

eCAFRUITS

Revista **Hortofrutícola**



Subtropicales:

Granada se prepara para el I Congreso Internacional de Subtropicales

Hortícolas:

La innovación hace frente a nuevas plagas como el *T. parvispinus* y el virus rugoso del tomate

Sanidad Vegetal:

Un papel clave en la soberanía alimentaria

Edita:

Siete
Agromarketing

El sector hortofrutícola mantiene su empuje exportador

**ESPECIAL
CÍTRICOS**



Cítricos
BOUQUET



#DISFRUTACÍTRICAMENTE

CON RACIONES
DE VIDA
PARA TI
Y...

RACIONES
DE VIDA PARA EL
CAMPO

SABOR

FUERZA

ENERGÍA

VITALIDAD

Producto
100%
nacional

Vitaminado con la
C



QUÉ BIEN HECHO

CÍTRICOS BOUQUET



*Disfruta lo bueno
de Almería*

La Diputación Provincial de Almería viaja a Berlín para apoyar a las empresas agroalimentarias almerienses en la Feria Internacional de Frutas y Hortalizas Fruit Logística 2024

7-9 DE FEBRERO - BERLÍN

FRUIT
LOGÍSTICA


DIPUTACIÓN
DE ALMERÍA


sabores
ALMERÍA

ACTUALIDAD



6

ESPECIAL
FRUIT
LOGISTICA

FRUIT
LOGISTICA

12

DISTRIBUCIÓN
CON ACENTO



38

ESPECIAL
HORTÍCOLAS



40

ESPECIAL
CÍTRICOS



54

ESPECIAL
SANIDAD
VEGETAL



64

GASTROAGRO



68

CULTIVANDO
IGUALDAD



70

FERIAS y
EVENTOS



74

REINVENTÁNDOSE *un año más*



Volvemos un año más a Berlín con los deberes hechos. Nuestro sector sigue mostrando dinamismo, potencial productivo y sobre todo capacidad para reaccionar ante las adversidades y afrontar con ilusión, a la vez que esfuerzo e inversión, nuevos retos que lo sigan manteniendo como punta de lanza en el negocio de las frutas y hortalizas en Europa.

El valor de las exportaciones sigue creciendo, batiendo récord en el caso concreto de las andaluzas, principal activo del sector por volumen y facturación, y eso es siempre un dato positivo, más si cabe ante la subida de costes que ha tenido que asumir la actividad agroalimentaria en los últimos años. Esos valores de facturación indican que los precios acompañan. Menos mal, porque en no pocas ocasiones hemos tenido que lamentar el hundimiento de cotizaciones que han generado incertidumbre y desasosiego en nuestro sector.

Fruit Logística vuelve a ser ese 'termómetro' con el que medir el dinamismo hortofrutícola, su viveza y su capacidad para emprender, innovar y reinventarse. Un escaparate al y del mundo que teje redes, establece vínculos, y alimenta a millones y millones de personas en todo el planeta.

Es importante seguir caminando hacia adelante, y establecer colaboraciones internas que mejoren nuestras posiciones. Acuerdos como el alcanzado por Actel Group y Fruits de Ponent, a través de cual suman fuerzas y efectivos para ofrecer a sus socios y socias una mejor rentabilidad en sus explotaciones.

Los productores y comercializadores no están solos. Cuentan con el respaldo de una gran red con una capacidad innovadora sin límites capaz de trabajar sin descanso para lograr soluciones en tiempo récord para salvar los cultivos de las adversidades con las que se encuentra. Como muestra, la reacción de las casas de semillas para lanzar variedades resistentes a nuevos virus, como en el caso del Rugoso; o de las empresas especializadas en control biológico y soluciones naturales para acometer con éxito la irrupción de plagas, o poner a disposición de sector estrategias naturales en consonancia con las tendencias normativas europea.

Y si de avances hablamos, no podemos olvidar el que este sector demuestra en materia de igualdad. Cada vez más concienciado en este asunto, con una mayor presencia de la mujer en los órganos de decisión de las empresas. Unas entidades, las hortofrutícolas y las de la industria auxiliar, que caminan con paso firme hacia la igualdad real.

Gissele Falcón Haro *Directora*
@FalconGissele



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 Polo
Responsable Editorial y Contenidos, Delegado de Andalucía Oriental: José Esteban Ruiz Álvarez
Coordinador general de publicaciones y contenidos: Marga López Polo y José Esteban Ruiz Álvarez • **Prensa:** Bárbara Aguayo Martínez y Miriam Pérez Mena
Colaboraciones: Juan Herrera Arenas, Josep Sanchis, Martín Pacherras (Perú), Susana Rodríguez Gómez • **Diseño gráfico y maquetación:** Bruno A.
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 • DIPUTACIÓN DE ALMERÍA • COSAFRA • GRANADA MÁS • GRAMOFLORES • PARTIDA LOGISTICS • UNICA GROUP • CONSEJERÍA DE MURCIA • LORENZO CARRASCO • MujerAGRO • PATATAS MELÉNDEZ • FEDEMCO • BLUE WHALE • CENTRO SUR y ESPÁRRAGO DE GRANADA • SIPCAM • GIROPOMA • CANAL WHATSAPP ECA • CAJAMAR • COMERCIAL QUÍMICA MASSÓ • AGROBÍO • FRUITS RAFOLS • 17 SYMPOSIUM SANIDAD VEGETAL • RIJK ZWAAN • COOPERATIVA LA PALMA • HORTAMIRA • ECOCULTURE • BAYER • KUBOTA • UNITEC GROUP • AGRODEI • 5 AL DÍA • ECA COMERCIO AGRARIO • MujerAGRO • ONUBAFRUIT • ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DEL KAKI •



www.sieteagromarketing.com | www.ecomercioagrario.com

Síguenos en:

@eComercioAgr

@ecomercioagrario

www.linkedin.com/company/ecomercio-agrario

eComercioAgrario

Tradicionalmente comprometidos

COOPERATIVA SAN FRANCISCO
COSAFRA
HUÉTOR TÁJAR (GRANADA)

Desde 1.960

FRUIT LOGISTICA 7-9 FEB 2024 www.cosaфра.com
Te esperamos en el Pabellón 18 Stand B 09



Empresa Actel y Fruits De Ponent

Nueva alianza estratégica para Actel Grup y Fruits de Ponent SCCL

Actel Grup y Fruits de Ponent avanzan en la creación de una sociedad compartida para las unidades de negocio de fruta, aceite y almendra.

