcula un descenso de 800 ha menos cultivadas respecto a la campaña anterior.

Según cifras de la Consejería de Agricultura de la Región de Murcia facilitadas por Proexport, desde 2018 se viene produciendo un descenso generalizado en las hectáreas cultivadas de melón, pasando de las 5.576 en 2018 a las 4.795 en 2020, el último año disponible. Por su parte, la sandía aumentó un 9% sus hectáreas de cultivo en ese mismo periodo de tiempo.

En cuanto a cifras de exportación, Murcia representa casi la mitad del melón exportado de España, con un 48,44% de la producción. Algo que supone una repercusión económica de más 312.000 millones de euros. En cuanto a la sandía, son responsables 24,13% del producto, repercutiendo en unas cifras económicas de 469.000 millones de euros.

Habrà que esperar, entonces, al inicio de la campaña a finales del mes de junio para conocer las estimaciones sobre las toneladas y los precios que van a marcar la tendencia de este año.

Castilla La Mancha, el cultivo de melón desciende un 5%

Desde la Interprofesional de Melón y Sandía de Castilla La Mancha en boca de su presidente, Cristóbal Jiménez, arrojan las primeras cifras y previsiones de producción: "la campaña pasada terminó con unas 215.000 toneladas de melón y 204.000 de sandía, la estimación es que este año se va a sembrar un 5% menos de melón y entre un 20% y un 30% menos de sandía".

Pero lejos de animar al aumento de plantación, desde la Interprofesional aluden a la sensatez sobre todo al advertir dos hándicaps: "los elevados costes de





producción y el solapamiento de nuestra campaña con la murciana durante el mes de julio y parte de agosto”.

Respecto a la calidad, “los productos de La Mancha no tienen parangón”, por este motivo hacen un llamamiento a “no perjudicar a la calidad en favor de la cantidad”. Lo que sí que reconocen es que a pesar de que es más complicado cultivar variedades de calidad “extra” porque rinden hasta un 40% menos en planta, el precio que se les paga a los productores es irrisorio “2 céntimos más que por va-

riedades convencionales, lo que deberían ser por lo menos 10”, afirma Jiménez. Algo por lo que la Interprofesional va a seguir luchando.

En cuanto al precio, debido al incremento de los inputs necesarios para la producción del melón y la sandía como son el abono (un 250% respecto al año anterior), la luz (un 300%), el gasoil (un 250%), la mano de obra (un 20%), etc.... el precio de ambos productos va a aumentar un 30%, por lo que el kg de melón va a costar entre 0,34€ y 0,36 €/kg y la sandía

entre 0,23 €/kg y 0,25€. Por lo que, hace un llamamiento para que se aplique y se cumpla lo regulado por la Ley de la Cadena Alimentaria respecto a los costes de producción.

En Castilla-La Mancha se va a sembrar entre un 20% y un 30% menos de sandía



SANDÍA



multiplica el sabor

Peris

www.vicenteperis.com

es calidad



La sandía y el melón termorretractilado de IV Gama, protagonistas de la nueva temporada

El melón y la sandía vuelven a convertirse en los auténticos protagonistas de la temporada estival. Peris se adapta a los nuevos formatos y exigencias de sus clientes, con la IV Gama como mercado fundamental.

Con la llegada de la temporada de verano, las consultas a Peris por parte de los responsables de las cadenas de supermercados en relación a formatos de presentación de melón y sandía en mitades y cuartos van en aumento. Para adaptarse a los nuevos formatos y exigencias de sus clientes, la firma cuenta con su sala blanca, un recinto frigorífico situado dentro de su planta de producción situada en Albuixech (Valencia), donde trabaja con los productos de cuarta y quinta gama para asegurar en todo momento la seguridad alimentaria durante el proceso de manipulado de los alimentos.

Esta sala cuenta con cerca de 1.000 metros cuadrados de espacio técnico, en el que la temperatura se mantiene constante sin sobrepasar los 8°C y su aire se renueva cerca de 200 veces cada jornada, a través de exigentes sistemas de filtrado. El espacio también cuenta con mecanismos de higienización tanto para las superficies como para la maquinaria empleada.

Todo ello permite a Peris elaborar productos de cuarta gama en formatos adaptados a las necesidades de cada cliente, que en su mayoría suelen ser supermerca-

dos que quieren presentar una opción de 'comida rápida' saludable y de gran calidad a sus clientes.

Cambios legislativos

Sin embargo, los cambios legislativos previstos para el año 2023 obligarán a los puntos de venta a cumplir estrictas normas en la manipulación y presentación de las frutas y son muchas las cadenas de distribución que no podrán adecuar sus instalaciones a esta nueva normativa.

Otro punto delicado es la exposición de la fruta, que debe estar filmada y conservada en un espacio de frío a 4°C, generando una gran preocupación en los supermercados en relación a la rentabilidad por metro lineal que los espacios de frío dedicados a melón y sandía termorretractilados deben aportar. En este sentido, desde Peris auguran que la gran rotación de estas referencias generará espacios vacíos que los fruteros no siempre podrán rellenar.

Ante esta situación, se han aumentado la creación de salas de corte en el país, si bien la gestión de la fruta en el campo no está al alcance de todos. De manera

concreta, Peris ha finalizado recientemente las obras de los nuevos espacios de su sala blanca, aumentando prácticamente en un 80% el espacio especializado para la elaboración de IV Gama.

Y es que las ventas de melón y sandía de IV Gama han superado en muchas cadenas a las de las piezas enteras, dado que se trata de un formato más adecuado a las necesidades de consumo actuales y además permite al consumidor ver el interior de la fruta.

Pese a ello, la elaboración de IV Gama cuenta con el hándicap de las elevadas mermas que presentan en su elaboración, especialmente en momentos de mucho calor, ya que al partir la fruta, se pueden presentar imperfecciones que obligan a desechar piezas que en I Gama tendrían una venta segura. Sin duda, este factor hace también que los supermercados rehúyan de la elaboración en tienda ya que las mermas se disparan. Se trata, pues, de una tormenta perfecta, en la que se suman costes, higiene, recursos humanos, mermas y seguridad alimentaria, entre otros factores, y ante la cual la mejor solución es acudir a empresas especializadas.

Es imprescindible tener mucho control sobre la calidad de las plantaciones para seleccionar la fruta en su estado óptimo para IV gama y ello solo lo pueden gestionar especialistas en melón y sandía como Peris.



www.vicenteperis.es

Bazman F1 y Harmonium F1, el doble de posibilidades para satisfacer el consumidor



En BASF son pioneros en el desarrollo de variedades de sandía con doble aptitud, que sin renunciar al sabor, están indicadas para su consumo en fresco o mínimamente procesado.

Sabor, conveniencia y, más recientemente, salud son las tres grandes tendencias que han marcado la hoja de ruta del desarrollo varietal de sandía en los últimos años.

“Fuimos pioneros en desarrollar el concepto de doble aptitud”, recuerda Pere Montón, Account Manager Senior de sandía de BASF, quien explica que se trata de “variedades aptas para el mercado en fresco, pero también para un mínimo procesado”; esto es, en cuartos, mitades o porciones. Y todo ello sin renunciar a la calidad, condición sine qua non para garantizar el éxito de la sandía en el lineal.

Actualmente, son dos las variedades de BASF que mejor responden a este cometido: Bazman F1 y Harmonium F1. La primera es de mayor calibre que la segunda, y ambas cuentan con una gran calidad interna: su carne es roja, firme, y presenta una cavidad y traza seminal muy pequeñas, de modo que “garantizamos un corte limpio”. Y es que no se puede perder



de vista que, ahora sí, el consumidor ve, y valora, el interior de la sandía antes de comprarla, por lo que “debemos lograr que tenga un aspecto visual lo más atractivo posible”.

Con Bazman F1 y Harmonium F1, BASF pone en el mercado un producto de conveniencia, adaptado a las nuevas demandas del consumidor, que no renuncia al consumo de sandía, pero que busca tamaños más acordes a los de su unidad familiar y su nevera.

El éxito de Style F1


Hace más de 10 años que BASF introdujo en el mercado de sandía Style F1, una negra sin semillas para aire libre. Hoy esta variedad se ha convertido en todo un referente en su segmento, y lo ha hecho gracias a cinco cuestiones clave.


En primer lugar, se trata de una variedad muy productiva; destaca por su estabilidad en la floración y el cuajado de frutos, ofreciendo una producción homogénea; además resalta por su regularidad y longevidad; así como por su excelente calidad organoléptica, que mantiene hasta en las recolecciones más tardías.

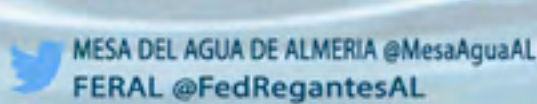
www.nunhems.com/es

FERAL

Federación de Regantes de Almería
EL AGUA ES VIDA ¡CUIDALA!

 Federación de Regantes de Almería @federacionregantesalmeria

 mesadelaguadealmeria@gmail.com



Anecoop celebra los 30 años de la sandía que cambió el consumo en Europa

La sandía Bouquet fue la primera sandía sin pepitas del mercado europeo. Desde su lanzamiento en 1992, Anecoop renueva cada año su liderazgo como el primer operador español de sandías en Europa, consolidando su posicionamiento como empresa pionera en la categoría.

Anecoop aprovechó su presencia en Fruit Logística para presentar la campaña comercial y promocional de uno de sus productos de referencia, la sandía sin pepitas, que ahora cumple 30 años. Una campaña que apela a los valores de la cooperativa y que se proyectan en su marca Bouquet, siendo su principal eje estratégico la defensa del medio rural y de las personas que viven y trabajan en él al apostar por un programa de producción 100% nacional.

“Hace 30 años fuimos capaces de dar la vuelta al consumo de sandía en Europa, y a lo largo de estas tres décadas hemos conseguido consolidar una categoría de producto que ha superado el principal freno para su consumo: las pepitas”, señala Alejandro Monzón, presidente de Anecoop. Este cambio en la percepción que el consumidor europeo tenía de la sandía, “nos ha permitido impulsar y desarrollar un programa de cultivo que abarca cuatro comunidades autónomas, en el que participan numerosos agricultores y sus familias y que por este motivo conlleva un importante valor social”, añade.

En estas tres décadas de sandías Bouquet, Anecoop ha comercializado 2,6 millones de toneladas de sandía, lo que equivale a más de 520 millones de piezas, ha generado 1.750.000 jornadas de trabajo en la España rural y ha realizado una inversión cercana a los 14 millones de euros en publicidad y promoción en diferentes mercados para dar a conocer el producto y posicionar la marca”.



Según Joan Mir, director general de la firma, “el reto para nosotros, que fuimos pioneros en el posicionamiento de una fruta convencional, es seguir manteniendo nuestro liderazgo. Para ello, y una vez realizada la planificación comercial de la campaña, hemos de centrar nuestros esfuerzos en llegar al consumidor de la manera más atractiva posible, poniendo en valor los atributos saludables del producto y la importancia que tiene su consumo como producto de proximidad para el medio rural”.

Anecoop espera comercializar esta campaña 155.000 toneladas de sandía

Campaña de promoción especial 30 aniversario: #PIONEROS

Previamente, la campaña de comunicación especial del 30 aniversario pone el acento en la actitud pionera de Anecoop como introductora de la sandía sin pepitas en el mercado europeo y en su misión de dar Raciones de Vida para el Campo, reconociendo el papel de la agricultura española.

La campaña, que supone una inversión en torno a los 850.000 euros, se desarrolla en España, Francia, República Checa y Reino Unido, con un calendario de acciones con los que pretende seguir abanderan-

do el atractivo de esta fruta y su carácter saludable, poniendo en valor los atributos que avalan a las sandías Bouquet: garantía, calidad, innovación, experiencia o disponibilidad son algunos de ellos.

Comercialización

Anecoop cerró el año 2021 con un volumen de sandía comercializado de 148.500 toneladas, una cifra récord pese a una campaña complicada, caracterizada por la climatología adversa, una mayor competencia y la preferencia por el producto local en mercados estratégicos.

En este contexto, la planificación de la producción es uno de los ejes fundamentales de la campaña comercial, adecuando los volúmenes de los diferentes tipos de sandía a la demanda del mercado. Para ello, se ha incrementado un 25% la comercialización de sandía negra sin pepitas y se ha confirmado la apuesta por las líneas de mayor valor añadido, como la sandía Bio y Bouquet Premium, reforzando, asimismo, el inicio y el final de la campaña para equilibrar el calendario.

Así, las expectativas comerciales para la presente campaña se sitúan en torno a las 155.000 toneladas, de las que el 42% proceden de Almería, el 39% de Murcia, aproximadamente el 12% de la Comunidad Valenciana y el 7% de La Mancha, que completa el calendario al final del verano.

www.anecoop.com

Por **Juan Herrera**. Periodista Agroalimentario | / @jherreraarenas



La producción de fruta de hueso se reduce un 31% en España

Las heladas de inicios del mes de abril merman las previsiones de cosecha de todas las frutas en las principales zonas productoras. Cataluña espera una caída del 70% de su producción respecto a una campaña con cifras normales.

Según datos de Cooperativas Agro-alimentarias de España relativos a la previsión de cosecha de fruta de hueso en España para la campaña 2022, se confirma que la producción global de fruta de hueso (melocotón, paraguayo, pavia y nectarina) en España caerá por tercera campaña consecutiva, alcanzando las 896.841 toneladas, es decir, un 31% menos que en 2021, año ya muy ligero en kilos, y un 39% menos que la media de los últimos 5 años.

Estos datos fueron presentados en Europech, en el marco de la feria MEDFEL, foro europeo en el que los representantes de los principales países productores de

la UE (Italia, Francia, Grecia, España) colaboran desde hace 30 años para poner en común su información sobre la estimación de la producción.

Producciones

Por productos, en nectarina, que supone el mayor volumen en el grupo de productos analizados, se alcanzarán las 323.039 toneladas, un 28% menos que en 2021; el melocotón, con 207.288 toneladas, sufrirá una caída del 26%; la pavia para la que se prevé un volumen de 181.904 toneladas, un 47% menos que la campaña anterior; y respecto al paraguayo continúa

la tendencia bajista, y pondrá en el mercado una producción de 184.610 toneladas, casi un 19% por debajo de la de 2021.

El presidente del Grupo de Trabajo de Fruta de Hueso de Cooperativas Agro-ali-

El sector espera repercutir de forma equilibrada a lo largo de la cadena el incremento de los costes de producción

mentarias de España, Javier Basols, además de la valoración cuantitativa, destacó los importantes daños ocasionados por las intensas heladas y de larga duración debido a la borrasca Círil, que atravesó España a comienzos de abril, el peor fenómeno meteorológico de carácter puntual sufrido por el campo en 42 años, y que ha afectado a las principales zonas productoras.

Un 70% menos en Cataluña

Una de estas zonas de referencia es Cataluña, donde Afrucat, la Asociación Empresarial de Fruta de Catalunya, y el Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural (DACC), han estimado una cosecha de fruta de hueso un 70% inferior con respecto a una campaña normal. Así, el potencial productivo catalán de melocotones y nectarinas se situará en 165.550 toneladas, siendo el segundo año consecutivo en que las incidencias meteorológicas afectan gravemente a la producción catalana.

Lleida cosechará un 70% menos de melocotones y de nectarinas (149.570 toneladas (t), Tarragona un 68% menos (12.050 t), Barcelona un 59% menos (2.500 t) y Girona un 22% menos (1.440 t). Las heladas de inicios de abril, las más virulentas de los últimos 40 años, estropearon gran parte de la producción. También en el mes de abril (los días 20 y 23), dos temporales de granizo dañaron algunas zonas productivas. La primera no causó destrozos significativos pero en la segunda se vieron afectadas cerca de 500 hectáreas.

En el caso de las producciones de cerezas, ciruelas y albaricoques, la previsión indica que la cosecha de cerezas y ciruelas también bajará drásticamente con un 36% menos de cosecha de cerezas -se prevé cosechar 5.287 toneladas-, y un 47% menos de cosecha de ciruela con una previsión de 2.622 toneladas. Asimismo, se prevé un retraso de entre 5 y 12 días en la cosecha en todo el territorio.

En cuanto al albaricoque, ya en abril se hicieron públicas las previsiones que anunciaban una pérdida del 67% en la cosecha catalana y un 85% en la cosecha de Aragón, con una estimación de cosecha de 2.970 y 2.988 toneladas respectivamente.

Caída en La Rioja

Otra de las principales zonas de producción que verá reducida de manera importante su cosecha es la Rioja, donde el

Por Marga López. Periodista Agroalimentaria | @Margalopez77

Previsiones de una campaña normal para la DOP Peras Rincón de Soto

Aún quedan algunos meses para que las peras bajo el marchamo de calidad DOP Peras Rincón de Soto lleguen a los lineales, sin embargo, sí podemos adelantar que, a fecha de mediados de mayo, las previsiones apuntaban a una campaña normal en producción, y excepcional en cuanto a calidad.

Las heladas que han sufrido muchas zonas de producción, que han afectado especialmente a la fruta de hueso, y en menor medida a la de pepita, no han condicionado por el momento el desarrollo productivo de los cultivos amparados por este sello de calidad. "Si bien hubo días que se registraron temperaturas bajo cero, pero fueron muy suaves, que apenas han hecho daño, y en determinadas zonas, donde sí se registraron algunas incidencias, el propio árbol ha expulsado esas flores dañadas, haciendo de forma natural una labora que habitualmente realiza el agricultor. Y es que aquí las temperaturas apenas bajaron de -1,5º, y, además, muchos de nuestros agricultores cuentan con sistemas de aspersión, que activaron en seguida para minimizar esos posibles daños", nos explica Sixto Cabezón, director general de la DOP Peras Rincón de Soto.

Así, las previsiones apuntan a una producción cercana a las 25.000 t, es decir, una campaña normal y completa, entre pera blanquilla y Conferencia, siendo esta última la mayoritaria dentro del sello de calidad.

Hoy la DOP Peras de Rincón de Soto aglutina la producción de 28 municipios de La Rioja Alta, Media y Baja, con una superficie amparada de más de 1.225 hectáreas. "Hay un gran potencial de crecimiento. Cada año, cuando el Consejo Regulador abre el periodo de registro, se suman nuevas hectáreas. Y es que poner en el lineal un producto de calidad, con un valor añadido como el que otorga el sello de calidad, es un reclamo para los clientes, especialmente en años como el actual, donde habrá poca fruta, y con precios altos. El consumidor quiere un producto premium", añade el director general.

20 años de historia

Esta campaña, la DOP Peras Rincón de Soto cumple 20 años, una ocasión que no quieren dejar pasar por alto. Por ello, han comenzado una campaña de comunicación centrada en mostrar cómo es la producción de peras amparada, desde la floración hasta la comercialización. Además, tienen preparados una serie de actos que nos irán desvelando en los próximos meses.





sector cifra pérdidas de hasta el 80% de su producción en algunas comarcas y variedades. A nivel global, el director general de la DOP Peras de Rincón de Soto, Sixto Cabezón, confía en que La Rioja mantenga un 70% de su cosecha habitual de melocotón y nectarina.

“En ciruela sí se espera una reducción importante de la producción, no solo por las heladas, sino porque el año pasado hubo una cosecha excepcional y este año se ha reducido por la propia vejería del árbol. Antes de las heladas, los frutales ya venían con pocas flores”. Así, se espera una reducción del 60% en el caso de la ciruela.

Mercados

Respecto al comportamiento del mercado, desde Cooperativas Agro-alimentarias se confían en que, pese a las presiones que está ejerciendo la gran distribución, el sector logre repercutir de forma equilibrada a lo largo de la cadena el incremento de los costes disparados tras la guerra en Ucrania que están soportando los agricultores y sus cooperativas, y que las cotizaciones que se alcancen compensen las pérdidas de productividad de la mayoría de las explotaciones.

Europa recupera su potencial productivo

Las circunstancias meteorológicas adversas no han afectado de igual manera al resto de países productores europeos, que han recuperado la “normalidad” productiva con 2.873.516 toneladas, un 9% por encima de la campaña 2021, al nivel de la campaña de 2020. Habría que retrotraerse a 2003, 1998 o 1997 para encontrar niveles de producción equivalentes.

Italia superará el 1.000.000 de toneladas gracias a una buena floración y cuajado de frutos en todas las zonas productoras, con 469.156 toneladas en melocotón, 536.731 toneladas en nectarina, y en pavia alcanzará las 74.721 toneladas.

Por su parte, Francia y Grecia también recuperan su potencial productivo alcanzando unos volúmenes para 2022 de 197.000 toneladas y 699.000 toneladas, respectivamente, es decir, un incremento del 20% y 70% respecto a la campaña 2021.

Durante Europech, España destacó la situación particular de la ciruela para la que se espera una significativa caída de la producción respecto a 2021, -14%, fundamentalmente en Aragón y Cataluña.

Por su parte, las estimaciones de la producción de albaricoque se sitúan en 58.791 toneladas (-37,4% comparado con 2021 y -50% respecto a las medias de las últimas cinco campañas).

PARTIDA
LOGISTICS
SINCE 1923

BREXIT
IMPORT >
EXPORT

REPRESENTANTE ADUANERO

(+34) 956 58 16 11 · apartida@partidalogistics.com · partidalogistics.com

Por J. Sanchis. Periodista Agroalimentario

Los productores europeos de fruta de hueso alertan de los problemas para atajar las plagas y hongos ante la escasez y distorsión de los fitosanitarios



El grupo de contacto de melocotón-nectarina-albaricoque formado por los principales países productores europeos como España, Francia, Italia y Portugal ha consensuado un informe sobre los problemas sanitarios y fitosanitarios en los cultivos de fruta de hueso, donde se describen las principales plagas y enfermedades en el sector, constatándose una vez más la dificultad que tienen los productores para atajar dichas plagas.

Hay una situación por tanto de plagas crecientes y recursos fitosanitarios decrecientes de lucha contra las plagas, por lo que es urgente actuar sobre este problema que amenaza la viabilidad de las explotaciones.

En el documento, que ha sido coordinado por Francia, se resumen las principales enfermedades que afectan al cultivo de fruta de hueso en Europa y los medios sanitarios y fitosanitarios que se pueden aplicar en cada país para luchar contra ellas. Se resume, además, para cada plaga las necesidades de los productores para luchar contra ellas.

En dicho informe se pone en evidencia, por un lado, las diferencias existentes en la disponibilidad de productos fitosanitarios entre los diferentes países de la UE, una problemática que debería solucionarse para que no haya Estados miembros que tengan menos recursos fitosanitarios que otros. Por otro lado, se puso en evidencia la necesidad de que los productores comunitarios puedan contar con medios fitosanitarios suficientes y eficaces para hacer frente a las plagas y enfermedades crecientes.

En esta línea, el grupo de contacto ha acordado difundir el informe ante los responsables comunitarios para que se adopten medidas, solicitando también a la Comisión Europea que frene la distorsión competitiva con los países terceros que se está produciendo en materia fitosanitaria, para que estos países adopten también las normativas que se exigen a los productores comunitarios, es decir, que exista una reciprocidad.

No hay que olvidar que el cambio climático es una realidad y que el sector agrario lo viene sufriendo de primera mano. El incremento de temperaturas, la falta de lluvia y los episodios de heladas o pedriscos son consecuencia directa en buena parte de la contaminación y el agotamiento de nuestro planeta.

En este sentido, las heladas por ejemplo provocaron recientemente graves daños en la fruta de hueso en España que han hecho descender la producción, especialmente en Aragón y Cataluña, mientras que en otros países productores como Francia, Italia y Grecia los daños no han sido elevados y se prevé un incremento de la producción.

La postcosecha no es ajena así a todos estos problemas: cambian las fisiopatías, los hongos y los cultivos. Todo lo anterior plantea nuevos retos; por un lado, el de conservar frutos que se han desarrollado en un ambiente cambiante y, por otro, el de ser más eficientes en el uso del agua y la energía -ante el brutal encarecimiento de estos costes-, prevenir la generación de residuos y también reducir el desperdicio alimentario. De hecho, la XX Jornada técnica de postcosecha celebrada en Lleida hace unas semanas, organizada por el IRTA, ha abordado todas estas cuestiones y los retos hacia los que debe dirigirse para encontrar soluciones y para discernir las realidades a las que hace y hará frente la postcosecha en los próximos años y cómo ésta debe evolucionar para darles una solución, mañana se celebra la XX Jornada técnica de postcosecha,

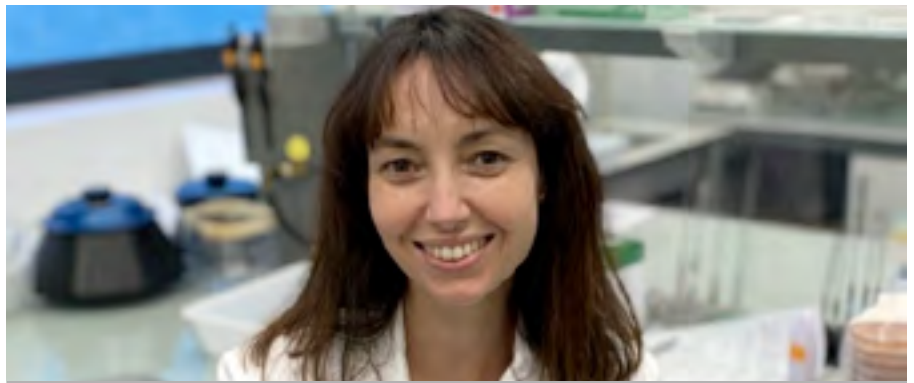
Existen numerosos tipos de problemas causados por virus, bacterias y hongos. De hecho, los organismos patógenos se cuentan entre los principales causantes de enfermedades vegetales. Especialmente importantes pueden ser en la postcosecha, momento en el que el almacenamiento y las condiciones de

conservación pueden generar el ambiente adecuado para su proliferación. Conocer los principales tipos de patógenos que pueden afectar a la cosecha nos ayudará a prevenir daños y pérdidas innecesarios.

No todos los agentes patógenos tienen la misma importancia ni provocan el mismo impacto. Por ello es necesario conocer cuales provocan ciertas enfermedades y cómo funcionan estas, con el fin de poner los medios adecuados para reducir el daño que provocan. Entender las causas nos ayudará a enfrentarnos a estas cuestiones con mayor eficacia.

Las pérdidas por postcosecha hacen referencia a aquellos frutos desperdiciados o en mal estado para el consumo que se producen entre la recolección y la llegada al punto de venta y suelen representar entre un cinco y un 25% de las cosechas. En términos generales las causas primarias de pérdidas se distinguen entre:

- **Mecánicas:** debidas a impactos, cortes, caídas, roces, o desgarros.
- **Medioambientales:** provocadas por la exposición a condiciones



Carla Casals. Especialista en enfermedades de postcosecha del IRTA

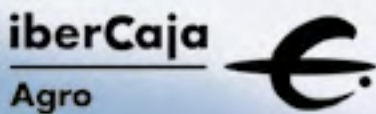
climatológicas como las heladas, el granizo, el sobrecalentamiento o la deshidratación dan lugar a grandes daños.

- **Fisiológicas:** comprenden desde las alteraciones originadas por la respiración y la transpiración de las frutas y las verduras, hasta la aparición de raíces, su envejecimiento antes de ser recogidas o las brotaciones.
- **Químicas y bioquímicas:** incluyen la aparición de toxinas y las contaminaciones a causa de productos químicos y pesticidas, así como en

cultivos de raíces la oxidación fenólica.

- **Biológicas y microbiológicas:** Provocadas por plagas y otras enfermedades que minan la salud de los cultivos, en especial en algunas épocas del año.

Aunque, existen muchas razones, las biológicas y microbiológicas (aquellas que se deben a los microorganismos patógenos) se encuentran entre las mayores causantes del desperdicio. Los árboles frutales de hueso sufren con frecuencia infecciones debido, principalmente, a su



SEGURO EXPLOTACIONES AGROPECUARIAS

Asegurar tu nueva tranquilidad

Protege instalaciones, ganado, maquinaria y existencias que se encuentren dentro de tu finca¹.

¡Contrátalo antes del 30/06/2022 y te regalamos un chaleco²!



EL BANCO DEL **vamos**

1. Coberturas sujetas al Condicionado General, Particular y Especial de la póliza contratada.
2. Chaleco multidobles confeccionado en tejido de lana con relleno acolchado y forro interior, de cuello alto y cremallera frontal entera. Cortavientos con elástico en las bocamangas. Promoción válida para contrataciones de un Seguro de Explotaciones Agropecuarias hasta el 31 de junio de 2022 o hasta agotar existencias (150 unidades) con una prima total de, al menos, 500€ anuales. Consulta condiciones en tu oficina de IberCaja. Seguros comercializados en la red de distribución de IberCaja Banco, S.A. por IberCaja Mediación de Seguros, S.A.U. (NIF: A78645647, domicilio social en Paseo de la Constitución nº 4, de Zaragoza y número de registro de la D.G.S.V.F.P. CV-0039), Operador de Banca Seguros vinculado. Entidad aseguradora: Caja de Seguros Balcánicas, Compañía de Seguros y Reaseguros, S.A. (CASER) (NIF: A28013050 y domicilio en Avenida de Burgos, 109 - 28050 Madrid). Concertado Seguro de Responsabilidad Civil. Consulta aquí las aseguradoras con las que se ha suscrito contrato de agencia.

alto contenido acuoso. La falta de cuidado en la manipulación durante la recolección y el contagio durante el transporte y almacenamiento (etapa de postcosecha) son las causas principales de las enfermedades en este tipo de cultivos.

Las principales enfermedades de los frutales de hueso en postcosecha

El principal peligro para la fruta de hueso durante la postcosecha es la presencia de determinadas especies de hongos: *Monilia*, *Rhizopus stolonifer*, *penicillium*, *Alternaria alternata* y *Geotrichum candidum*, entre otras. Todas ellas capaces de provocar pudriciones en la fruta potencialmente graves, hasta el punto de llegar a echar a perder cosechas en su totalidad. Este grupo de frutas es sensible a los factores exógenos que pueden limitar tanto su vida postcosecha como la calidad de la fruta.

Entre esos hongos patógenos en el mercado español los que mayores pérdidas provocan son:

La Monilia

Es la enfermedad de postcosecha causada por un hongo más importante en la fruta de hueso, responsable de la mayor parte de las pudriciones, particularmente en el melocotonero y manzano. La infección se inicia en el periodo de floración y se manifiesta normalmente antes de la recolección de la fruta, aunque, a menudo, puede aparecer en el periodo de almacenamiento. El clima influye en la incidencia del hongo. En un entorno favorable, con periodos de humectación prolongados y temperaturas suaves, las pérdidas en postcosecha de variedades tardías ascienden a más del 80% de la producción.

La vía de entrada de este hongo son pequeñas heridas en la planta, provoca-



Monilia en melocotón

das durante la recolección por la acción del hombre o de las inclemencias meteorológicas, pudiendo penetrar hasta los frutos y provocar su momificación. Normalmente, las frutas afectadas no llegan a caer del árbol, pero se secan totalmente, por lo que no son aptas para su consumo. Además de la momificación, otro síntoma muy común es la aparición de chancros (abultamientos).

Existen tres especies diferenciadas de *Monilia*: *Monilia fructigena*, *Monilia Laxa* y *Monilia fructicola*, siendo esta última la más extendida. Hace pocos años solo teníamos la *M. laxa* y *M. fructigena*, pero poco a poco la *M. fructicola* se ha introducido en nuestra zona productora pasando de estar presente en focos reducidos a estar mucho más extendida, y, pudiendo asegurar que ha desplazado en muchos casos a *M. laxa*, mientras que *M. fructigena*, prácticamente ha desaparecido.

Cabe destacar que la *M. fructicola* crece mejor a temperaturas altas y, por consiguiente, está más presente en los momentos de cosecha y *M. laxa* está mejor adaptada a temperaturas bajas, por lo que la encontramos preferentemente durante la floración.

El Rhizopus stolonifera

Es un hongo cada vez más temido por los agricultores que se dedican a los árboles frutales, por ser el causante de muchas pérdidas en postcosecha, pudiendo llegar a ser un hongo más dañino y contagioso incluso que la *Monilia*.

Puede causar grandes pérdidas debido a su resistencia en el campo y a su capacidad de infectar frutos sanos mediante la exudación de un fruto podrido y su transmisión por contacto con los frutos sanos. Este hongo es capaz de afectar desde el árbol hasta el fruto en diferentes estadios de desarrollo.

Llega a penetrar en el fruto sin necesidad de que haya una herida, aprovechando pequeñas debilidades provocadas por impactos mínimos o el efecto de la abrasión. Este hecho aumenta su peligrosidad. Además, tiene una gran capacidad para dispersarse con facilidad por el viento, las lluvias o las balsas de agua.

El primer síntoma de esta infección es un moho de un tono marrón que, de no controlarse rápidamente, acaba extendiéndose por todo el fruto, provocando

una descomposición interna que da lugar a una exudación líquida.