La decisión de buscar esta colaboración entre Actel Grup y Fruits de Ponent SCCL surge después de un período de reflexión conjunta de las dos cooperativas, teniendo en cuenta el contexto externo marcado por la alta concentración de acto-

res en la cadena de valor agroalimentaria y los cambios significativos en la producción agraria causados por la emergencia climática, especialmente acentuada en las últimas campañas. "Han sido varios meses de trabajo y finalmente hemos encontrado la solución para ir hacia una sociedad compartida", comenta Josep María Codina Esmet, Presidente de Actel Grup.

Ante estos factores, junto con el objetivo de promover el desarrollo sostenible de la actividad empresarial, pretenden ofrecer a sus socios y socias una mayor rentabilidad en sus explotaciones,

mediante una transformación y comercialización más eficientes de los productos agrarios, así como explorar de manera conjunta un mayor dimensionamiento para hacer frente a las altas necesidades de inversión actuales.

Nuevas oportunidades de negocio

Esta alianza estratégica tiene como finalidad proporcionar un servicio integral a toda la masa social y buscar nuevas oportunidades de negocio, especialmente en ámbitos como la energía, el apoyo laboral en campo con personal para los socios productores y la captación de talento en la futura organización. "Queremos ser un referente para todos nuestros socios y ayudarles a solucionar problemas como el relevo generacional, afrontar la emergencia climática y futuras inversiones", afirma Benjami Ibars Vitores, Presidente de Fruits de Ponent SCCL.

En definitiva, ambos grupos cooperativos ya han establecido un programa de trabajo con el objetivo de que la nueva entidad pueda iniciar su actividad durante el primer semestre de este año 2024.

fondos y programas operativos de OP-FHs, para ampliar a todas las organizaciones de productores reconocidas la posibilidad de compatibilizar los pagos vinculados a los ecorregímenes de la PAC con las ayudas para la misma finalidad concedidas a través del fondo operativo.



España introduce mejoras en la normativa que regula las OPFH's

España ha aprobado un real decreto que modifica diversa normativa relativa al sector de frutas y hortalizas. Una de las modificaciones introduce mejoras en el real decreto que regula el reconocimiento y funcionamiento de las organizaciones de productores del sector de frutas y hortalizas (OPFH), para establecer una nueva categoría de reconocimiento para pimentón.

También se flexibiliza el valor mínimo de la producción comercializable para la categoría correspondiente a aromáticas y condimentos, para facilitar el acceso de los agricultores de estos cultivos a las ayudas que se canalizan a través de las OPs.

Además, se ha aprobado modificaciones del real decreto que regula los

Por Bárbara Aguayo Martínez. Periodista Agroalimentaria | @BarbaraAguayoM3

La campaña del kaki deja buen sabor de boca

Tras dos años complicados para el sector del kaki, este ejercicio ha terminado con buen sabor de boca, en gran parte al trabajo que se viene realizando desde Asociación Española del Kaki (AEKAKI).

cio. "Se han producido daños directos sobre el fruto, que ha recibido los impactos de las ramas y por consiguiente ha afectado a toda la parte externa de la fruta provocando la depreciación comercial del género", afirma Prats.



Kaki rojo brillante

La campaña del kaki a su inicio se vio afectada por el pedrisco principalmente en la zona de la Ribera y del Valle de Albaida reduciendo en torno a 50 millones de kilos la cosecha prevista.

La primera campaña del kaki, conocida como precoz porque se recoge el fruto temprano, fue bastante positiva. "Iniciamos la campaña sobre el 22 de septiembre con un fruto de muy buena calidad" resalta Pascual Prats Sánchez, presidente de la Asociación Española del Kaki (AEKAKI).

A nivel general, la campaña ha superado las adversidades meteorológicas y se ha recuperado ya que la producción se ha normalizado quedando lejos de la merma de la campaña anterior.

Problemas con el viento

Las intensas y continuadas rachas de viento en noviembre dejaron su huella en las plantaciones valencianas de kaki mermando tanto la calidad como la cantidad de fruta disponible para el resto del ejerci-

Buenos datos de exportación

Las negociaciones del expediente de exportación de kaki español a China, iniciados a finales el 2016, ya han concluido y el mercado chino se añade a los 50 países a los que se exporta kaki fuera de la UE. "Actualmente, estamos exportando en torno al 70% de kaki dentro de la UE. Nuestra mirada ahora está puesta en el mercado chino donde por primera vez, el pasado mes de diciembre, enviamos el primer contenedor de kaki valenciano que está a punto de llegar", comenta Pascual Prats Sánchez.

La apertura del mercado chino al kaki español genera unas expectativas positivas en el sector

La apertura del mercado chino a este producto genera unas expectativas muy interesantes para la agricultura valenciana, ya que, a pesar de que el kaki es originario de China y se produce en dicho país, la demanda de un fruto de máxima calidad como el valenciano, posiciona bien a este sector.

Bonnysa: Sabor del Año 2024 en plátano

El plátano Bonnysa logra hacerse con el sello Sabor del Año, revalidando de este modo el esfuerzo que la compañía está realizando por posicionar su producto como un referente de sabor entre los consumidores.

La empresa ha centrado su trabajo en cultivar un producto premium, distintivo en sabor y calidad, acorde con la demanda de los consumidores. Fruto de ello es el intenso sabor y aroma que contiene el producto y que ha seducido el paladar de los consumidores que cada día confían en la marca Bonnysa.

Con una producción del 100% en la isla de Tenerife, Bonnysa ha desarrollado un sistema de cultivo único en la isla en la que toda la producción se realiza en invernaderos, con sistemas de riego y humedad eficientes, con un alto grado de sostenibilidad, disponiendo de un sistema de cable guía que permite transportar el plátano desde el cultivo hasta el almacén minimizando la manipulación del producto. También dispone de cámaras de maduración en península para confeccionar el producto en el punto óptimo, todo ello aspectos fundamentales para poder ofrecer un producto de calidad superior y que la compañía sigue bajo estrictos controles de producción y calidad.



www.bonnysa.es

Asociación Granada Más organiza el I Congreso Internacional de Subtropicales con expertos mundiales en aguacate y mango

El Palacio de Congresos de Granada acogerá los días 15 y 16 de mayo de 2024 el primer Congreso Internacional de Subtropicales que organiza la Asociación Granada Más.