En los últimos años se ha constatado que la presencia de frutos afectados por *Rhizopus* ha aumentado. Se trata de un hongo que viene de campo y que generalmente se encuentra afectando frutos del suelo y, puntualmente, del árbol. Además, durante el periodo de postcosecha, *Rhizopus spp* puede crecer a temperaturas bajas y su podredumbre puede exudar líquidos que contienen enzimas que, en contacto con frutos sanos, facilitan la infección al hongo. Sin embargo, no conocemos su epidemiología y en los próximos años se tendrá que hacer un esfuerzo para mejorar el conocimiento de esta enfermedad como paso previo a definir las estrategias correctas de control.

Tendencias de futuro para controlar esas enfermedades

Carla Casals, especialista en enfermedades de postcosecha del IRTA, el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias de Catalunya, analiza en una publicación de Basf Agro España las tendencias del futuro para el control de estas enfermedades y señala que claramente se tiende a un control integrado por productos químicos junto con otras estrategias de control que no dejen residuos en la fruta, como es el caso de los agentes de control biológico. Desde el IRTA, y en el marco de un proyecto europeo BIOCOTES, se ha desarrollado un agente de control biológico compatible con la mayoría de los productos químicos que se aplican en el cultivo. Este microorganismo se podría integrar dentro de una estrategia de control química. Hay que destacar también que en el IRTA se ha desarrollado un abanico muy amplio de estrategias físicas de control de *Monilia* en postcosecha, como puede ser la aplicación de agua caliente, radiofrecuencias, microondas, curado, etc., con resultados muy esperanzadores, aunque todavía les falta el escalado para llegar a nivel comercial.

Es muy importante realizar, a juicio de esta experta, de forma muy precisa todas las acciones o prácticas culturales como, por ejemplo, la retirada de frutos afectados por la enfermedad -tanto del árbol como del suelo-, un buen aclareo o una buena aplicación de fitosanitarios.

Uno de los principales problemas ante estas enfermedades llega en el momento de cosecha. A menudo, cuando la fruta es cosechada no presenta síntomas; pero si

está infectada por el hongo, durante el periodo de postcosecha fácilmente se darán las condiciones favorables para su desarrollo, como si se corta la cadena de frío durante el transporte. Esto puede implicar devoluciones de partidas enteras. En nuestras zonas de producción habitualmente no hay problemas hasta 30-45 días antes de recolectar la cosecha, que es cuando se recomienda aplicar tratamientos fungicidas, siempre de forma paralela a un correcto manejo de la finca. Se recomienda aplicar los tratamientos siguiendo un modelo epidemiológico desarrollado por el IRTA que indica el riesgo de infección para optimizar la aplicación de los fungicidas en cuanto al número y momento de los tratamientos. Así podemos reducir de media un 50% el número de aplicaciones en campo. También podemos realizar un tratamiento de postcosecha.

Los principales problemas para Carla Casals en cuanto a la comercialización radican en que el producto es muy perecedero y tiene poca conservación en postcosecha. Por otro lado, los cambios legislativos, la restricción de materias activas registradas y la limitación del número de materias activas detectables, los LMR y otras imposiciones de los supermercados hacen muy complicado poder diseñar estrategias de control con un argumento científico/técnico.

Además de los patógenos, la cadena agroalimentaria somete al fruto a un estrés durante el periodo postcosecha que limita su vida útil. Los golpes y abrasiones sufridos en campo durante el desarrollo del fruto, más luego pasar por la línea de confección, los cambios de temperatura y las diferentes humedades acaban afectando a la turgencia de la fruta, así como a la piel.

Soluciones de DECCO Ibérica para evitar el desperdicio alimentario

Para minimizar estos desafíos que ponen en entredicho la viabilidad de la comercialización de frutales de hueso, provocando las consabidas pérdidas de alimentos, la empresa DECCO Ibérica ha trabajado para traer al mercado diferentes soluciones que faciliten la operativa del almacén y consiga comercializar el máximo de fruta que compra el almacén.

Las nuevas soluciones tienen que aportar valor mejorando los resultados que se obtienen sin ellas o bien facilitar su uso, es por ello por lo que en DECCO Ibérica tienen las siguientes novedades:

Para hacer frente a los hongos patógenos, en DECCO Ibérica cuentan con la primera y única solución con registro contra los patógenos que más afectan a la fruta de hueso:

- **DECCOpyr 400 SC:** Solución líquida basada en pirimetanil, una molécula de bajo perfil toxicológico que ha demostrado una gran eficacia contra los patógenos que más afectan a la fruta de hueso en postcosecha.

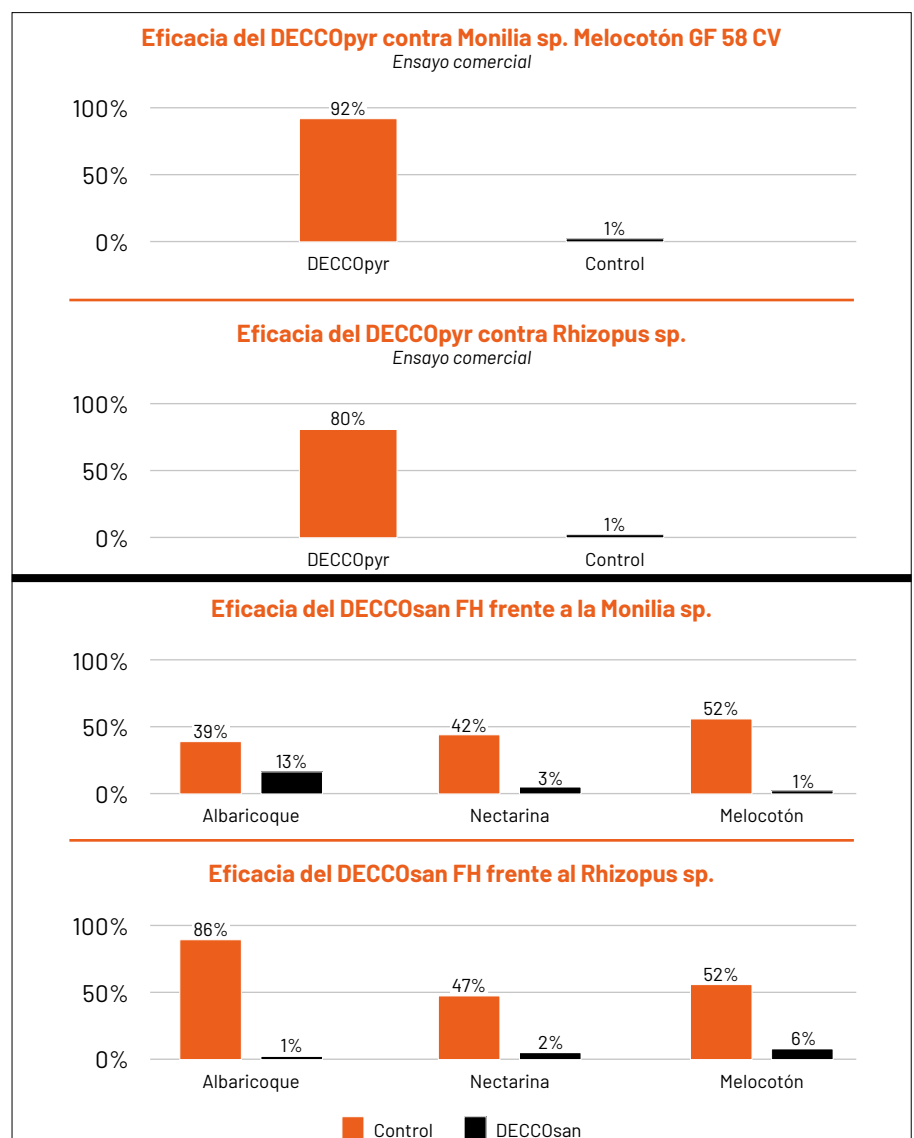
Para complementar el uso del DECCOpyr en línea en DECCO desarrollan la única solución fumígena para la fruta de hueso, el DECCOpyr Pot. Una solución eficaz y fácil de utilizar que se aplica en las cámaras.

La fruta de hueso tiene un alto componente de agua que la hace susceptible al ataque fúngico por lo que necesario com-

plementar estas soluciones fungicidas con potenciadores que complementen la acción antifúngica del Pirimetanil. En DECCO han desarrollado y adaptado el uso del:

- **DECCOsan FH:** Para la sanitización del fruto, así como del agua de la balsa. El DECCOsan es un potente oxidante con propiedades fungistáticas, cuyo doble método de acción sanitiza el agua, la superficie del fruto y complementa al DECCOpyr.

Sin embargo, estos tratamientos no llegan a cubrir el 100% del procesado hortofrutícola es por ello por lo que en DECCO han firmado un acuerdo estratégico con la empresa SevenOx para la instalación de sus equipos en las centrales hortofrutícolas que permiten una purificación ambiental 24/7. En DECCO Ibérica redoblan así su apuesta para reducir el desperdicio alimentario en fruta de hueso.



ESPECIAL FRUTA DE HUESO |

Recubrimientos postcosecha para la fruta de hueso de Fomesa

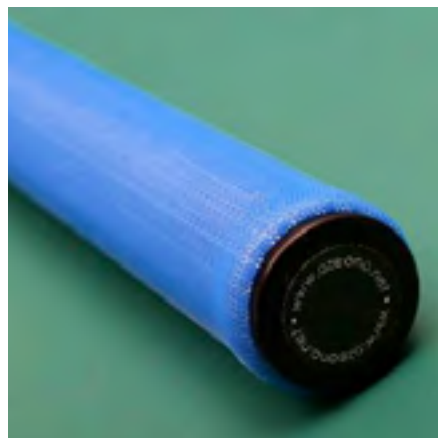
Fomesa Fruit tiene dentro de su gama de insumos para fruta de hueso, dos recubrimientos (Greengard-LE & Greengard-LC) que mejoran la presentación de la fruta y la protegen frente al castigo mecánico derivado de su manipulación y manejo en línea.

- Recubrimientos aptos para su uso en la UE según el Reglamento CE 1333/2008
- Greengard-LE: recubrimiento comestible
- Mejoran la presentación de la fruta de hueso
- Protegen frente al castigo mecánico derivado de su manipulación y manejo en línea
- Reducen la senescencia de la fruta reduciendo las pérdidas de peso

Como productos auxiliares Fomesa dispone de los termógrafos DeltaTrack y los absorbedores de etileno Ozeano.



Termógrafos Delta Track



Absorbedores de etileno Ozeano

| DRENCHER | ON-LINE (Bajo volumen) |
|------------------------|------------------------|
| 1-2% | 2-4% |
| 10-20 L / 1.000 L agua | 20-40 L / 1.000 L agua |



DESINFECCIÓN DE CÁMARAS, ALMACÉN Y TRANSPORTE (CAMIONES Y CONTENEDORES)

| PRODUCTO RECOMENDADO | COMPOSICIÓN | TIPO APLICACIÓN | DOSIS |
|----------------------|---------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|
| OXA-BIOCID ECO | Glutaraldehído estabilizado 10% | Máquina pulverización | 1-2 L / 100 L de agua |
| STERIBOX-FOG | Glutaraldehído Glioxal | Aerosol Descarga total | 750 ML / 1000 m ³ volumen |
| FRUITFOG-AC | Amonios cuaternarios | Bote fumígeno | 600 g / 1000 m ³ volumen |

| TIPO DE APLICACIÓN | PRODUCTO RECOMENDADO | DOSIS |
|---|----------------------|---------------------|
| Desinfectante de aguas en contacto con la fruta | FRUITCLOR | 2 L / 1000 L agua |
| | GREENAD-AP | 2.5 L / 1000 L agua |

FORMULACIÓN **ECOLÓGICA** DE POTASIO



Naturfruit®

Producto utilizable en
Agricultura
Ecológica



www.daymsa.com


Daymsa
Europe's leading producer of Leonardite



Huelva acoge el VII Congreso Internacional de Frutos Rojos el 22 y 23 de junio



7º CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS

La séptima edición del Congreso Internacional de Frutos Rojos, organizado por Freshuelva, se celebrará los días 22 y 23 de junio en la recién remodelada Casa Colón de Huelva, que acogerá el evento más importante que se celebra en torno a los berries en su vuelta a su fecha habitual de celebración en el mes de junio.

Tras un año 2020 en que la pandemia obligó a la suspensión definitiva de la celebración del VI Congreso Internacional de Frutos Rojos y un 2021 en que la celebración se trasladó finalmente al mes de septiembre, el comité organizador del mismo ha considerado que en 2022 se dan las circunstancias para que la séptima edición sea la de la vuelta a su celebración en la fecha más propicia, que representa el mes de junio.

Después del éxito en la organización de la pasada edición, la organización confía en que se vuelva a las cifras de exposición, participación y asistencia de las ediciones anteriores a la pandemia, en que se llegaron a alcanzar los 1.300 congresistas, que ahora podrán disfrutar de una renovada Casa Colón a disposición del Congreso gracias a la colaboración del Ayuntamiento de Huelva.

Este VII Congreso reunirá a representantes del sector de los frutos rojos, a las empresas que conforman la producción y comercialización de estos cultivos, así como a las empresas que prestan servicios o distribuyen productos de aplicación y uso directo en esta actividad.

Un sector en continuo cambio

El sector de los frutos rojos en la provincia de Huelva vive un punto clave para definir el presente de estos cultivos y, sobre todo, marcar el futuro más inmediato y sus retos a largo plazo. La necesidad de impulso permanente a este sector clave para la economía de Huelva, la incidencia de las negativas últimas campañas y el nuevo marco socioeconómico que, a nivel de ventas, exportaciones y rentabilidad, están abriendo los cultivos de frambuesas, moras y arándanos, hacen necesario un foro de análisis permanente que aborde año tras año la situación real del sector de los frutos rojos y las oportunidades de mejora más importantes que se le presentan.

En este marco, nació en 2015 de la mano de Freshuelva el I Congreso de Frutos Rojos especializado en un sector que se ha transformado y ha abierto nuevas posibilidades de negocio al tradicional cultivo de la fresa gracias a la incorporación de otros, como la frambuesa, la mora o el arándano.

Un encuentro clave

El Congreso de Frutos Rojos es ya el encuentro más importante que celebra de forma conjunta el sector de los berries de la Unión Europea y con una repercusión muy importante a nivel mundial. Su crecimiento continuo lo han convertido en un

evento clave para las empresas que centran su actividad en la producción, comercialización y exportación de frutos rojos, así como para las empresas que interactúan con este sector como proveedores de productos y servicios.

Organización

El VII Congreso de Frutos Rojos está organizado por Freshuelva, como asociación que aglutina al mayor porcentaje de productores y exportadores de frutos rojos y a las empresas con más dimensión y actividad dentro de este sector y encargada de confeccionar la propuesta de contenidos de este.

Asimismo, el Congreso cuenta la colaboración institucional del Ayuntamiento de Huelva, la Diputación de Huelva y la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, a la que se une Extenda - Andalucía Exportación e Inversión Extranjera, que aportará su experiencia en la internacionalización y las exportaciones empresariales. Además, el apoyo de la Fundación Caja Rural del Sur como patrocinador principal exclusivo pone el acento en la gran dimensión e importancia de este evento para la provincia de Huelva, que se convierte en el epicentro mundial de los frutos rojos.

El VII Congreso de Frutos Rojos tendrá cuatro áreas de actividades:

- **Palacio de Congresos.** En el interior de la Casa Colón, se ubica el Palacio de Congresos, donde se desarrollará el programa oficial de conferencias. Con capacidad para 850 personas, dispone de los recursos técnicos requeridos para celebrar acontecimientos de estas características.
- **Espacio expositivo.** La Sala 100, el Patio de las Bolas, los Salones y Jardines de la Casa Colón, des-



Caja Rural del Sur, patrocinador principal

La Fundación Caja Rural del Sur ha renovado su compromiso con el Congreso Internacional de Frutos Rojos y será de nuevo el patrocinador principal exclusivo de este evento, merced al convenio firmado por los presidentes de la Fundación Caja Rural del Sur y Freshuelva, José Luis García-Palacios Álvarez y Alberto Garrocho, respectivamente.

El presidente de la Fundación Caja Rural del Sur destacó que “para nuestra entidad esta colaboración que renovamos año tras año, parte del convencimiento absoluto de que el sector de los frutos rojos es un generador de riqueza para nuestra provincia y como cooperativa de crédito queremos estar al lado de las empresas para apoyarlas en sus necesidades de financiación y proyección internacional”.

Por su parte, el presidente de Freshuelva, que estuvo acompañado por el gerente, Rafael Domínguez, agradeció a la Fundación el apoyo que siempre ha prestado al sector y, en particular, a la organización de este Congreso, que afronta ya su séptima edición, la que confió en que suponga la vuelta a la normalidad tras dos años de pandemia.

Alberto Garrocho se mostró “muy ilusionado” con la celebración de esta séptima edición, en la que se espera la asistencia de más de 1.200 personas y la exposición de más de 50 empresas, para los que se están configurando unas jornadas técnicas “muy interesantes” en las que se abordarán los temas que más preocupan al sector con ponentes muy importantes a nivel internacional.

de los cuales se accede al Palacio de Congresos, serán los espacios destinados a las empresas y a los expositores especializados en las actividades, productos y servicios ligados al cultivo de los frutos rojos.

- **Conferencias técnicas.** La Sala A y la Sala B, otras de las dependencias del complejo ubicadas junto al Palacio de Congresos, acogerán las presentaciones técnicas.
- **Encuentros.** El Pabellón de Levantes es el espacio que alberga las re-

uniones, encuentros y sesiones de intercambios empresariales.

El programa técnico del evento abordará, entre otros temas, aspectos de sumo interés para el sector como las nuevas posibilidades de los mercados internacionales para los frutos rojos, la apuesta decidida por la sostenibilidad y la responsabilidad social del sector dentro del marco de los ODS, la promoción de sus cualidades saludables, así como los principales proyectos innovadores que marcan el futuro de los frutos rojos.

AGRO

Formulación y comercialización de fertilizantes líquidos, abonos compuestos, especiales, fitofortificantes y fitosanitarios.

INDUSTRIAL

Formulación y comercialización de materias primas, productos finales y soluciones medioambientales para diferentes sectores. Manejo de fertilizantes líquidos (tanques, depósitos y sistemas de riego), pulverización electrostática, lanzas y polen.

LOGÍSTICA

Tránsito, envasado, paletizado, almacenamiento y manipulación de fertilizantes, fitosanitarios y productos industriales.



+ info

Descubre nuestras líneas de negocio.
Hemos creado un ecosistema multidisciplinar con base en la industria auxiliar de la agricultura.



Artículo de opinión de Francisco Sánchez. Gerente de la cooperativa Onubafruit

¿No merecen los productores una retribución justa?

Alguna vez, desde mi oficina, me quedo viendo y escuchando al equipo que tenemos en la empresa que dirijo y pienso: algo hemos hecho bien.

Me complace ver que es gente profesional y comprometida, con fuerte sentimiento de pertenencia y una relación estrecha y dinámica entre departamentos. Escucho, en ocasiones, sus ruidosas risas y en otras sus ruidosos lamentos; la campaña fluye con sus cosas buenas y sus cosas malas, pero para los que nos dedicamos a esto es otra campaña más, no hay dos iguales, lo que se mantiene es el trabajo y la responsabilidad.

Tenemos a nuestras espaldas el trabajo de mil y pico familias que viven de la agricultura y eso, a veces, pesa mucho y otras, gratifica más.

En los últimos 15 años, hemos visto evolucionar las dinámicas de trabajo, aunque me gusta comprobar cómo se conserva la esencia de los agricultores que nos acompañan desde el principio (que son la mayoría). Ahora tenemos un desarrollo varietal que nos ayuda a ser más competitivos, tenemos asesoramiento en el manejo de las explotaciones con tecnología aplicada para reducir los costes y el impacto medioambiental de nuestra actividad.

“A los agricultores les preocupa la rentabilidad, pero, además, les preocupa la continuidad, el futuro, el relevo generacional”

A los agricultores les preocupa la rentabilidad, pero, además, les preocupa la continuidad, el futuro, el relevo generacional, lo que puedan dejarles a sus hijos y pensando en eso es que sus esfuerzos los emplean en prosperar, seguir innovando, diversificando, cumpliendo con los doscientos mil requisitos diferentes que imponen los distribuidores y las invitaciones a proyectos de última hora.



Francisco Sánchez. Gerente de la cooperativa Onubafruit

Pensando en ellos y en todos los que formamos la familia Onubafruit y siguiendo las tendencias de los consumidores, de la prensa, de los compradores... he caído en la cantidad de colectivos que “velan” por el buen hacer en la industria agroalimentaria y en que a ninguno de ellos los hemos oído protestar porque los precios de la fruta en los supermercados sean bajos.

¿Es que acaso los productores no merecen una retribución justa? ¿Alguien ha pensado en si son alcanzables para los

“En los últimos 15 años, hemos visto evolucionar las dinámicas de trabajo”

productores la multiplicidad de trámites que se les exigen? ¿Asumimos la alimentación como algo tan básico que no percibimos lo vital que es tener productores?

www.onubafruit.com

Herogra Group: Un modelo de negocio donde convergen la agricultura y la sostenibilidad

Con más de 100 años de experiencia a nuestra espalda, nos sentimos más jóvenes que nunca y abrazamos una nueva etapa en la que queremos estar más cerca del agricultor.

Una nueva etapa en la que nos dirigimos a ti como una corporación global por y para la agricultura, que integra cada una de nuestras líneas de negocio para ofrecerte los mejores servicios y know how

gracias a nuestra estrategia basada en sinergias y mejora continua.

Con estas líneas de negocio, agrupadas según su pertenencia a la división agrícola, industrial o logística, hemos creado un ecosistema multidisciplinar

con base en la industria auxiliar de la agricultura y una filosofía común, #BeyondAgriculture, que trata de poner en valor la importancia de la agricultura y cómo influye en la sociedad.

Nuestro futuro es el presente, por ello, siguiendo la premisa de renovarse o morir, de evolucionar, dar vida y en definitiva crecer, hemos apostado todo para transmitir aquello que tanto nos caracteriza, nuestra esencia, nuestro origen, la marca Herogra.

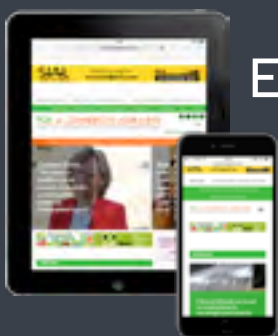
Bienvenido a nuestra familia, bienvenido a Herogra Group.

www.herogragroup.com



eCA
eCOMERCIO
AGRARIO

eCOMERCIOAGRARIO.COM



El mundo agro
en tus manos

Periódico digital de actualidad política y económica del sector agrario internacional

Síguenos en:  @eComercioAgr  @ecomercioagrario

Suscríbete a nuestros boletines

Daymsa nos presenta las nuevas aplicaciones de EFICAL^{WSP} vía riego en fresa



Daymsa continúa su apuesta con EFICAL^{WSP}, una solución nutricional para hacer frente a las deficiencias de calcio sobre la calidad de la cosecha y vida post-cosecha en fresas.

EFICAL^{WSP} es un bioestimulante con alta riqueza de calcio asimilable que consigue aumentar la calidad y durabilidad postcosecha de las frutas y hortalizas. Para mejorar la vida de la cosecha es clave aumentar el nivel de calcio en la pared celular ó "calcio ligado". Se puede cuantificar mediante un análisis específico de moléculas de pectatos de calcio.

Modo de aplicaciones de EFICAL^{WSP}

El ensayo de EFICAL^{WSP} en fresa vía riego se ha llevado a cabo en Moguer (Huelva) en la variedad Fresa Rábida, una de las más comunes cultivadas en Andalucía. Se ha llevado a cabo por técnicos de la empresa de ensayos ANADIAG.

El objetivo fue evaluar el contenido en calcio total y calcio ligado en el fruto para ver su influencia en la calidad de la fruta en cosecha y post cosecha. Los politúneles del ensayo tenían lomos de 85 metros con 800 plantas. Un total de 9,5 plantas por metro cuadrado. Se realizaron 4 aplicaciones de 4kg de EFICAL^{WSP} vía riego cada 15 días empezando el 1 de febrero.

Muestra de los análisis

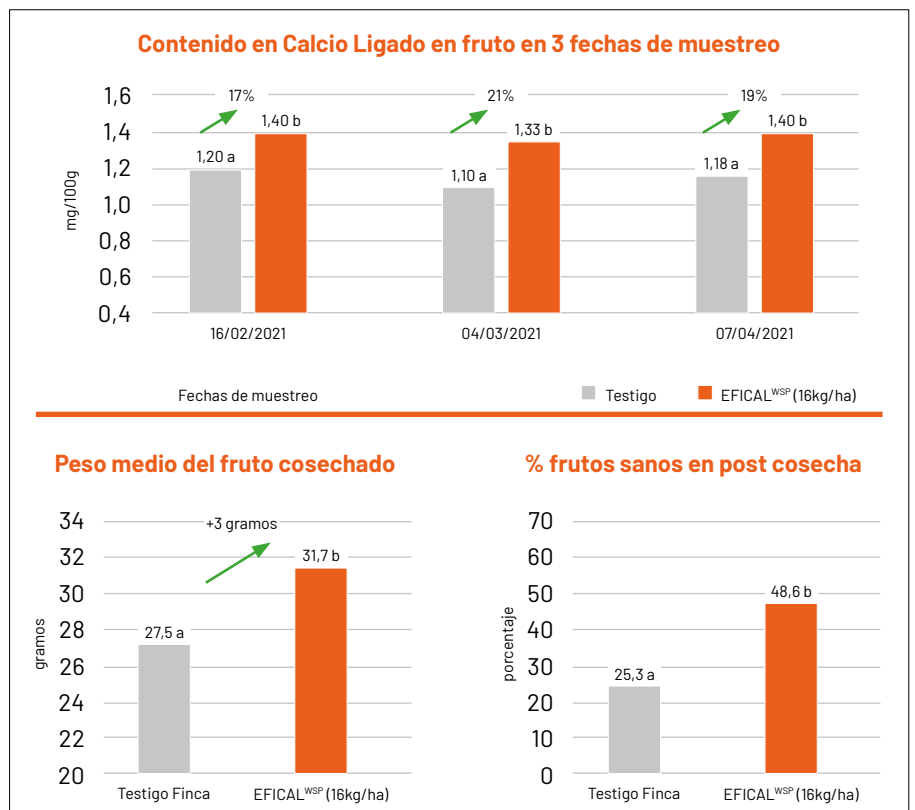
Se midió en laboratorios especializados el contenido de calcio total y ligado en muestras de fruto en diferentes fechas durante el ensayo. Los resultados del 16 febrero recibieron su última aplicación de Eficál^{WSP} el 1 febrero, es decir, 15 días antes. Se midió un aumento en el contenido de calcio ligado en los frutos respecto al testigo correspondiente a un 17% más. Este dato es muy interesante porque la aplicación de Eficál^{WSP} se realizó 15 días antes del muestreo lo que quiere decir el aporte de calcio extra de Eficál^{WSP} ha sido duradero en el tiempo.

El siguiente muestreo para análisis de calcio se realizó el 4 marzo (cosecha tres días después de haber recibido una aplicación de Eficál^{WSP}). Se puede ver un aumento en el contenido de calcio ligado en los frutos respecto al testigo correspondiente a un 21% más. Un dato muy positivo que refleja que el calcio aportado con EFICAL^{WSP} llega al fruto de manera rápida.

Conclusiones

Las aplicaciones de EFICAL^{WSP} via riego que se realizaron en este ensayo en el cultivo de fresa, demuestran que el efecto tras la aplicación fue rápido y mantenido

en el tiempo, pudiéndose observar un aumento del contenido en calcio total y calcio ligado. Esto se tradujo en una mayor consistencia del fruto en cosecha y mayor peso de la fresa (+3 gramos de promedio). En post cosecha se observó un frenando la pérdida de peso entre un 17% y un 30% así como un aumento de frutos sanos sin podredumbre.



Somos tradición, somos pasión, somos evolución.
We are tradition, we are passion, we are evolution.

Onubafruit.

Grow along



onubafruit.com in   



Por **Ana Herrera Moreno**. Periodista agroalimentaria | @anaherreramoren

Los productos ecológicos andaluces conquistan los mercados



Fresa ecológica en invernadero de Flor de Doñana, en Huelva

El sector ecológico hortofrutícola andaluz lidera los mercados europeos y nacionales en un contexto en el que la producción ecológica agroalimentaria no para de crecer en España y, sobre todo, en Cataluña, Andalucía, y Comunidad Valenciana, con una clara tendencia al alza.

Lo Bio está de moda. Constituye un sector clave y estratégico para la economía española, y una herramienta absolutamente imprescindible para el medio ambiente. No en vano la producción ecológica es el único sistema reglado que contribuye a combatir el cambio climático. Y es sinónimo de sostenibilidad, seguridad, salud y bienestar.

Los datos del último Informe Anual de la Producción Ecológica en España 2022, presentado por Ecovalía, constatan cómo este sector ha ido ganando terreno.

En 2020 la superficie ecológica certificada en España alcanzó casi los 2,5 millones de hectáreas, sexta posición

mundial y segunda europea. En 2021 ha registrado 53.325 operadores ecológicos, con un crecimiento del 26% en los últimos cinco años. El 83% de los operadores corresponde a productores primarios.

Y entre los cultivos que más crecen en ecológico, destacan por la superficie que ocupan, tras el olivar, que es el primero en el ranking, los viñedos, patatas, frutales, hortalizas, cítricos y subtropicales. Además, respecto a las industrias de producción vegetal, sobresalen justamente las de frutas y hortalizas, que abarcan el 37%.

Lo ecológico conquista ya los mercados. Pero aún tiene un enorme potencial por desarrollar y muchos retos por supe-

rar. Entre ellos, el sector apunta como prioridades, un mayor apoyo de las administraciones públicas y el incremento del consumo, aún muy lejos por ejemplo de Suiza, que está a la cabeza.

Producción ecológica en el punto de mira de Europa

Europa se ha propuesto dar un impulso definitivo a la agricultura ecológica. La futura PAC 2023-2027 ya tiene consignados casi 838 millones para el mantenimiento y apoyo de la agricultura ecológica dentro del Plan de Desarrollo Rural.

La producción ecológica agraria se ha convertido en el centro de atención en la política europea, que ha impulsado la estrategia "De la Granja a la Mesa" y la de "Biodiversidad".

El Pacto Verde europeo persigue la reducción del uso de plaguicidas en un 50%. Por ello, la producción integrada y el control biológico han cogido impulso en las explotaciones andaluzas. Y también las empresas especializadas en sanidad vegetal, que han intensificado sus esfuerzos por ofrecer soluciones biológicas y naturales para la agricultura ecológica.

Y la pretensión de la Unión Europea es que, para 2030, el 25% de la superficie útil agraria de Europa sea ecológica.

España, contabiliza en la actualidad un 10% de superficie agraria útil ecológica, por lo que necesitaría aún, según el Informe de Ecovalia, 4 millones más de hectáreas de superficie ecológica para 2030. Y apunta que se deberían duplicar los operadores y el consumo. Así, por ejemplo, en 2021 el consumo de productos ecológicos per cápita estimado fue de 58,15 euros, debiéndose alcanzar los 107 euros por habitante y año en 2030. También el valor del mercado, debería pasar de los 2.752 euros estimados en 2021 a los 7.500 millones en 2030.



Andalucía, líder en el sector ecológico

Andalucía lidera en España el sector ecológico superando ya los objetivos europeos. En el mercado ecológico, los principales productos de origen vegetal son las hortalizas, frutas frescas y cítricos. Y todos ellos se producen generosamente en Andalucía, representando el 25% de la cesta ecológica.

Según datos del gobierno andaluz, en 2021, la superficie agraria útil ecológica de la comunidad ha alcanzado el 29,7%, sobrepasando así, casi en 5 puntos, y con ocho años de anticipación, los objetivos marcados para 2030 por la Unión Europea.

Andalucía se consolida, por tanto, como la región que lidera la agricultura ecológica en Europa gracias al buen hacer de sus productores.

Sergio López, nuevo responsable del Área de Ecológico de COAG Andalucía, ha puesto en valor esta "evolución más que positiva" del sector ecológico en Andalucía. Pero advierte que "aún queda mucho trabajo por hacer". Según las perspectivas de esta organización agraria, "la tendencia de los mercados apunta que este crecimiento seguirá al alza".

En toda Andalucía crece la superficie y producción ecológica. Ya se han alcanzado casi 1,4 millones de hectáreas y se cuenta con 21.551 operadores, lo que ha supuesto una subida en el último año del 24,7 % y 24,0%, respectivamente. De

modo que más de un tercio de los operadores de ecológico de España son andaluces.

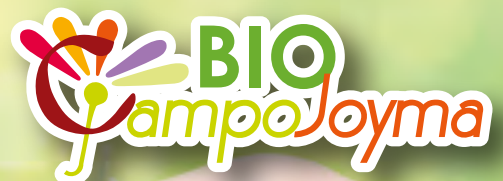
El sector hortofrutícola andaluz está disparando estadísticas de crecimiento ecológico, y destacando en producción de hortalizas, subtropicales y cítricos. Estos últimos han aumentado su superficie nada menos que un 67% en los últimos cinco años.