La Asociación Granada Más ha anunciado la celebración del primer Congreso Internacional de Subtropicales, programado para los días 15 y 16 de mayo de 2024. El prestigioso evento, que tendrá como escenario la capital granadina, se llevará a cabo en el Palacio de Congresos de Granada y reunirá a los principales expertos a nivel mundial en el cultivo de aguacate, mango y otros productos tropicales de gran proyección comercial.

Este Congreso, cómo destaca la organización, representa un hito significativo para la industria agrícola, reuniendo a destacados profesionales, científicos, académicos y empresarios dedicados al estudio, cultivo y desarrollo de los subtropicales. El evento ofrecerá una plataforma única para el intercambio de conocimientos, experiencias y avances tecnológicos en este sector en constante evolución.

Destacados ponentes y temas de relevancia mundial

El Congreso Internacional de Subtropicales contará con la participación de los mejores expertos en aguacate, mango y otros cultivos tropicales. Los ponentes abordarán una amplia variedad de asuntos de interés para todos los profesionales, incluyendo temas como tendencias del mercado global de subtropicales; avances tecnológicos en la producción y procesamiento de aguacate y mango; desafíos y soluciones en la sostenibilidad de los cultivos subtropicales; innovaciones en la investigación y desarrollo de nuevas variedades y perspectivas económicas para los productores y exportadores de subtropicales.

Oportunidades de networking y exhibiciones

El evento ofrecerá oportunidades únicas para establecer contactos y colaboraciones, con sesiones dedicadas al networking y una zona de exhibición comercial que contará con empresas líderes del sector. Los asistentes podrán conocer de cerca las últimas tecnologías, productos

El evento ofrecerá una plataforma única para el intercambio de conocimientos, experiencias y avances tecnológicos

El Congreso contará con una zona de exhibición comercial con empresas líderes del sector

y servicios relacionados con el cultivo de los subtropicales.

Inscripciones e información adicional

Las inscripciones para el Congreso Internacional de Subtropicales estarán próximamente abiertas. A través de las inscripciones la organización ofrecerá información actualizada sobre el programa, los ponentes confirmados y la apertura de inscripción, también accesible en la web del congreso.

La Asociación Granada Más es una entidad comprometida con el desarrollo sostenible de la agricultura y la promoción de los productos subtropicales. A través de iniciativas como este congreso, busca fomentar la investigación, la innovación y la colaboración en la industria agrícola.

www.congresosubtropicales.com



CONGRESO INTERNACIONAL DE LOS SUBTROPICALES

PALACIO DE CONGRESOS DE GRANADA

15 y 16 de Mayo de 2024



congresosubtropicales.com



www.granadamas.es



G+ranada Más

Por Gissele Falcón Haro. Directora de Siete Agromarketing | @FalconGissele

“Hemos puesto a disposición de los agricultores en un solo año más de 120 hectómetros de agua regenerada”

La Región de Murcia es un referente nacional en la producción de frutas y hortalizas y en su comercio internacional. Analizamos con Sara Rubira Martínez, Consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia, la situación del sector y las líneas de trabajo de su departamento.

Asumió el cargo de Consejera hace unos meses, en momentos claves además para la agricultura de la Región de Murcia. ¿Cuáles serán las líneas estratégicas de su mandato?

Nuestra línea de trabajo está muy clara: defender los intereses de los agricultores, ganaderos, pescadores y acuicultores. Apoyarles de forma permanente para garantizar la rentabilidad de sus actividades, para lo que destinaremos en 2024 más de 135 millones de euros y defender ante quien sea sus reivindicaciones. Pero además queremos impulsar el relevo generacional mediante nuevas ayudas a los jóvenes para su incorporación al sector agrario, tal y como han hecho ya más de 1.000 en los últimos años.

Y a todo ello quiero añadir la defensa del agua. Sin agua no hay vida y necesitamos que el Trasvase Tajo-Segura siga siendo la principal fuente de abastecimiento para consumo y regadío en la Cuenca del Segura, por lo que dedicaremos todos nuestros esfuerzos a contrarrestar la nefasta política hídrica de Sánchez que aboca al Levante a la ruina.

“Necesitamos que el Trasvase Tajo-Segura siga siendo la principal fuente de abastecimiento para consumo y regadío”



Sara Rubira Martínez. Consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia, en una plantación cítrica.

El agua, o mejor dicho la falta de recursos hídricos está condicionando el desarrollo de la producción agrícola de la Región. ¿Qué medidas concretas están diseñando desde su consejería para afrontar este reto?

En materia de agua lo primero que tenemos que recordar es que somos un modelo a seguir a nivel mundial por nuestra capacidad para depurar y regenerar aguas. Solo en 2023 representantes y expertos de 14 países han venido aquí para aprender cómo lo hacemos. Ante la falta de agua nuestro sector agrario ha sabido apostar por la innovación y la tecnología para optimizar hasta la última gota de agua mediante la aplicación de las técnicas más novedosas. Pero, además, nosotros les hemos ayudado poniendo a su disposición, sólo el pasado año, más de

120 hectómetros de agua regenerada, de manera totalmente gratuita, para poder regar sus cultivos. E insisto, continuamos juntos en la defensa del Trasvase Tajo-Segura, que ha sufrido un hachazo por parte del Gobierno de España y está gravemente amenazado tras casi 45 años vertebrando el sureste español y favoreciendo la creación de riqueza y empleo.

En plena campaña cítrica, que se presenta con reducción de aforo en productos como naranja y mandarinas, el limón y pomelo recuperan sus niveles de producción, y ahí Murcia es líder. Sin embargo, se enfrenta a importaciones desleales de terceros países. ¿Qué postura defiende y traslada al sector en esta cuestión?