Los cítricos ecológicos han aumentado su superficie un 67% en los últimos cinco años

Almería, líder del sector hortofrutícola ecológico

Almería es la provincia que lidera absolutamente el cultivo ecológico de hortalizas en España y en Europa, donde llena las cestas de tomates, pepinos, calabacines, berenjenas, melones y sandías. Y es además un referente de producción eficiente y sostenible.

El crecimiento de los cultivos protegidos ecológicos en esta provincia ha sido muy fuerte. En 2021 casi alcanzaba ya las 4.500 Has, lo que supone un aumento, desde 2013, del 979,3 %.



Buenos por Naturaleza



Invernadero ecológico de sandía en el poniente almeriense

Y ello, en parte, por las numerosas ventajas que conlleva, como la adaptación a la demanda proveniente de los mercados del centro y norte de Europa, la polinización natural o el control biológico de plagas, en la que Almería es pionera.

Según Sergio López, los datos ponen de manifiesto “la capacidad de adaptación de la agricultura andaluza y del sector hortofrutícola. Muy especialmente en la provincia de Almería, que responde así a las necesidades y demandas del mercado, tal y como lo hizo también en su día con la implantación del sistema de control biológico”.

COAG Andalucía se plantea retos inmediatos para impulsar el sector de lo Ecológico, como “la aplicación del nuevo reglamento europeo sobre agricultura ecológica, que ha entrado en vigor el 1 de enero de 2022, la evaluación del modelo de certificación de la región y una decidida apuesta por la formación sobre producción ecológica”. Además, esta organización agraria reclama al gobierno andaluz “que intensifique y agilice las ayudas para impulsar la agricultura ecológica”.

Y como ejemplo de crecimiento de lo ecológico en el sector hortofrutícola almeriense, la cooperativa Murgiverde, de

la que es miembro Sergio López, situada en El Poniente, y cuya superficie en ecológico y en reconversión ya alcanza el 70%.

ASAJA-Almería, a través de su secretaria general, Adoración Blanque, también coincide en que en los últimos 5 ó 6 años, la producción de hortalizas ecológicas en Almería se ha incrementado de forma considerable, “especialmente en tomate y pepino. Este auge viene marcado entre otros motivos por una necesidad de atender la demanda creciente del mercado europeo, que es mayor consumidor de ecológico que nuestro país, y además por la búsqueda de mayor rentabilidad por parte del agricultor de frutas y hortalizas, que apuesta cada vez más por especialidades buscando una diferenciación que le permita obtener mejores precios”.

Los productos bio, cada vez más presentes en los lineales, son demandados y apreciados por los consumidores

Y advierte que, “la producción ecológica tiene sus dificultades, especialmente en términos de productividad, ya que la producción eco proporciona un menor número de kilos en la cosecha, lo que hace necesario que se garanticen unas cotizaciones dignas, ya que este modelo productivo requiere más especialización en el manejo del cultivo”.

ASAJA-Almería considera que el sector ecológico tiene potencial de crecimiento por una demanda cada vez mayor, pero que es vital que se garantice a los agricultores la rentabilidad necesaria para poder seguir creciendo y manteniendo sus explotaciones.

Crecimiento e internacionalización del sector en Sevilla

Y de Almería a Sevilla. Aquí nos encontramos a Biovegs, empresa agrícola dedicada en exclusiva a cultivos ecológicos. Sus tierras, en la localidad sevillana de Aznalcázar, están en un enclave privilegiado, a las puertas de Doñana. Se trata de todo un referente en el sector de hortalizas ecológicas.

Biovegs cuenta con unas 350 hectáreas de superficie de producción ecológica de boniatos, zanahorias, calabaza y

En el mercado ecológico, los principales productos de origen vegetal son las hortalizas, frutas frescas y cítricos

brócoli. Pero destaca especialmente por ser una de las mayores productoras de patata ecológica de Andalucía.

Marco Román, gerente de Biovegs, destaca, entre las claves de su éxito "la estrategia empresarial de enlazar los distintos ciclos de cultivo, lo que permite ofertar a los clientes europeos productos frescos y de calidad durante los doce meses del año". Además -añade- "se trata de llegar los primeros a Europa para ganar en competitividad y conseguir buenos precios. Exportamos a toda Europa cultivando a demanda y programando las entregas, de forma que, en tan sólo tres días, las hortalizas y patatas que salen de esta tierra estarán frescas en las grandes superficies europeas".

Marco Román asegura que "el presente y el futuro pasa por apostar firmemente por la agricultura ecológica, ya que contri-

buye a la sostenibilidad medioambiental, económica, laboral y social".

Impulso de los frutos rojos ecológicos en Huelva

Huelva es otro ejemplo de la fuerza y empuje del sector ecológico, donde los frutos rojos no paran de ganar terreno.

Rafael Domínguez, Gerente de Freshuelva, destaca los datos del Ministerio de Agricultura, referidos a 2021, que contabiliza "1.650 hectáreas de frutos rojos en producción ecológica y 9.060 en agricultura integrada, lo que significa que el 90% de nuestros cultivos trabajan en favor de la sostenibilidad, que es la perfecta aliada con la calidad y el sabor para situar a nuestros berries en un lugar privilegiado en el consumo de los países europeos".

Cada vez son más los productores que se animan en Huelva a cultivar en ecológico. "Hay empresas que son todo un referente en producción ecológica, como lo ponen de manifiesto diferentes reconocimientos, tal es el caso de nuestra empresa asociada, Flor de Doñana. También hay que destacar la apuesta decidida por la producción en ecológico de las empresas productoras de arándanos, atendiendo así a las demandas de los mercados".

En Huelva, las explotaciones se caracterizan por la diversificación de cultivos, la sostenibilidad y la innovación. Y ejemplo de ello es la empresa Plus Berries Agro-Martín, con tres décadas de historia y afincada en Lepe. Cuenta con la certificación "residuo cero" para su fruta de hueso, y produce en ecológico fresas y cítricos, priorizando el control biológico y las hierbas aromáticas para luchar contra las enfermedades y plagas.

Los productos bio, cada vez más presentes en los lineales, son demandados y apreciados por los consumidores, representando un valor añadido y una apuesta por la Salud y el Medio ambiente. De ahí que las empresas del sector intensifiquen su inversión en I+D+i. Y que su labor se vea complementada con el trabajo de investigación y desarrollo de centros públicos como las universidades, el Instituto de Formación Agraria y Pesquera de Andalucía (IFAPA) o el CSIC. También con el de centros tecnológicos privados como Las Palmerillas o Tecnova en Almería.

En definitiva, todo el sector está unido en un esfuerzo común. Para seguir impulsando la agricultura ecológica, que es eficaz, productiva y rentable, además de segura, saludable y sostenible. En definitiva, que es presente y futuro.

hortamira
S. COOPERATIVA LTDA.



www.hortamira.coop

Ctra San Cayetano, s/n 30739 El Mirador - San Javier (Murcia) - Tel. 968 174 192 Fax. 968 174 083

El sector ecológico de la Comunitat Valenciana consolida su tendencia al alza

La superficie dedicada a la agricultura ecológica en la Comunitat Valenciana representa el 20,5% de la Superficie Agraria Útil, cerca del 25% marcado por Europa para 2030.

La consellera de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, Mireia Mollà, acompañada por el secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural, Roger Llanes, del director general de Desarrollo Rural, David Torres y del presidente del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana (CAECV), Vicente Faro, presentó recientemente los datos del Informe Anual de la Producción Ecológica de la Comunitat Valenciana 2021.

En el transcurso de la rueda de prensa, se presentaron los datos de evolución del sector durante los últimos años, haciendo especial incidencia al número de agricultores, empresas e importadores que se dedican a este sistema de producción.

Además, también se dieron a conocer, entre otros muchos datos, el número de hectáreas certificadas en producción ecológica y lo que representan frente al total de la superficie agraria de la Comunitat Valenciana; los cultivos que cuentan con mayor representación y los mercados de destino, las principales comarcas productoras, así como el volumen de negocio que el sector ecológico mueve en nuestro territorio.



Operadores ecológicos

La Comunitat Valenciana cerró 2021 con 4.263 operadores. Esta cifra supuso un incremento del 20,2% en el último año y del 113% en los últimos 10 años, al pasar de 1.994 operadores en 2011, a los 4.263 actuales. Si se hace referencia al número de productores (agricultores, ganaderos, viveristas y productores acuícolas), en 2021 hee crecimiento fue del 24%, alcanzando los 3.358.

En cuanto al número de empresas, 2021 cerró con 809 empresas, 61 más que en 2020, lo que supone un incremento del 8,1%. El número de importadores en 2021 fue de 96, 7 más que en 2020, lo que supone haber incrementado en un 7,8%.

Superficie certificada

La superficie certificada en 2021 fue de 153.503 hectáreas, un 4,5% más que en 2020. Del total de la superficie certificada, 133.547 hectáreas es superficie certificada de secano y el resto, 19.956 hectáreas, de regadío. En los últimos 10 años, la superficie certificada en la Comunitat Valenciana se ha incrementado en un 134,5%, al pasar de 65.461 hectáreas certificadas en 2011, a las 153.503 actuales.

En estos momentos, la superficie dedicada a la agricultura ecológica en la Comunitat Valenciana representa el 6,6% de la Superficie Agraria Total y el 20,5% de la Superficie Agraria Útil, cuando al cierre de 2020 la superficie agraria total era del 6,3% y la útil el 17,9%. Hay que recordar que la Comisión Europea ha marcado como objetivo que, en 2030, el 25% de la superficie de cultivo total de Europa sea ecológica.

Datos generales

La agricultura ecológica está presente en el 86% de los municipios de la Comunitat Valenciana, dado que de los 542 municipios que conforman el territorio, 468 tienen algún tipo de cultivo ecológico. En 2020 la cifra era de 450 municipios (el 83%). Por otro lado, la media de edad de las personas que se incorporan a la actividad ecológica certificada en los últimos años es de 48 años; y el 30% de las productoras ecológicas certificadas por el CAECV son mujeres; en dos años se ha producido un incremento de la incorporación de la mujer al sector ecológico del 26%.

Estos dos últimos datos demuestran que el sector ecológico de la Comunitat Valenciana está resolviendo dos problemas históricos que tiene el sector agrario: la falta de relevo generacional y la incorporación de la mujer.

Todo ello sin contar otro tema clave, que no es otro que el de la rentabilidad económica del sector. La evolución del volumen de facturación de todo lo que genera el sector es muy importante, y en el último año ha crecido un 17,6%, alcanzando un volumen de facturación de 736,2 millones de euros.

En cuanto al destino de las ventas, en el último año también se ha producido un ligero incremento del consumo interno del producto ecológico, pasando de exportar el 63% en 2020, a exportar el 61% en 2021 (en 2019 se exportaba el 70%). En estos momentos, el consumo de productos ecológicos se distribuye del siguiente modo: Comunitat Valenciana, 16%; España, 23%; Unión Europea, 51%; Resto, 10%.

Campojoyma afianza la exportación de brócoli bio en Europa



La empresa agrícola almeriense ha cerrado su segunda campaña del brócoli bio con un crecimiento del 25% respecto al primer año.

apuntando crecimientos en las próximas campañas”.

Según el gerente de Campojoyma “los mercados europeos están respondiendo de forma positiva al brócoli bio. Cuando decidimos su comercialización, buscamos a uno de los mejores productores como es la cooperativa murciana Medifruver, que tiene una larga trayectoria cultivando brócoli desde hace 30 años. Estamos muy satisfechos con la alianza”.

Campojoyma es un referente por su compromiso con la sostenibilidad, la calidad y la seguridad alimentaria

En los principales mercados europeos

Campojoyma exporta brócoli bio desde noviembre a mayo a clientes de Alemania, Gran Bretaña, Francia, Polonia, Suecia, Dinamarca, Austria, Suiza, etc., es decir, la comercialización está repartida en diferentes mercados europeos.

La clave del éxito del brócoli bio se encuentra, por un lado, en la confianza de los mercados europeos de ecológicos en Campojoyma, donde es un referente por su compromiso con la sostenibilidad, la calidad y la seguridad alimentaria. Por otra parte, el excepcional sabor del pro-

ducto, pues Medifruver lo cultiva en una zona geográfica ideal para esta hortaliza.

Campojoyma, empresa almeriense ubicada en Campohermoso (Níjar), ha evolucionado exponencialmente desde que Francisco Jesús Montoya Sánchez la fundó en el 2004, y en la actualidad cuenta con más de 30 referencias en frutas y hortalizas ecológicas, lo que le permite producir los 360 días del año, siempre siguiendo las pautas de un modelo de agricultura ecológica tradicional, respetuoso con el medio ambiente y que contribuye al equilibrio natural del entorno.

www.campojoyma.com



Este ha sido el segundo año que Campojoyma comercializa brócoli bio, cuya producción se sitúa en la huerta murciana, con excelentes resultados. El gerente de Campojoyma, Francisco Jesús Montoya, destaca que “Europa ha respondido de forma positiva y en el segundo año hemos crecido un 25% en esta hortaliza. Y las previsiones son muy prometedoras,

Elige **eco BIO Organic**

¡Únete al **ecológico!**

Europa vive en las zonas rurales

ecovalia

Por Juan Herrera. Periodista Agroalimentario | / @jherreraarenas



Uso de bioplásticos en el sector agroalimentario

El Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA) ha elaborado recientemente, con la colaboración del centro tecnológico AIMPLAS, el informe 'Bioplásticos en el sector alimentario', destinado a los profesionales de la industria agroalimentaria.

En un momento de continuo cambio en nuestra forma de vida, incorporar el concepto de sostenibilidad en cada una de nuestras acciones garantizará una correcta gestión de los recursos. Por ello, es una prioridad, tanto Europa como España, minimizar la generación de residuos y realizar una mejor gestión de los que se producen.

En este contexto, el sector agroalimentario necesita adaptarse a las nuevas exigencias legales y de mercado, que van a exigir el uso de materiales más sostenibles y con los que se permita una economía circular. No en vano, los sectores de agricultura y alimentación usan y generan una gran cantidad de residuos plásticos, siendo el plástico más empleado en la actualidad el que proviene de recursos fósiles y de un solo uso, por lo que deberá ir reduciéndose su uso y sustituyéndose

El mercado de los bioplásticos está experimentando un continuo crecimiento relacionado con la aparición de biopolímeros, aplicaciones y productos más sofisticados

progresivamente por alternativas en base a plástico reciclado y bioplásticos.

En el informe 'Bioplásticos en el sector alimentario, elaborado por Jorge Lorenzo, responsable del departamento de Aguas y Envases del CNTA, entre otros aspectos, se orienta sobre la situación de mercado de los bioplásticos, se detalla sus aplicaciones más comunes, los tipos más utilizados y se aporta consejos y pautas para optimizar los rendimientos de estos materiales.

Normativa

La Directiva 2008/98/CE del Parlamento Europeo y el Consejo, de 19 de noviembre, denominada Directiva marco de residuos, incorpora las políticas de prevención y las obligaciones de reciclaje, y establece una jerarquía nueva en materia de gestión de residuos insertando los principios del Sexto Programa Comunitario en Materia de Medio Ambiente.

La Unión Europea entiende que la gestión de residuos debe optimizarse con vistas a proteger, preservar y mejorar la calidad del medio ambiente y proteger la salud humana, garantizar la utilización prudente y racional de los recursos naturales y promover una economía más circular. Para ello, entiende que conviene modificar los objetivos establecidos en las directivas en materia de valorización y reciclaje de los envases y residuos de envases, fomentando la preparación para

la reutilización y el reciclaje de residuos de envases con el fin de reflejar mejor la ambición de la Unión de avanzar hacia una economía circular, así como en la lucha contra la contaminación ambiental por plásticos.

En esta línea conviene señalar que en la Asamblea del Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (UNEP), más de 200 países aprobaron una resolución histórica ante la «crisis planetaria» que comporta la contaminación de los océanos, especialmente de plásticos. Esta resolución incluía diez recomendaciones para poner fin al problema.

Mercado actual

Con todo, en la actualidad, el mercado de los bioplásticos está experimentando un continuo crecimiento relacionado con la aparición de biopolímeros, aplicaciones y productos más sofisticados. Según datos publicados por European Bioplastics, los bioplásticos representan aproximadamente el uno por ciento de los más de 368 millones de toneladas de plástico producidas anualmente, gracias a este aumento de la demanda, el mercado de bioplásticos crece y se diversifica continuamente.

De hecho, la capacidad de producción mundial de bioplásticos aumentará de alrededor de 2,1 millones de toneladas en 2020 a aproximadamente 2,87 millones de toneladas en 2025. Atendiendo a la distribución geográfica, la producción actual de bioplásticos se lleva a cabo mayoritariamente en cuatro regiones: Asia, Sudamérica, Norteamérica y Europa, representando Europa el 26% de la capacidad de producción mundial, y fortaleciendo, así, su posición como un centro de relevancia para toda la industria de bioplásticos. En 2020, Oceanía se añadió a la lista.

Apuesta por las proteínas alternativas, las nuevas tecnologías de proceso, la sostenibilidad y la alimentación saludable



El crecimiento imparable de los productos plant-based, el aumento de la fermentación de precisión, la interiorización por parte de la industria alimentaria del concepto de sostenibilidad y la investigación en alimentos funcionales marcan el año 2022.

Proteína alternativa, nuevas tecnologías de proceso, sostenibilidad y alimentación saludable fueron las cuatro tendencias protagonistas en la última edición del Mapa de Escenarios de Oportunidad, financiado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). Este estudio se ha realizado desde el equipo de Vanguardia de CNTA, el cual lo elabora en base a la vigilancia y curación de informaciones de más de 100 fuentes, que se realiza a diario a través de la plataforma Alinnova.

Dentro del Food Tech, CNTA ha identificado 31 Escenarios de Oportunidad. La categoría de proteína alternativa es la reina y continúa con su avance imparable. Cada vez más propuestas se acercan al mercado y las compañías van superando desafíos para acercar sus novedades al consumidor, fundamentalmente de plant-based, donde se ha podido ver numerosos lanzamientos que tratan de avanzar en una nueva generación: análogos idénticos (fully mimic), clean label y convenience, en estos primeros meses de 2022.

Esta evolución sigue generando oportunidades para la industria alimentaria. España se erige en la segunda potencia europea en ventas de productos plant based, con 448 millones de euros, solo por detrás de Alemania (817 millones de euros), según refleja el informe Foodtech in Spain: Moving Spanish Food System Forward, elaborado por el ICEX.

Aparte de las vegetales, otras proteínas alternativas que están generando expectativas en la industria son: cell-based; proteínas a partir de fermentación de precisión; hongos; algas; insectos o aire. Destacando la rápida evolución de la fermentación de precisión y los hongos en este periodo.

Fermentación y Sostenibilidad

El trabajo de análisis, concretado en el Mapa de Escenarios de Oportunidad de CNTA, destaca la creciente importancia de las nuevas tecnologías de proceso. En este ámbito y durante este periodo recalcar el interés en la tecnología de fermentación tanto de biomasa como de precisión para el desarrollo de proteínas alternativas o ingredientes que encajen en la demanda de alimentos más saludables.

En Estados Unidos ya se pueden encontrar productos en el mercado y es donde se ve un mayor desarrollo. En Europa su desarrollo es menor a causa de la

legislación existente, pero también se ven startups utilizando esta tecnología, escalando y preparándose para comercializar en otros mercados.

La sostenibilidad también marca el rumbo del Food Tech. Este concepto cada vez está más interiorizado por las empresas y estas lo tienen en cuenta para sus procesos. Propuestas sobre envases sostenibles, upcycling y neutro en carbono cada vez son más visibles en el mercado.

Alimentación Saludable

La industria alimentaria continúa investigando en diferentes vertientes para conseguir responder a las exigencias de un consumidor más preocupado por su salud. En este periodo multinacionales como Nestlé, Kraft, Danone o Kellogg han notado la presión de sus inversores para que sus productos tengan un mejor perfil nutricional.

Uno de los escenarios que está pegando con fuerza dentro de la alimentación saludable es el de alimentos funcionales. En estos meses se han conocido apuestas para buscar ingredientes en alimentos y bebidas que puedan tener un impacto positivo en nuestro cuerpo o mente; así como iniciativas focalizadas en probióticos, prebióticos o postbióticos, o lanzamientos que cubran las necesidades de colectivos especiales como deportistas o personas con diabetes.

España se erige en la segunda potencia europea en ventas de productos plant based, con 448 millones de euros

Por **Bárbara Aguayo Martínez**. Periodista Agroalimentaria | @BarbaraAguayoM3

“La clave para lograr una agricultura sostenible y competitiva es invertir de forma continua en innovación, formación y transformación digital”



Juan Pardo. Responsable de innovación en Novagric

Entrevista a Juan Pardo, responsable de innovación en Novagric, empresa que lleva 44 años investigando y desarrollando soluciones para ayudar a los agricultores a aumentar su rentabilidad y ahorrar en recursos.

Novagric, empresa del sector de la industria auxiliar de la agricultura, se dedica a realizar proyectos completos de tecnología para la agricultura sostenible de alto rendimiento en los 5 continentes. ¿hacia que cultivos se dirige? ¿Qué áreas geográficas cubren?

El rango de proyectos que abordamos incluye desde la horticultura protegida a instalaciones de riego de precisión en campo abierto adaptados a las necesidades del cliente, terreno, clima y variedad de cultivo. Realizamos instalaciones en todo el territorio nacional y tenemos una fuerte vocación exportadora. Contamos con amplia experiencia en climas tan diversos como Oriente Medio, Centro América, Europa del Este, o países emergentes de África. Hemos trabajado con cultivos horticolas e investigación de semillas en invernaderos, plantas ornamentales y otros cultivos en tendencia. También hemos desarrollado

instalaciones de riego para cultivos leñosos y frutos secos, como el almendro, pistacho, nogal, viñedos y cítricos.

Somos pioneros en el desarrollo de proyectos completos de cultivos de alto interés farmacéutico, como el cannabis medicinal. Se caracterizan por unos protocolos y exigencias muy superiores. Este reto nos ha ayudado a mejorar todos nuestros procesos, y a implementar nuevos sistemas para garantizar la calidad, protección y seguridad de la planta (blackout, climatización activa, compartimentos estancos).

Recientemente Novagric cuenta con un centro de innovación y showroom instalado en Alhama de Murcia, ¿Qué ventajas destacaría y qué nuevos desarrollos tecnológicos se están haciendo?

Este centro funciona, al mismo tiempo, como área demostrativa de las tec-

nologías desarrolladas, como un lugar de ensayo. Contamos con modelos de invernadero de grandes alturas con distintos actuadores climáticos, módulos de agricultura vertical, y una zona con cultivo en vivo donde testar los últimos diseños para validarlos antes de sacarlos al mercado. En esta línea, estamos desarrollando nuevas medidas de seguridad laboral en la instalación y mantenimiento del film plástico en invernaderos reguladas por las normativas constructivas y estamos en desarrollo del proyecto I+D Vertical Sunning para la producción de alimentos con mínimo consumo energético.

Centrándonos en horticolas, ¿qué sistemas de riego ofrecen y qué servicio previo y posterior le dan a cada cliente?

NOVAGRIC desde sus inicios se especializó en sistemas de riego, con fabrica-



de superficie muy reducidas, con un consumo de agua hasta 1/3 inferior al de los modelos convencionales.

Nuestro objetivo es dar una solución técnica completa, desde el diseño, fabricación, instalación y mantenimiento, además de asesoramiento técnico-agronómico. Contamos con un equipo de montaje propio y un servicio postventa para solucionar cualquier incidencia en el menor tiempo posible.

¿Qué grado de digitalización aportan al sector, hacia dónde camina, qué veremos en los próximos años?

ciones propias como nuestro equipo de fertirrigación XILEMA para la inyección automática de fertilizantes en la red de riego, aportando la cantidad precisa de nutrientes a las plantas. Con la implantación de grandes proyectos de riego en arbolado nos hemos sumado a nuevas tendencias como el riego subterráneo para racionalizar el empleo del recurso hídrico. También hemos comenzado a desarrollar proyectos de hidroponía sin sustrato, NFT, con los que se pueden obtener elevadas producciones de hortalizas en unidades

La digitalización del agro no es una opción, es una realidad a la que nos hemos sumado con entusiasmo. Ya somos capaces de manejar desde el móvil los distintos parámetros climáticos del invernadero, o tener información en tiempo real del cultivo gracias a las sondas y sensores de agricultura de precisión que nos llevarán a diseñar estrategias más eficientes dirigidas a reducir los costes de producción, ahorrar agua y mejorar el rendimiento de la planta. Y todo ello alimentado mediante energía solar.

Para nosotros, la clave para lograr una agricultura sostenible y competitiva es invertir de forma continua en innovación, formación y transformación digital, de esta manera podremos satisfacer las demandas del nuevo consumidor y lograr una producción de calidad con mínima huella hídrica y de carbono.

The key to sustainable and competitive agriculture is invest in innovation, training and digital transformation



Novagric pioneers in the development of complete projects for crops of high pharmaceutical interest, such as medicinal cannabis. They are characterized by higher protocols and demands. This challenge has helped to improve all our processes, and to implement new systems to guarantee the quality, protection and safety of the plant. The key of Novagric is to achieving sustainable and competitive agriculture is to continuously invest in innovation, training and digital transformation.

Complete article



Proyectos de agricultura con impacto positivo

Todo lo que necesitas para tener una producción que sume calidad, rentabilidad y sostenibilidad.



Soluciones completas de invernaderos y riego a campo abierto

Desde la idea hasta la puesta en marcha, incluyendo asesoramiento y soporte técnico para garantizar el éxito de su negocio. NOVAGRIC lleva 44 años trabajando e innovando al lado del agricultor para ganar en tranquilidad, competitividad y productividad con una gestión eficiente de los recursos que reduzca la huella hídrica y de carbono.

Por **Marga López**. Periodista Agroalimentaria | @Margalopez77

Unión y comunicación para lograr un sector fuerte

La superficie de patata en España continúa cayendo, mientras que las importaciones siguen creciendo. ¿Qué está pasando en el sector de la patata en España? Una mayor comunicación sobre nuestra realidad productiva y la unión del sector, son hoy por hoy los principales retos del sector.

La patata es una de nuestras señas de identidad en cuanto a producción y comercialización de frutas y hortalizas. En España se cultivan alrededor de 65.960 hectáreas de patatas, con una producción que superó en 2021 los 2.14 millones de toneladas, cifras que ratifican la tendencia descendente tanto en superficie como en producción de los últimos 10 años, como refleja el último informe elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (marzo 2022). Y es que hemos pasado de 85.400 hectáreas de patata en 2019 a los casi 66.000 h actuales. Si tenemos un dato positivo, y es que el rendimiento por hectárea ha aumentado, pasando del 29.6 t/h de 2010 a las 32.5 t/h actuales.

Diversidad de Patata

De este volumen de producción, el 42% corresponde a patata de media estación, producida principalmente en Galicia

y Castilla y León. Le sigue en volumen la patata tardía (31% de la producción), cultivada casi en su totalidad en Castilla y León.

La patata extratemprana, un 3% de la producción, la localizamos Islas Canarias y Andalucía; mientras que la patata temprana (21% del volumen total), se produce principalmente en Andalucía y la Región de Murcia.

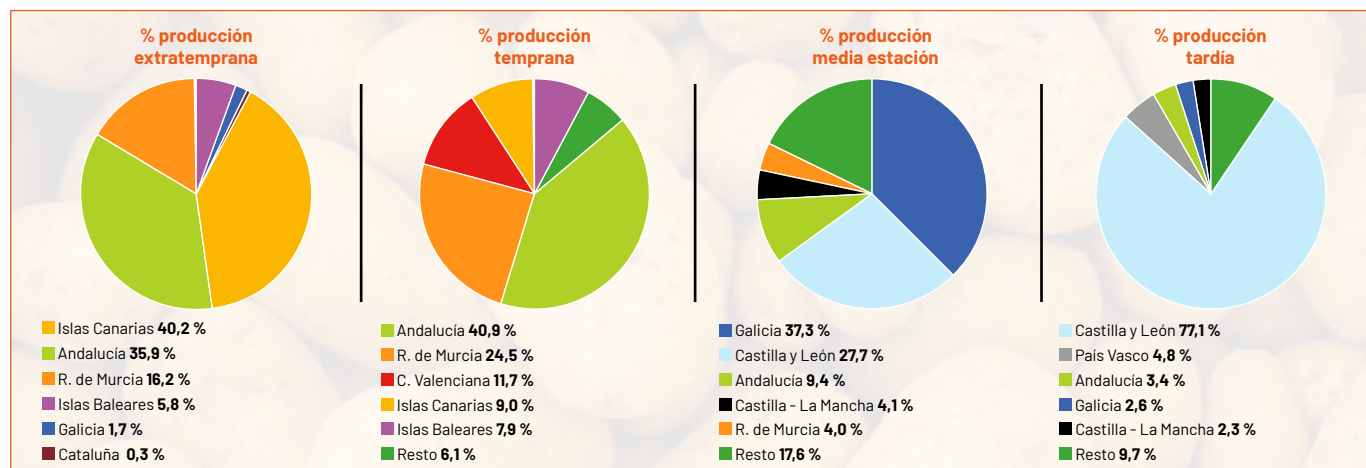
Con este reparto productivo, podemos comprobar como 77% de la producción nacional se concentra en cuatro comunidades autónomas: Castilla y León, Galicia, Andalucía y Región de Murcia, con una diversidad de calendarios de comercialización que permiten disponer de patata española durante casi toda la campaña, con algunos huecos a principios de año. Sin embargo, y a pesar de poder ofrecer al consumidor patata nueva casi todo el año,

las importaciones no paran de crecer (Datos FEPEX: 914.443 t en 2020 / 839.272 t en 2019 / 817.596 t en 2018).

El rendimiento por hectáreas sí ha aumentado, pasando del 29.6 t/h de 2010 a las 32.5 t/h actuales

¿Hacia dónde van nuestras patatas?

España es una potencia productora, pero también lo es como exportadora. En el año 2021, comercializó fuera de nuestras fronteras más de 334.673 t (+17,51% que en 2020), principalmente a Portugal (129.754 t), Italia (49.069 t), Alemania (37.784 t), Francia (32.340 t) y Bélgica 30.473 t (Datos FEPEX).



Fuente: MAPA 2022

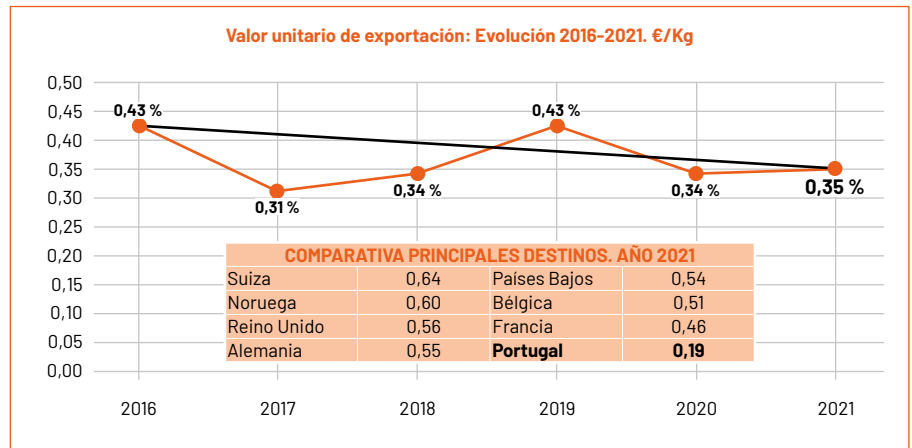
El valor unitario exportado a Portugal (0,19 €/kg) se sitúa muy por debajo de la media de 2021 y lejos de los principales mercados europeos

En cuanto a su valor económico, las exportaciones supusieron más de 111.944.516 €, casi un 10% superior al de 2020. Un buen dato aunque, sin embargo, debe preocuparnos que en Portugal, país que lidera el ranking de nuestros envíos, el precio medio alcanzado es muy inferior al de otros destino.

Importaciones de Patata

Pero España es sobre todo importadora de patata. En el año 2020, compramos más de 914.443 t, principalmente a Francia (706.085 t), Países Bajos 56.777 t y Portugal 31.381 t.

Y son precisamente estas importaciones las que continúan marcado en cierto modo el ritmo de la comercialización de la patata en España. La existencia de patata de importación limita la entrada en los li-



Fuente: MAPA

neales de patata nueva nacional, y es ahí donde está uno de los principales retos del sector español.

La necesaria unión del sector

El pasado 28 de abril tuvo lugar en Sevilla el V Congreso Nacional de la Patata Nueva, un punto de encuentro que contó con representante de las principales zonas de producción en nuestro país, y en el que se puso de manifiesto el importante momento que atraviesa el sector y los

retos a los que se enfrenta. La comunicación y la innovación, los situó Yolanda Medida, presidenta de la Interprofesional de la Patata de Castilla y León, como dos de los principales.