Precisamente hace unos días tuve la oportunidad de exigirle al Ministro de Agricultura Luis Planas actuaciones firmes para atajar la competencia desleal de terceros países. Tal y como defiende el sector, que se inste a la Unión Europea a la aplicación de cláusulas espejo que garantice que la producción agraria se realiza en las mismas condiciones y obligaciones sanitarias, medioambientales y sociales. Porque de esta forma sí protegemos a nuestros agricultores y ganaderos de competencias desleales.

Y por otro, exigimos que se intensifiquen los controles en frontera, para ga-

rantizar el cumplimiento de los acuerdos comerciales con terceros países.

La Región de Murcia es un referente nacional en producción hortícola, con una agricultura de vanguardia sobre la que miran otros países, ¿qué acciones impulsarán desde la Consejería a nivel internacional?

Como no podía ser de otra manera, la producción de los mejores alimentos debe ir acompañada de la promoción y difusión correspondiente para dar a conocer en el resto del mundo la calidad de nuestros productos. En 2024, la Región de Murcia estará presente en las ferias internacionales más potentes del sector. Esto nos permite, por un lado, consolidar los mercados ya existentes y, por otro, la apertura de nuevas vías de comercialización como venimos haciendo en los últimos años con el sudeste asiático. Además, continuamos apoyando a las Denominaciones de Origen, esas figuras de calidad que defienden productos distinguidos de nuestra tierra como los vinos de Jumilla, Yecla y Bullas, el arroz de Calasparra, el queso de Murcia o la pera de Jumilla.

La innovación y la digitalización caminan juntas para lograr una agricultura puntera, y en ello la Región de Murcia ya está trabajando. ¿Cuentan desde el gobierno con acciones concretas para su fomento?

Por supuesto, porque nuestro Presidente Fernando López Miras es muy consciente de que hoy más que nunca se hace fundamental apostar por la innovación y tecnificación de la agricultura, y por eso vamos a potenciar la labor del Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (IMIDA) que, con sus investigadores al servicio del sector agrario y su industria, ofrecen soluciones encaminadas a hacer más fácil el trabajo de agricultores y ganaderos.



Sara Rubira Martínez observa el trabajo en investigación del sector hortofrutícola

Para ello destinaremos en 2024 un total de 8,7 millones de € en proyectos de investigación agraria, destacando los de I+D agroalimentario y marino, los enfocados al desarrollo de modelos sostenibles de producción o las técnicas de optimización de recursos. Y continuaremos desarrollando nuevos programas de mejora genética de variedades de frutas y hortalizas para adaptarlas a las nuevas condiciones climáticas o ser más resistentes a plagas.

En definitiva, trabajamos para poner a disposición de agricultores y ganaderos las mejores herramientas que les permitan mejorar su rentabilidad y la calidad de los productos.

Una mujer se pone al frente de una Consejería de Agricultura, un sector muy masculinizado. Como mujer ahora en un cargo de máxima responsabilidad, ¿cómo puede contribuir o ayudar a visibilizar a la mujer agroprofesional, será una prioridad durante su mandato?

Yo soy de las que defienden que la valía de las personas no depende del sexo, sino del empeño que se ponga. Por eso no hago diferencias ni veo inconvenientes a la situación actual del sector. Es cierto

“Exigimos que se intensifiquen los controles en frontera, para garantizar el cumplimiento de los acuerdos comerciales con terceros países”

que en los últimos años hemos avanzado en el impulso a la entrada y consolidación de la mujer en el sector agrario, que tradicionalmente está masculinizado. De hecho, hemos firmado un convenio con AFAMMER para potenciar el papel de la mujer en el mundo rural.

¿Desea añadir algo más?

Me gustaría aprovechar esta oportunidad para desear, a través de este medio, un gran 2024 para todo el sector agroalimentario, en el que seguiremos trabajando para ellos y poniendo a disposición de agricultores, ganaderos, pescadores y acuicultores todas las herramientas y ayudas posibles que el Gobierno de Fernando López Miras tiene a su disposición.

PARA UN CRECIMIENTO RESPONSABLE

¡AHORA, MÁS CERCA DE TI!

GRAMOFLO
Sustratos innovadores para hortícolas



Sustratos sostenibles



Protección del Medio Ambiente



Reducción Huella de CO₂



Sustratos fabricados en España



Para más información en www.gramoflor.com

Gramoflor Ibérica SLU · Boquella 1 · E-46640 Moixent (Valencia) Spain
Tel. + 34 96 295 4005 · Fax. +34 962 954 545 · info@gramoflor.es

Por José Esteban Ruiz Álvarez. Periodista agroalimentario | @RuizJoseEsteban

España saca 'músculo' con su potencial exportador en frutas y hortalizas



El sector hortofrutícola español vuelve a Fruit Logistica como uno de los operadores internacionales más importantes en producción y comercialización de una gran variedad de productos.

La gran variedad de frutas y hortalizas de la que puede presumir España vuelve a ser un referente internacional para el comercio de frescos en una nueva edición de Fruit Logistica, evento mundial que concentra en febrero las principales vertientes del negocio hortofrutícola del mundo.

La diversidad que caracteriza a España en producción, gran parte de ella concentrada en su Arco Mediterráneo, es sin duda, una excelente tarjeta de presentación al cliente mundial. Compradores y distribuidores ven a España como un gran país proveedor de este tipo de alimentos frescos, con una capacidad para poner en la mesa de los consumidores una amplia variedad de hortalizas, tales como pimiento, tomate, calabacín, berenjena, cebollas, ajos, patatas, lechuga, brócoli...etc.; y también frutas, desde gran parte de las denominadas de hueso, como las de pepita, y hasta subtropicales, y berries.

Una amplia oferta varietal que se complementa a la perfección con sus periodos de producción, portando la capacidad suficiente que buscan algunos clientes, principalmente europeos, para contar

con producto gran parte del año. Además, cabe destacar, su posicionamiento como productor de hortalizas durante la época invernal en el Viejo Continente, que la sitúa como la gran despensa de Europa en los meses más gélidos.

Más valor en exportación

Su 'músculo' se refleja en su caracterización productiva y comercial, y por tanto en las cifras que arrojan sus exportaciones. Un sector, el español, que muestra su empuje internacional a través de sus sólidas relaciones de negocio con el resto del mundo, con especial significado en la Unión Europea, para los que se convierte en 'ficha' esencial para la alimentación de cientos de millones de ciudadanos durante buena parte del año.

Pimiento y naranja, principal hortaliza y fruta que exporta España

Sus cifras exportadoras siguen creciendo. A cierre de esta revista, con los

datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, procesados por FEPEX, y disponibles hasta octubre de 2023, se advierte un nuevo crecimiento en valor, superando los 13.400 millones de euros, concretamente del 5% con respecto al mismo periodo del año anterior; aunque en volumen se registra un retroceso, marcando cifras que rondan los 9,05 millones de toneladas, 500.000 menos que en 2022, descendiendo, por tanto, un 6%.

Hortalizas

En volumen, las hortalizas superaron ligeramente los 4 millones de toneladas exportadas, mientras que las frutas rozaron los 5 millones de Tn. En cuanto al valor alcanzado por las ventas al exterior, el sector hortofrutícola español alcanzó unos ingresos de 6.139 millones de euros por las operaciones con hortalizas y 7.330 millones de euros por las que protagonizaron las frutas.

Las cuatro principales hortalizas exportadas por las empresas productoras y comercializadoras de España en el periodo analizado, es decir, de enero a octubre de 2023, fueron, por este orden, pimiento, lechuga, pepino y tomate. Productos, que principalmente se cultivan en la provincia de Almería, y también en la Región de Murcia (lechuga).

En el caso concreto del pimiento, el 'líder', se exportaron 528.000 toneladas, un 11% menos que en el mismo periodo de 2022, con un valor de 1.185 millones de euros, lo que supone un incremento del 18%. En referencia a la lechuga, su producción exportada se situó en 520.000 toneladas que rozaron una facturación 694 millo-

nes de euros. El tercer producto en liza, el pepino, generó un valor 710 millones de euros, gracias a la venta al exterior de 480.000 Tn. Finalmente, en referencia la tomate, cabe destacar el envío de 440.000 Tn fuera de las fronteras españolas, que generaron unos ingresos superiores a los 912 millones de euros.

En el resto de tipos de hortalizas que exporta el sector español destacan, completando el Top 10: col (371.000 Tn); patata (335.000 Tn); calabacín (304.000 Tn); cebolla (273.000 Tn); berenjena (133.000 Tn); y ajo (126.000 Tn).

Frutas

En el segmento de frutas, la exportación española, por volumen, la lideran, por este orden, naranja, sandía y mandarina. El limón se sitúa en cuarto lugar, mostrando el potencial en cítricos del sector español.

En naranja, los datos ponen de manifiesto una reducción significativa del volumen exportado entre enero y octubre de 2023, en comparación con el mismo periodo de 2022, con un retroceso porcentual del 26%, pasando de los 1,2 millones de toneladas a las 955.000 Tn. En cuanto a

La exportación desciende un 6% en volumen, pero aumenta un 5% en su facturación



Naranja en un árbol

los ingresos se redujeron un 4%, quedando fijado en 877 millones de euros.

La exportación de sandía, por su parte, descendió levemente hasta las 674.000 Tn, 4.000 menos que en el mismo periodo de 2022. Una tendencia que también se reflejó en su facturación, que se redujo un 3%, hasta caer por debajo de los 500 millones de euros.

En lo que se refiere a las ventas al exterior de mandarina, su volumen se situó en 585.000 Tn, un 23% menos que en el mismo periodo del año anterior cuando superó las 754.000 Tn. En cuanto al valor generado por estas operaciones comerciales se fijó por encima de los 888 millones de euros, un 3% menos que entre enero y octubre de 2022.

Alemania, principal destino

Alemania es el principal cliente de las frutas y hortalizas de España. No en vano, en el periodo analizado superó la compra de más de 23% del total. Alrededor del 80% de las exportaciones que realiza el sector de las frutas y hortalizas de España se distribuye en la Unión Europea. En segunda posición, como comprador preferente, se mantiene Francia.



Representantes Aduaneros

Import/Export



Pimientos en un invernadero ubicado en la provincia de Almería

Por José Esteban Ruiz Álvarez. Periodista agroalimentario | @RuizJoseEsteban

Andalucía manda con Almería y su pimiento

La provincia almeriense concentra alrededor del 80% de las exportaciones hortofrutícolas andaluzas, siendo el pimiento el producto más exportado. Entre enero y octubre de 2023, Almería generó por estas operaciones 2.546 millones de euros.

El potencial almeriense en producción de frutas y hortalizas bajo abrigo, sin duda, marca el liderazgo de Andalucía en España en el apartado de ventas al exterior en esta categoría, la hortofrutícola. No en vano, esta provincia concentra más del 80% de los ingresos que generan las exportaciones andaluzas, 2.524 millones de euros, entre enero y octubre del pasado año, últimos datos disponibles, facilitados por Andalucía TRADE-Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico de la Junta de Andalucía.

La relevancia almeriense alcanza cotas altas también en el panorama exportador nacional. No en vano, dos de cada cinco euros que vende España en el exterior los genera la provincia de Almería, suponiendo así el 38% del valor de las exportaciones hortofrutícolas.

Almería genera dos de cada 5 euros en las exportaciones de frutas y hortalizas de España

Esta comunidad autónoma española marca la senda de los envíos que se hacen desde el país al resto de mundo, principalmente al continente europeo. No en vano, en los diez primeros meses de 2023, Andalucía generó 3.181 millones de euros, registrando un incremento del 4% en relación, al mismo periodo del año anterior.

Con estas cifras roza el 50% de la facturación derivada de las exportaciones de



frutas y hortalizas entre enero y octubre del año pasado, una cifra similar al histórico que viene marcando. Concretamente, en este último caso, supone el 47% del total español, muy por encima de la segunda y tercera comunidad, la Región de Murcia que se sitúa más de 20 puntos porcentuales por debajo, y la Comunitat Valenciana.