Pero también la unión del sector, presentar una misma postura ante las administraciones y la distribución, para que siga calando la imagen de la patata nacional como un producto de calidad con la que poder tener los lineales llenos durante todo el año.

Canal
WhatsApp ECA



eCA
eCOMERCIO
AGRARIO

Siete
Agromarketing

El periódico agrario eComercio Agrario y Siete Agromarketing lanzan

Canal
WhatsApp ECA

Un nuevo canal de comunicación, rápido, ágil y directo, donde encontrarás

Newsletter ECA

Eventos Agroalimentarios

Para incluirte en nuestras listas de distribución debes seguir los siguientes pasos:

1 Guardar el número de teléfono de Canal WhatsApp ECA **00 34 640 03 33 59** en la agenda de tu móvil.

2 Envía un mensaje de WhatsApp con la palabra **ALTA** a ese número.



Udapa valora como buena la campaña de comercialización de patata de Álava



Tras dar por finalizada la campaña de comercialización de la patata de Álava, y después de vender más de 7,6 millones de kilos bajo los sellos de origen y calidad Eusko Label y Euskal Baserri, Udapa hace un balance positivo de la misma.

A pesar de que no se han logrado alcanzar las cifras obtenidas en la pasada campaña, las patatas de Álava han estado a la venta en las principales cadenas de la Gran Distribución que operan en el País Vasco. Aun así, un año más, la venta de este tubérculo no se ha limitado a las tres provincias vascas, sino que “gracias a la diversificación de los clientes cada vez estamos conquistando más paladares de gente que vive en otras comunidades autónomas, ya que cada vez son más los y las consumidoras que ven a la patata de Álava como un producto de grandes cualidades culinarias”, asegura Jesús Moreno, director comercial de la cooperativa.

Desde Udapa manifiestan que este está siendo un año complicado para las ventas en el retail. “Es cierto que tras obtener 15 millones de kilos en la pasada cosecha esperábamos superar también nuestro propio record de ventas, pero está claro que los buenos datos que se consiguieron el año pasado fueron una consecuencia más de la pandemia”, añade Moreno.

Y una vez terminada su comercialización, en estos momentos los campos alaveses se encuentran inmersos en plena campaña de siembra. “Los y las productoras socias y colaboradoras de Udapa tienen previsto plantar una superficie similar a la del año anterior, es decir, unas 375 hectáreas; por lo que esperamos que las condiciones climatológicas nos acompañen este verano para que en septiembre podamos cosechar patatas de gran calidad”, comenta Moreno.

Y una vez terminada su comercialización, los campos alaveses se encuentran inmersos en plena campaña de siembra

Además de seguir apostando por el cultivo de variedades más comunes como Monalisa, Lucinda o Agria, la cooperativa continuará multiplicando nuevas varie-

dades que ya conoce. Ejemplo de ello es Beltza, una variedad de color púrpura intenso que contiene un alto nivel de antioxidantes que son beneficiosos para la salud; y Eburne, una variedad con buena aptitud tanto para freír como para cocer, lo que la hace idónea para su consumo en el hogar. “En Udapa seguiremos apostando por la diversificación de variedades para poder adaptarnos mejor a las demandas del mercado y para intentar disminuir la importación y dependencia de las patatas procedentes de otros orígenes”, explica el director comercial.

Y no solo eso, sino que además de seguir analizando el comportamiento que las nuevas variedades de patata tienen en los campos alaveses, durante los próximos meses la cooperativa también llevará a cabo un estudio agronómico para comprobar qué resultados da la plantación de boniatos en Álava, un alimento que en la actualidad es una tendencia de consumo, pero que nunca antes se ha cultivado en la zona norte del país.

www.udapa.com



Somos productores y envasadores.
Somos sostenibles y cuidadosos con
el medio ambiente. Somos origen y
calidad. Y ahora también somos
conveniencia, sabor y naturalidad.
SOMOS UDAPA FÁCIL.



Descubre más sobre Udapa en
www.udapa.com



udapa

Por **Jaime Palafox**. Experto Agroalimentario Internacionalización, Tendencias de Consumo, Sostenibilidad

Análisis de las exportaciones hortofrutícolas 2021

Hace unos días presentábamos con Grupo Cajamar el informe de las exportaciones agroalimentarias en el año 2021 que mostraban un crecimiento en valor del 10,7% con respecto al año anterior, lo que confirma el impulso de las ventas internacionales del sector después de la pandemia.

Si nos centramos en el sector hortofrutícola las exportaciones del sector (englobando en este el conjunto de los capítulos arancelarios 7 y 8) alcanzaron los 17.623 millones de euros un 6% más que el año anterior, lo que confirma el liderazgo europeo de nuestro sector por delante de Países Bajos y ya a mucha distancia de Italia, Bélgica y Francia.

Analizando los principales subsectores, observamos que los cítricos mantienen el liderazgo con 3.578 millones de euros, seguidos de verduras de invernadero (principalmente pimientos y berenjenas) con 2.071 millones de €, fresas y frutos del bosque, con 2.071 millones de €, frutas de hueso con 1.328 millones de € y tomates con 976 millones de €.

Sin embargo, cuando analizamos la evolución de los distintos subsectores observamos un comportamiento muy desigual. Así, los cítricos han visto decrecer sus ventas internacionales mientras verduras de invernadero, fresas y frutas del bosque y frutas de hueso han tenido crecimientos de dos dígitos.

Igualmente, si observamos la evolución más a medio y largo plazo observando la media de crecimiento en los últimos 10 años hay sectores que han tenido claramente un comportamiento ascendente (fresas y frutos del bosque, verduras de invernadero) mientras otros han caído (tomates) o han tenido un crecimiento raquítico (cítricos).

En cuanto a los mercados de destino la Unión Europea y el Reino Unido absorben el 92% de nuestras ventas, lo que supone un porcentaje bastante superior al de nuestros competidores holandeses italianos y franceses. Quizás ahí, en la dependencia del mercado europeo pueda

verse el principal talón de Aquiles del sector desde el punto de vista exportador.

Entre los principales mercados, Alemania Polonia y Portugal presentan los mayores crecimientos porcentuales con un 10% en el caso alemán y un 8% en Polonia y Portugal. Fijándonos ahora en el análisis de los crecimientos a 5 y 10 años Alemania y Suiza presentan las mejores cifras junto a algunos países de fuera de la UE como Canadá, Marruecos o Arabia Saudí si bien las ventas en estos países son todavía muy bajas.

Retos y oportunidades

Los datos de las exportaciones muestran un sector sólido, líder en Europa y con crecimientos superiores a los de sus competidores, si bien con una enorme dependencia del mercado europeo. Quizás, como le oía a un responsable de una empresa recientemente lo que tiene que hacer el sector es seguir centrándose en el mercado europeo y tratar de ganar cuota de mercado a costa de otros productos aprovechando el posicionamiento de la categoría como producto sano y saludable.

Pero cuidado. Las tendencias de consumo cambian cada vez más rápido y al-



gunas de ellas como la preferencia por los productos locales o la sostenibilidad pueden poner en dificultades las ventas en algunos de los mercados que conforman el grueso de las exportaciones hortofrutícolas.

Por ello, y además de estar muy atentos a evolución de los mercados, el sector debería, a mi entender, hacer un esfuerzo más importante a la hora de acometer mercados de fuera de la Unión Europea con el fin de diversificar los riesgos y posicionarse en mercados que crecen de manera más rápida que los nuestros. Otros sectores como el porcino han demostrado que se puede hacer con gran éxito.

De esta forma, conseguiremos que el sector hortofrutícola siga siendo, aun más, uno de los referentes de la exportación agroalimentaria.

FRUTAS Y HORTALIZAS EXPORTACIONES PRINCIPALES PAISES UE

| Frutas y Hortalizas Ranking Exportaciones UE (millones €; tasas medias anuales) | | | | | |
|---|---------------|---------------|------------|-------------|--|
| Número | País | 2021 | 2021-2020 | 2021 - 2021 | % Exportaciones Terceros Países (No RU) 2021 |
| 1 | España | 17.623 | 6 % | 6 % | 7 % |
| 2 | Países Bajos | 15.514 | 2 % | 5 % | 11 % |
| 3 | Italia | 5.559 | 6 % | 3 % | 17 % |
| 4 | Bélgica | 4.503 | -1 % | 1 % | 8 % |
| 5 | Francia | 3.767 | 1 % | 1 % | 17 % |

Fuente: Datacomex (Sec. Estado de Comercio)

FRUTAS Y HORTALIZAS ESPAÑA
 DESGLOSE PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS

| Ranking exportaciones productos hortofrutícolas* españoles (Millones € Tasas medias anuales) | | | | | | | |
|--|------------------------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|-------------------|
| Ranking | Producto / Categoría | 2021 | 2020-2021 | 2016 - 2021 | 2011 - 2021 | % s. total / 2021 | % s. total / 2011 |
| 1 | Cítricos | 3.578 | -4 % | 2 % | 3 % | 20 % | 27 % |
| 2 | Pimientos, berenjenas y espárragos | 2.470 | 10 % | 8 % | 8 % | 14 % | 11 % |
| 3 | Fresas y frutos del bosque | 2.071 | 17 % | 7 % | 10 % | 12 % | 8 % |
| 4 | Frutas de hueso | 1.378 | 17 % | 5 % | 6 % | 8 % | 8 % |
| 5 | Tomates | 976 | 4 % | 0 % | 1 % | 6 % | 9 % |
| 6 | Lechugas | 889 | 17 % | 5 % | 6 % | 5 % | 5 % |
| 7 | Sandías y melones | 797 | 2 % | 5 % | 7 % | 5 % | 4 % |
| 8 | Frutos secos | 759 | 6 % | 2 % | 9 % | 4 % | 3 % |
| 9 | Pepinos y pepinillos | 723 | 11 % | 6 % | 6 % | 4 % | 4 % |
| 10 | Verduras congeladas | 673 | 7 % | 6 % | 8 % | 4 % | 3 % |
| 11 | Coliflores y brécoles | 631 | 8 % | 7 % | 8 % | 4 % | 3 % |
| 12 | Ajos y cebollas | 584 | 1 % | 1 % | 8 % | 3 % | 3 % |
| 13 | Dátiles, higos y piñas | 550 | 1 % | 9 % | 12 % | 3 % | 2 % |
| 14 | Uvas | 440 | 5 % | 8 % | 6 % | 2 % | 2 % |
| 15 | Manzanas peras y membrillos | 212 | 4 % | 3 % | 2 % | 1 % | 2 % |
| TOTAL FRUTAS Y HORTALIZAS | | 17.623 | 6,0 % | 4,5 % | 6,2 % | 100 % | 100 % |

Fuente: Datacomex (Sec. Estado de Comercio)



MÁS DE LO QUE IMAGINAS

#RECICLABLE#MATERIASPRIMASNATURALES#BIODEGRADABLE#SOSTENIBLE#LIGEREZAYRESISTENCIA#INNOVACIÓN
 #VERSATILIDADYERGONOMÍA#APILADO#RENOVABLE#HERRAMIENTA DE MARKETING#SEGURA E HIGIÉNICA#IMPRIMIBLE



SOMOS GARANTÍA, SOMOS CALIDAD,
 SOMOS CARTÓN, SOMOS UNIQ
www.grupouniq.com | www.afco.es

Entrevista a **Javier Bardés**. Director del Comité de Oferta de Frutas y Verduras y director de Alcampo Leganés (Madrid)

Alcampo Producción Controlada, mucho más que frutas y hortalizas en el lineal



Alcampo comercializó en 2021 más de 3.000 referencias de frutas y hortalizas, un lineal completo donde gana peso su marca Alcampo Producción Controlada. Con Javier Bardés, director del Comité de Oferta de Frutas y Verduras, conocemos qué hay tras esta marca que tanto miman.

Las tendencias actuales apuntan al formato super como el que más crece. Alcampo cuenta con formatos hiper y super, ¿hay diferencias entre un lineal de frutas y hortalizas entre esos formatos?

La diferencia está claramente marcada por el tamaño, pero incluso dentro los propios supermercados. En un hipermercado o servicio de venta online se accede a la más amplia variedad, adecuando el surtido en el caso del supermercado en función del tamaño y también de la ubicación y la demanda local. Lo que siempre aseguramos es la mejor calidad.

Hablemos de la marca Alcampo Producción Controlada. ¿Cuántas referencias de frutas y hortalizas encontramos, y qué valor añadido aporta al consumidor?

En la actualidad contamos con 93 productos hortofrutícolas bajo nuestra marca Alcampo Producción Controlada que se comercializan en nuestras tiendas. Aunque debemos tener cuenta que la cifra puede variar debido a la estacionalidad de los mismos. Se trata de frutas y hortalizas con las que buscamos recuperar sabores y olores de antaño además de trabajar en

pro de la sostenibilidad económica, social y medioambiental.

¿Cuál trabajo hay detrás de esta marca y por qué es única en su categoría?

Para hacer realidad este proyecto se establece una metodología de trabajo junto a nuestros partners para ofrecer productos con un control desde el origen (cómo se produce, dónde, de qué manera, qué proveedor) y que nos permite además poner a disposición de nuestros clientes productos con sabor, aroma, maduración,

"En nuestros establecimientos, y dentro del mercado de frutas y hortalizas, los productos ECO están en una isla destacada"



Alcampo Majadahonda

oferta de variedades y calibres seleccionados, etc.... y, por supuesto, proyectos orientados al bien común y a hacer realidad nuestro compromiso con lo bueno, lo sano y lo local.

Más allá del producto en sí, que obviamente tiene mucho valor, nos preocupamos y ocupamos de hacer realidad nuestros compromisos, trabajando en programas de mejora del planeta, como el que desarrollamos desde 2018, favoreciendo la incorporación de productos hortofrutícolas que procedan de una producción en la que se minimiza el uso de químicos en el cultivo, eliminándolos por completo en el proceso de conservación.

Además de lo indicado, se priorizan técnicas de producción sostenible a largo plazo que hacen que se aumente la biodiversidad y se reduzcan las emisiones de CO2. Algunas de estas técnicas son la atracción de insectos beneficiosos para el cultivo, la colocación de trampas de captura o la utilización de feromonas que confunden a las plagas.

Alcampo Producción Controlada va más allá de valor añadido al consumidor, ¿qué trabajo se realiza con los productores?

Trabajamos de la mano de nuestros proveedores para co-construir proyectos

"Contamos con 93 productos hortofrutícolas bajo nuestra marca Alcampo Producción Controlada"

y ponerlos a disposición de nuestros clientes. No son meras relaciones de compra y venta, sino que establecemos compromisos y requisitos que permiten evolucionar los proyectos con el fin de que sean sostenibles y duraderos en el tiempo.

Estos proyectos son una fuente de transferencia de conocimientos entre ambas partes... para nosotros el camino es una fuente de aprendizaje constante, y nosotros apoyamos y asesoramos a nuestros proveedores durante todo el ciclo de vida de los mismos (el trabajo no termina cuando llega la tienda, es solo el comienzo), nos esforzamos en comunicar el trabajo realizado tanto a nivel interno y externo, con total transparencia para valorizar los proyectos y para que el consumidor conozca las historias detrás de cada uno de ellos y por último, velamos por la viabilidad económica de los proyectos estableciendo relaciones comerciales fructíferas para todas las partes.

En cuanto a lineal de frutas y hortalizas ecológico, ¿qué número de referencias cuentan en estos momentos, y que tendencias de crecimiento aprecian?

Más de un centenar... Nosotros comercializamos productos ecológicos desde el año 1998. En función de la evolución del mercado vamos incluyendo más. En nuestros establecimientos, y dentro del mercado de frutas y hortalizas, estos productos están en una isla destacada de tal manera que facilitemos el acceso a los mismos a nuestros clientes.

Además de ofrecer y ampliar el surtido eco, Alcampo también trabaja otras líneas que apunta hacia la sostenibilidad...

Así es. Seguimos trabajando para hacer realidad nuestra política de reducción de plásticos en el mercado de frutas y verduras. En este sentido, hemos continuado trabajando con bolsas de malla reutilizables para la sección de frutas y verduras, donde además se eliminaron las bandejas de polietileno por envases reciclables o compostables. Gracias a esta acción hemos evitado poner en el mercado 80 t de porexpan.



Alcampo M. Rio - Montecarmelo



Lo natural
es lo nuestro



Cosechar y comercializar frutas y hortalizas de alta calidad significa ser cuidadosos en todo lo que hacemos. Un proceso que va desde la selección de una semilla, su producción integrada y ecológica, su recolección y comercialización hasta su consumo final. Todo ello exige un respeto y cuidado que requiere un gran esfuerzo de todos nosotros.