Potencial productivo

Con estas cifras, Andalucía vuelve a batir una vez más su récord. Un nuevo incremento que como destacan en la Administración andaluza, viene impulsado por el incremento de las ventas de seis de los diez productos más exportados. "Lideran las ventas los pimientos, con 811 millones de euros, el 25,5% y un alza del 11,6%, la segunda mejor del Top10; seguidos por los tomates, con 669 millones, el 21% del total y aumento del 3,3%; y los pepinos y pepinillos, con 576 millones, el 18,1% y subida



Producción de pimientos en un invernadero de la provincia de Almería

del 3,4%. El cuarto producto más vendido son las calabazas y calabacines, con 288 millones (9% del total) y un descenso del 17,4%; seguido de las lechugas, con 149 millones (4,7%) y un incremento del 1,6%; y las berenjenas, con 137 millones (4,3%) y un aumento del 9%", detallan en Andalucía TRADE.

Alemania mejor cliente

Europa copa los primeros destinos de las exportaciones del sector hortícola andaluz en el exterior, hasta el punto de que concentra el 99% de las ventas mundiales. Según el informe sobre exportaciones hortofrutícolas realizado por Andalucía TRADE, el primer destino de las verduras andaluzas es Alemania, con 1.129 millones de euros, el 36% del total, y un avance del 9,6%; seguido de Francia, con 414 millones, el 13% del total y una bajada del 6,6%. En tercer lugar, se sitúan los Países Bajos, con 665 millones, el 11,5% y la tercera mejor subida del Top10, con 15,3%; seguidos de Reino Unido, con 332 millones, el 10,4% y una bajada del 11%; y Polonia, con 151 millones (4,7%) y un alza del 3,2%.

El sexto mercado internacional de Andalucía es Italia, con 127 millones (4%) y una bajada del 3,9%; seguido de Bélgica, con 102 millones (3,2%) y el segundo mejor crecimiento, con un alza del 31%. En octava posición está Portugal, con 81 millones (2,5%) y una subida del 44%; siendo el mercado que más crece del Top10; seguido de Dinamarca, con 70 millones (2,2%) y una leve bajada del 0,9% y, Suecia, con 67 millones (2,1%) y un descenso del 11%.

No renunciamos a nuestra tradición, pero tampoco nos quedamos atrás. Apostamos por el relevo generacional, por dar voz y oportunidad a los jóvenes.

Dueños de la tierra.
Dueños de lo que producimos.

DUEÑOS DE NUESTRO FUTURO.



M^º ÁNGELES, PAQUI, RAMÓN, MIGUEL ÁNGEL, TAHIRI, JESÚS, MIGUEL, ROSENDO, M^º ISABEL Y JUAN. AGRICULTORES.

FOTOGRAFÍA. RODRIGO VALERO

única 15 años

FRUIT LOGISTICA
INNOVATION
AWARD '24
NOMINEE



PRUEBA Y VOTA A ZUCCHIOLO EN EL ESPACIO ENTRE LOS PABELLONES 20 Y 21



ZUCCHIOLO®

Es una hortaliza que marca el comienzo de una nueva categoría de producto en el mercado europeo. Cruda o cocinada, destaca por su versatilidad. En un producto con un marcado carácter social, donde el 50% de los que se recauda de sus ventas se destina a fines sociales, como la investigación en la lucha contra el cáncer.



RESPONSABILIDAD SOCIAL
Fundación Cellbitech

Este proyecto cumple con el compromiso social de ayudar a la investigación médica.

Por Bárbara Aguayo Martínez. Periodista Agroalimentaria | @BarbaraAguayoM3

Murcia lidera un año más la exportación de lechuga

Bien es sabido que Murcia es una de las regiones con un alto potencial en el sector hortofrutícola considerada como "la huerta de Europa" situándose como la segunda provincia nacional exportadora de frutas y hortalizas frescas de España.

En este sentido, Murcia se posiciona como la región potencia en exportación hortofrutícola donde, durante la primera mitad del 2023, sus envíos crecieron un 9,6% alcanzando entre enero y octubre unas ventas totales por valor de 2.430 millones de euros. De esa cifra, 1.189 millones correspondieron a hortalizas y 1.241 millones a frutas.

Por productos

La Región de Murcia lidera un año más la producción de lechugas en España, a las que dedica un total de 16.000 hectáreas para este cultivo en toda la Región. Murcia no solo encabeza este ranking de nuevo, sino que se convierte en promotora de las virtudes que conlleva el consumo de esta y otras hortalizas de hoja. De enero a octubre exportó un total de 350.000 toneladas por un valor de 454 millones de euros.

Otros productos exportados son las coles y coliflores con un total de 238.000 Tn por un valor de 321 millones de euros seguida del pimiento con 92.000 Tn por valor de 189 millones de euros de enero a octubre.

Por otro lado, en el ámbito de las frutas, encabeza la lista el limón y lima con un total de 261.000 Tn por valor de 342 millones de euros. A esto le sigue la exportación de melón (157.000 Tn por un valor de 146 millones de euros) y la sandía (125.000 Tn por un valor de 163 millones de euros)

Destinos de los productos murcianos

Los productos hortofrutícolas murcianos llegan a 147 países de los cinco continentes. Alemania sigue siendo el mercado preferente para las exportaciones de la Región con 595 millones de euros en ventas, con un incremento del



La lechuga genera más de 450 millones de euros en operaciones con el exterior

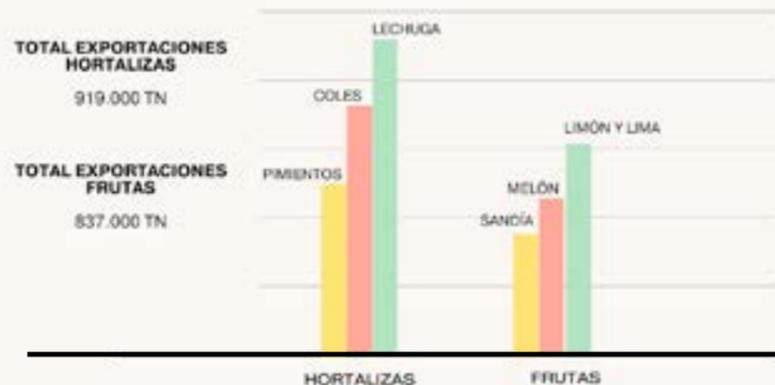
ECO Huerta de Europa



32,7% de la superficie cultivada en ECO

117.893,55 hectáreas de cultivos ecológicos

RANKING DE EXPORTACIONES HORTOFRUTÍCOLAS EN MURCIA - 2023



15,5% con respecto al año 2022. Por detrás le sigue Francia y Reino Unido, que se mantiene en cifras con respecto al año 2022, a pesar de la gran caída que tuvo en el año 2019 del 8,3% por el efecto del Brexit en el mercado británico.

Un año excepcional

Y es que a pesar de haber sido un año marcado por la climatología adversa y en especial por la sequía, que ha agravado el problema de falta de recursos hídricos en las principales zonas productoras de frutas y hortalizas, Murcia ha cerrado el año 2023 con un crecimiento hortofrutícola del 5% con respecto al año 2022.



Por Miriam Pérez Mena. Periodista especializada en política agroalimentaria | @mperezmen

Cataluña: Fruta de hueso y pepita recuperan los buenos niveles de exportación



Imagen de manzanas y peras

Cataluña ha vivido unos meses convulsos en todo lo relacionado con las campañas de producción hortofrutícola. En concreto, en fruta de hueso y de pepita, se han visto amenazadas por "dificultad en la gestión de plagas, escasez de mano de obra y, sobre todo, falta de agua", tal y cómo denuncian desde AFRUCAT, la Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña.

Hubo un momento de la campaña en la que se temió que se repitieran las malas cifras de 2022, pero finalmente, ambas han salvado los muebles e incluso han dado indicios de recuperación y crecimiento.

Cifras de la campaña

Cataluña ha producido un total de 366.720 Tn. de fruta de hueso entre las que se incluyen (melocotón, nectarina, ciruela, cereza y albaricoque) en 2023, y aunque no ha obtenido las 458.910 Tn. de 2021, sí que ha experimentado un claro

En fruta de pepita, la cifra de exportación asciende a 113.425 Tn

ascenso respecto a las 159.580 Tn del fatídico año 2022.

En cuanto a la pera y la manzana, finalmente las cosechas han rondado la media de los últimos 5 años, con 126.000 Tn y 266.110 Tn, respectivamente.

Aumento de la exportación

En cuestiones de exportación, el conjunto de la fruta de hueso mencionada anteriormente entre enero y octubre de 2023 ha sido de 279.764 Tn. En fruta de pepita, la cifra de exportación asciende a 113.425 Tn.

Además, cabe destacar como los cítricos (naranjas, mandarinas y limones) están cobrando cada vez más importancia en las exportaciones catalanas y ya suman 65.428 Tn este año.

Los principales países demandantes de fruta de hueso catalana han sido Alemania, Italia, Francia y el Reino Unido, una vez más, los países de la Unión Europea son los principales consumidores, Brasil y Arabia Saudí, son los principales destinos a terceros.

Respecto a fruta de pepita, en el que además de manzana y pera, se incluye membrillo, han sido Italia, Francia, Alemania y Portugal. Y fuera de Europa, Brasil, Marruecos y Colombia.

Las exportaciones de fruta de hueso en 2023 han sido de 279.764 Tn



Importación y exportación de Frutas y Hortalizas frescas a mercados de todo el mundo



Nuestro mayor legado es ofrecer siempre la mejor calidad



Visita nuestra web: grupolc.com

CENTRAL DICA, S.A.U
Longitudinal 7, nº 65 Mercabarna
Barcelona

LA PEQUEÑA HOLANDA
CR. Jerez-Antequera, km 31
Cádiz

Comercial: dica@grupolc.com
Tel. 93 556 16 29

La Comunitat Valenciana huele a cítricos, pero también a kaki y a hortalizas

Hablar de la Comunitat Valenciana en lo que a frutas y hortalizas se refiere es hablar de cítricos. Naranjas y mandarinas han llenado tradicionalmente los campos de esta región, un sector que ha visto como otras comunidades ganan terreno, especialmente en la producción, aunque no tanto en la exportación.

Su carácter emprendedor mantiene a esta comunidad como líder en las exportaciones cítricas, que, en el año 2023, y a falta de los dos últimos meses, ascienden a 693.988 toneladas en el caso de las naranjas (74% de la exportación nacional) y de 489.257 Tn en mandarinas (83% de cuota nacional). Le siguen el limón con 174.983 Tn (incluida también la lima) y el pomelo con 22.539 Tn (en estos dos últimos cultivos, Murcia es hoy la principal región exportadora).

Centrándonos en los dos cultivos frutícolas principales, naranjas y mandarinas, las exportaciones entre enero y octubre de 2023 con respecto al mismo periodo de 2022, han descendido de forma significativa (recordemos que la campaña 2022/2023 no fue positiva, con una importante caída de la producción). Así en ambos casos, el descenso ha rondado en 22%.

Al margen de que estos datos en las exportaciones puedan ser algo coyuntural, la Comunitat Valenciana hace bastante tiempo que apostó por otros cultivos. La fruta de hueso es casi residual hoy, sin embargo, el kaki sí es clave para esta región. Mirando la exportación de esta fruta en 2022 (datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales procesados por FEPEX), la Comunitat Valenciana envió fuera de nuestras fronteras 77.089 toneladas de kaki (65% de cuota nacional), lo que supuso un 42% menos



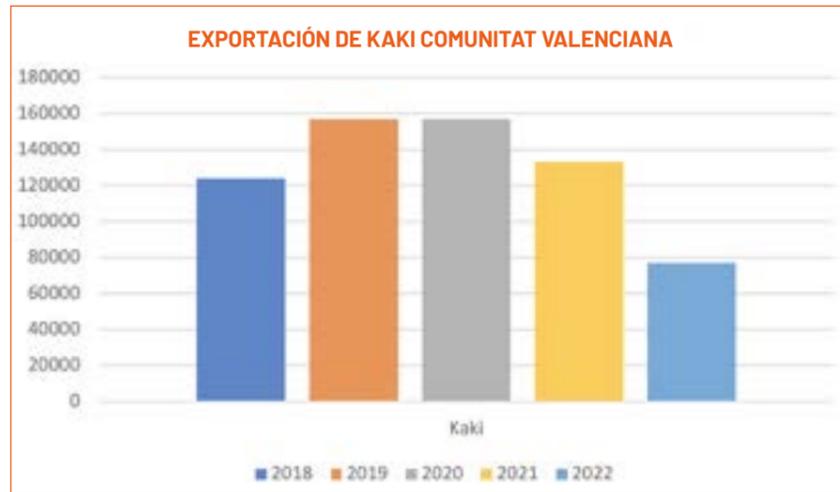
Naranjas, principal producto hortofrutícola de la región

que en 2021. Aquí la coyuntura productiva si fue determinante (importante merma en la producción), ya que los registros del año 2019 y 2020 se habían situado por encima de las 157.000 Tn exportadas.