En Coprohnijar, esforzarnos por la calidad es algo muy natural, por eso LO NATURAL ES LO NUESTRO.

Por **Miriam Pérez**. Periodista especializada en política agroalimentaria @mperezmen

“La igualdad es una prioridad transversal para la Comisión Europea”

Tras el éxito en la conferencia de clausura en la entrega de los IV Premios MujerAGRO, en los que animó a las y los asistentes a trabajar por conseguir la igualdad dentro del sector agroalimentario, hemos querido conversar en primera persona con M^a Ángeles Benítez Salas, directora de la Representación de la Comisión Europea en España, para conocer el punto de vista que la Comisión tiene en temas de igualdad y en concreto en el ámbito agroalimentario.

La igualdad es una tarea de tod@s. Es una idea que comparte la organización del proyecto MujerAGRO y la Comisión Europea en España, encabezada por M^a Ángeles Benítez. “Consideramos que la igualdad tiene que estar presente en todas las iniciativas y políticas de España y, la agricultura, no es una excepción”, confirma Benítez, “para la Comisión Europea es una prioridad transversal”.



M^a Ángeles Benítez Salas.

Directora de la Representación de la Comisión Europea en España

Desde la Comisión reiteran el hecho de que la igualdad, no sólo se encuentra dentro de sus objetivos sociales, sino que obtiene la misma importancia que los objetivos económicos y medioambientales. “En España, la igualdad es una prioridad y se ve reflejado en el Plan Estratégico de actuación”, explica, “en él se especifica la necesidad de avanzar en igualdad de género en el ámbito rural, tal y cómo recomiendan desde la Comisión Europea”.

Un 3% de los fondos que nuestro país recibe de Europa van destinados al trabajo en temas de igualdad de la mujer en el campo.

La mujer, clave para aumentar los beneficios

Desde la Comisión Europea subrayan la importancia del papel que juega la mujer y por la que debería ser reconocida

Un 3% de los fondos que España recibe de Europa van destinados a la igualdad de la mujer en el campo

y potenciada dentro del sector agroalimentario. “Está ampliamente documentado que, en cualquier economía dentro del mundo de la empresa, las cifras de crecimiento y beneficios se aumentarán la participación femenina”, afirma con rotundidad la representante de la Comisión Europea en España, entonces ¿a qué estamos esperando?

Para Benítez, el reconocimiento y el apoyo a “la mitad del talento existencial y las manos del campo” haría que el sector agroalimentario “evolucionara hacia un mayor dinamismo”. Y para ello, considera fundamental, además, poner el foco en aumentar los servicios en el ámbito rural para las mujeres a las que se “invisibiliza” su actividad. De esta manera, se reconocerá y dará el protagonismo necesario a las nuevas generaciones de “mujeres entusiastas, que cuentan con una amplia y sólida formación”.

Necesario el cambio cultural y social

Aunque está aumentando la presencia de mujeres en puestos y cargos de dirección dentro del sector agroalimentario, el hecho es que sigue siendo minoritaria. Es



Galadores de los IV Premios Mujer AGRO. Marzo 2022

precisamente por este motivo, por el que, M^a Ángeles Benítez reivindica la necesidad de contar con el apoyo de “colegas masculinos que entiendan la problemática de la desigualdad e impulsen desde sus cargos de responsabilidad, mayoritarios, el talento y las capacidades femeninas” y añade, “es un problema de justicia social, por eso necesitamos que participen”.

Proyecto Mujer AGRO

La organización del Foro Nacional Mujer AGRO ya se encuentra en plena actividad, cerrando ponencias y ultimando detalles. Tendrá lugar el próximo 6 de julio en Zaragoza.

El claim de esta edición es: I + A Igualdad y Agricultura en Femenino. Contamos

El Foro Nacional Mujer AGRO tendrá lugar el próximo 6 de julio en Zaragoza

con el apoyo de la Comisión Europea y es que desde la institución consideran que este tipo de eventos son fundamentales para “identificar fuentes de apoyo para la causa y objetivos en los que trabajar, con una red y networking que se crea a través de esta cita y de esta forma se consiguen resultados tangibles.

La información completa del FORO está disponible en su web: www.mujaagro.es y en sus canales de redes sociales MujerAGRO.

VI FORO NACIONAL BUSINESS AGRO MUJERES AGROPROFESIONALES

6 JULIO
2022
9:30H

PALACIO DE CONGRESOS
DE ZARAGOZA (RECINTO EXPO)
Plaza Lucas Miret Rodríguez, 1
Sala Multiusos C
ZARAGOZA



#mujerAGRO

I+A

Igualdad
y Agricultura
en Femenino

Organizadores

Siete
Agromarketing

eca
COMERCIO
AGRARIO

Avance de Patrocinadores



Colaboradores



Ibercaja y su experiencia en el sector, te acerca a las ayudas que más te convienen

Ibercaja es una entidad con implantación nacional que, desde hace más de 140 años, es parte activa en el desarrollo y crecimiento del sector agroalimentario en todo el país especialmente en aquellas zonas dónde su presencia es mayor, como es el caso de Extremadura, Aragón, La Rioja, Guadalajara y Lleida.



Un elevado porcentaje de las oficinas del Banco se encuentran ubicadas en poblaciones donde el motor económico es el sector primario, por lo que su vinculación con el medio rural es muy relevante y lo va a seguir siendo. En la actualidad la entidad financiera dispone de 555 oficinas en este ámbito, que suponen el 60% del total (dato a 31/12/2021).

La agricultura y la ganadería se han posicionado como elementos estratégicos para Ibercaja, buscando dar respuesta a las necesidades cambiantes del sector a través de herramientas financieras y servicios especializados: desde la ayuda y asesoramiento en la tramitación de la PAC, pasando por las líneas ICO COVID durante la pandemia y jugando un papel importante en la canalización de los fondos Next Generation que están llegando actualmente a las empresas y autónomos.

Más allá de los productos financieros, la escucha al cliente se considera fundamental en la gestión: hay que entender y comprender sus necesidades. Y ahora, más aún. El impacto de acontecimientos como la pandemia y la guerra en Ucrania está creando importantes desajustes en sectores clave como el energético, las materias primas, los mercados financieros y el agroalimentario.

En la actualidad, Ibercaja dispone de 555 oficinas en el ámbito rural, que suponen el 60% del total

El sector agro se enfrenta a retos como alimentar a una población cre-



ciente de forma sostenible o responder a tendencias de consumo marcadas por la búsqueda de alimentos saludables en un entorno hipercompetitivo. Para “sobrevivir” es importante seguir apostando por la competitividad, ser diferentes.

Actualmente, existen planes muy enfocados en este aspecto como el componente 3 basado en “Transformación ambiental y digital del sistema agroalimentario y pesquero” del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia perteneciente a los Fondos Next Generation EU o el PERTE agroalimentario.

En este contexto y dadas las numerosas convocatorias de ayudas que se están sucediendo, Ibercaja pone a disposición de sus clientes el Asistente Ibercaja Next para informar sobre las ayudas que se adaptan específicamente a su actividad y sus necesidades. Esta herramienta digital dispone de una guía rápida para responder a las principales dudas relacionadas con los fondos y un listado-repositorio en constante actualización de todas las soluciones y convocatorias.

Ibercaja también ha puesto a disposición de sus clientes una línea especializa-

Ibercaja ofrece a sus clientes el Asistente Ibercaja Next para informar sobre las ayudas que se adaptan específicamente a su actividad y sus necesidades

da de financiación que permite adelantar el importe que se perciba por las ayudas o como vía de financiación de la inversión a acometer por la empresa.

Por otro lado, nuestra alianza con Mazars y Silo, dos compañías con una amplia experiencia en financiación, I+D y estructuración de proyectos, proporciona un servicio exclusivo para las empresas donde el asesoramiento experto sobre cómo acceder a los fondos europeos NGEU y el resto de ayudas públicas, ha cobrado gran importancia entre los clientes.

www.ibercaja.es

#mujerAGRO

www.mujeragro.es



MUJERES AGROPROFESIONALES

LA IGUALDAD ES UNA TAREA DE TOD@S

¿ERES UNA EMPRESA COMPROMETIDA?
PARTICIPA EN ESTE PROYECTO AGROALIMENTARIO POR LA IGUALDAD

INFORMACIÓN

www.sieteagromarketing.com

Teléf.: +34 910 710 570 | Móvil: +34 600 774 254

e-mail: mujeragro@sieteagromarketing.es

Una iniciativa de:

Siete
Agromarketing

Murcia acogerá la I Demo HortiDATA 2022 el próximo 28 de junio

Siete Agromarketing, organizador del evento, cuenta con la colaboración institucional de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente de la Región de Murcia, y el Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (IMIDA) en cuyas instalaciones tendrá lugar la I Demo HortiDATA 2022.



La Región de Murcia será el marco en el que se desarrolle la I Demo HortiDATA 2022, un evento organizado por Siete Agromarketing que pondrá en valor la innovación y digitalización en la actividad hortofrutícola. Se trata de un gran evento que congregará a empresas, instituciones, productores y demás profesionales relacionados con la horticultura para abordar una temática de futuro, esencial para el desarrollo, competitividad, eficiencia y rentabilidad de la agricultura intensiva.

Tendrá lugar el próximo 28 de junio de 2022, en las instalaciones del Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (IMIDA) de la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente de la Región de Murcia, institución que colabora en el impulso de esta iniciativa. Asimismo, se sumarán a esta primera edición federaciones, asociaciones y organizaciones relacionadas con el sector agroalimentario y la industria auxiliar agraria.

La I Demo HortiDATA 2022 nace con el principal objetivo de convertirse en epicentro de la transferencia de conocimiento en digitalización e innovación hortofrutícola. Lo hace en una de las zonas referentes en Europa en el cultivo de productos hortícolas, liderando en este aspecto la producción de bráxicas y cultivos

de hoja. Un gran escaparate para mostrar al sector los avances que la digitalización pone a su servicio y que hoy en día son más necesarios que nunca.

Siete Agromarketing una vez más apuesta, con su marca Business AGRO, por la transmisión de conocimiento en sus eventos. En este caso en la Región de Murcia, uno de los grandes centros neurálgicos europeos en producción hortícola, siendo un referente exportador. Asimismo, a lo largo de las últimas décadas ha demostrado estar a la vanguardia en innovación, investigación y tecnología aplicada a la agricultura.

“Saber qué herramientas de última tecnología hay a disposición de productores y empresas, cómo utilizarlas y cómo sacarles el máximo rendimiento son puntos de partida en la celebración de la I Demo HortiDATA 2022, favoreciendo un marco perfecto en el que confluya tecnología y conocimiento para lograr esa transferencia necesaria hacia agentes del sector hortofrutícola y con ello impulsar su desarrollo”, ha explicado Gissèle Falcón, directora de Siete Agromarketing.

Dos escenarios


La I Demo HortiDATA 2022 se estructurará en dos escenarios: un Foro de Conocimiento, en el que se desarrollarán

ponencias técnicas y mesas de debate que aportarán un valor añadido a los profesionales hortícolas y su industria; y una Demo, en la que se determinará un espacio reservado en el recinto para la exposición de novedosas herramientas tecnológicas desarrolladas por empresas con aplicación en la actividad hortofrutícola.

El evento abordará en temas tales como la innovación sensorial aplicada al riego, el control de plagas, la robótica, digitalización e inteligencia artificial; tecnología en procesos de manipulado, BIG DATA en la comercialización y producción; tecnificación de envases, innovación material, sostenibilidad y tecnología en materia de fertilizantes y fitosanitarios o la optimización de recursos, entre otros.

El Foro de Conocimiento se desarrollará en formato híbrido, es decir tanto presencial como online. En este escenario se estructurarán tres bloques temáticos que versarán sobre el desarrollo de estrategias e implantación tecnológica para la digitalización hortofrutícola; innovación y experimentación en cultivos; e implicación de las nuevas tecnologías en la agricultura sostenible.

El evento contará con una importante proyección en RRSS bajo el hashtag #DemoHortiDATA2022.



Demo Horti DATA

MURCIA

Innovación y Digitalización Hortofrutícola

▶ **28** Junio 2022 | **IMIDA**
C/ Mayor, s/n.
30150 La Alberca (Murcia)

#DemoHortiDATA2022

ORGANIZAN:

Siete
Agromarketing

eca
eCOMERCIO
AGRARIO

PATROCINADORES INSTITUCIONALES:

imi
Instituto Murciano de Investigación
y Desarrollo Agrario y Medioambiental

Región  de Murcia

AVANCE PATROCINADORES

Daymsa

ACOM
agrocomponentes

BAYER

AgroBank

MOLINO GARCIA

ITC
DOS PS

Caudal

fruit attraction

MAANDANJAN

Saturas
Saturados

WEENAT

COLABORAN

5 años
Frescos
Frescos
Frescos

COAG
MURCIA

UFA
MURCIA

proexport
Asociación y Promotor de Exportación Agraria

ASAJA
Región de Murcia

CIARM
CENTRO DE INVESTIGACIONES AGRARIAS DE LA REGIÓN DE MURCIA

FECOAM
FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS AGRARIAS DE MURCIA

COGITARM
CENTRO DE INVESTIGACIONES AGRARIAS DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAERM
CENTRO DE INVESTIGACIONES AGRARIAS DE LA REGIÓN DE MURCIA

APOEXPA



Francisco Martín y Miguel García. Agricultores a los que UNICA les Pertenece

Vuelve la campaña del agricultor, UNICA Me Pertenece

En situaciones tan difíciles para el sector agrícola como la actual, con unos costes de producción y transporte tan altos y la incertidumbre derivada de la coyuntura geopolítica, estar en un grupo fuerte y solvente da mucha seguridad. Este es el punto de partida de la campaña de comunicación, UNICA Me Pertenece, enfocada a los agricultores.

Este año la campaña cuenta como prescriptor con Francisco Martín Galdeano, presidente de la cooperativa Cabasc y uno de los fundadores de UNICA y uno de sus mayores prescriptores allá donde vaya.

“En la época en la que se fundó UNICA en el año 2009”, recuerda Martín Galdeano, “teníamos muchas inquietudes. Empezamos a hablar con presidentes que estaban en la misma situación que UNICA. Lo bueno es que cuando entras en un proyecto así, no pierdes tu identidad, que es un temor que se suele tener. Vimos una oportunidad y la aprovechamos, hasta hoy”.

Para el presidente de Cabasc, el hecho de formar parte de UNICA solo ha tenido ventajas. “Desde el día que nace el proyecto las cooperativas son partícipes de todas las decisiones que se toman. Destaca por su transparencia, tanto en la venta a los supermercados como en lo que se liquida al agricultor. Hemos conseguido crecer con UNICA, ser más competitivos, sin perder nuestra esencia”.

Entre las mejoras que supone la entrada en UNICA, Martín Galdeano destaca que cada cooperativa “sigue gestionando su empresa y manteniendo la relación con sus agricultores. UNICA centraliza la comercialización, marketing, calidad, informática, facturación, desarrollo de negocio, departamento técnico, logísti-

ca, industrial... lo cual repercute en una reducción de costes”.

La misión de UNICA es asegurar la rentabilidad del agricultor de manera sostenida, planificando los cultivos y reforzando el vínculo con los clientes para crecer juntos. “Tenemos que conseguir dar valor a nuestros productos para poder seguir viviendo de la agricultura”.

Como conclusión, Francisco Martín recuerda que “cuando entramos en este proyecto en 2009, Cabasc tenía unos 20 millones de kilos y UNICA, 100 M. En esta última campaña, Cabasc ha cerrado con 90 millones de kilos y UNICA con 500 M; creo que las cifras hablan por sí solas. Me emociona pensar que cuando empezamos, nadie nos daba más de un año de vida. Doce años después, seguimos creciendo. A más UNICA, más Cabasc y viceversa”.

La campaña de comunicación de UNICA Me Pertenece está presente en radio, prensa escrita y redes sociales.

www.unicamepertenece.es

NUESTRO COMPROMISO ES TU TRANQUILIDAD

**TÚ ESCUCHAS A TU CAMPO,
NOSOTROS TE ESCUCHAMOS A TI.**



En Unicaja Banco llevamos muchos años trabajando junto a profesionales del sector agroalimentario como tú. Eso nos ha permitido detectar tus necesidades y crear productos a medida para cubrirlas: desde financiación hasta medios de pago y previsión.

Con nuestra oferta de soluciones tendrás el apoyo necesario para mejorar tu producción, rentabilizando tu negocio y aumentando tu seguridad.

***El poder de
la naturaleza
con la potencia
de la ciencia***



Aplica la
LÓGICA BIOLÓGICA
con



Bayer CropScience, S.L.
cropscience.bayer.es