También hay que hablar de hortalizas

Reconociendo el carácter frutícola de la Región, esta comunidad mediterránea

también crece en exportación de hortalizas. Productos como la alcachofa, con 6.375 Tn exportadas en 2023 (63% cuota nacional), ajos, con 31.543 Tn (24%), calabaza con 7.880 Tn (23%) y cebolla con 136.206 Tn (55%) adquieren una importante representación en la cuota nacional, datos que permite hablar de una ligera diversificación del sector hortofrutícola en la Comunitat Valenciana.



CUIDAR LA TIERRA ES AYUDAR AL SECTOR A TRAVÉS DE LA DIVULGACIÓN.
 CUIDAR LA TIERRA ES INNOVAR PARA PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE.
 CUIDAR LA TIERRA ES SELECCIONAR CON MIMO CADA SEMILLA.
 CUIDAR LA TIERRA ES APOYAR LA AGRICULTURA NACIONAL.
 CUIDAR LA TIERRA ES COMPROMETERTE CON TU ORIGEN.
 CUIDAR LA TIERRA ES DEFENDER EL CULTIVO SOSTENIBLE.
 CUIDAR LA TIERRA ES PROTEGER TU LEGADO.



Por Marga López Polo. Periodista Agroalimentaria | @MargaLopez77

Extremadura, difícil año para su fruta de hueso

Desde el punto de vista hortofrutícola, Extremadura es una región frutícola. Es referencia en frutales de hueso, como melocotón, nectarina, paraguay y especialmente ciruela, y también lo es en cereza.

La producción se centra en dos zonas muy delimitadas: las vegas del Guadiana, en la provincia de Badajoz, y los Valles del Jerte, Ambroz y Vera en Cáceres.

Hasta octubre de 2023, y según datos contabilizados desde el Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, la exportación de frutas desde Extremadura ascendió a 109.238 toneladas, un 11% menos que en 2022 (enero-octubre) donde se alcanzaron las 123.350 Tn. En valor, la exportación de frutas desde Extremadura a Europa superó los 175.864.000 €, siendo igualmente inferior este dato con respecto a 2022 (192.280.000 €).

Evolución por productos

Hemos mencionado los principales productos que exporta Extremadura, pero veamos en detalle cómo ha sido este último ejercicio para cada una de estas frutas de hueso.

En cuanto a la ciruela, en 2023 se exportaron 50.347 Tn, cifra prácticamente similar a 2022. En nectarina (24.368 Tn) y melocotón (5.687 Tn), los datos alcanzados en 2023 sí arrojan descensos más abultados: de casi 10.000 Tn en el caso del melocotón y de 7.300 Tn en nectarinas.

La cereza, seña de identidad de la región, también ha caído en este ejercicio,

con una climatología que no le ha beneficiado y por lo tanto mermando sus exportaciones, principal destino de esta fruta. En 2023, los envíos a Europa fueron de 5.439 Tn, mientras que en 2022 rondaron las 10.000 Tn.

Extremadura también cuenta una creciente producción de melón y sandía, que se abre paso en Europa. Muy lejos aún de las cifras de otras regiones, la comunidad extremeña exportó en el ejercicio pasado 5.395 Tn de sandía, y 2.500 Tn de melón, una cifra estable en el caso del melón en los últimos años, pero claramente en crecimiento en sandía, donde ha pasado de comercializar fuera de nuestras fronteras 2.803 Tn en 2021 a las más de 5.300 Tn en la última campaña.

Mientras que la ciruela se ha mantenido estable, las exportaciones de melocotón, nectarina y cereza han caído de forma importante



HERNANDORENA amplía su catálogo con fruta de hueso a raíz desnuda

El año 2024 comienza para Viveros Hernandorena en plena campaña de venta de fruta de hueso, con previsiones de alcanzar en este ejercicio las 200.000 plantas, de las cuales el 25% serán de planta a raíz desnuda, un nuevo formato comercial para este vivero que les permite ofrecer,

la misma calidad y Fiabilidad Varietal a precios más competitivos.

“Con esta línea de producción y de ventas, tratamos de ofrecer un mejor servicio a aquellos productores que ponen en marcha grandes proyectos productivos y

necesitan plantas más económicas, sin bajar un ápice su calidad. Esto lo logramos con la planta a raíz desnuda, donde los costes de producción y de la logística son más reducidos, y podemos trasladar ese ahorro al cliente”, explica la directora comercial Rosa Hernandorena Ribes.

www.hernandorena.com

Por Miriam Pérez Mena. Periodista especializada en política agroalimentaria | @mperezmen

Las exportaciones de frutas de Aragón baten récords en 2023

Aragón representa la quinta parte de la superficie total nacional española en producción de fruta, destacando su fruta de hueso. Es el principal productor nacional de cereza y el segundo de melocotón y manzana. Si nos fijamos en las exportaciones, según datos de FEPEX, Aragón ha disparado sus cifras en los primeros 10 meses de 2023 hasta llegar a las 165.000 toneladas, mientras que en 2022 no alcanzó ni las 100.000 Tn.

Los números de la comunidad aragonesa en materia de producción y exportaciones han sido muy diferentes a la dinámica del resto de regiones productoras y exportadoras de España. Según cifras de la Consejería de Agricultura de Aragón, en 2023 se duplicó la producción de fruta de hueso debido, entre otros factores, a la ausencia de heladas que sí, desgraciadamente, afectaron en la producción de otras comunidades autónomas.

En general, la dinámica de las exportaciones en España ha caído un 9% respec-

to al año anterior, sin embargo, Aragón ha crecido un 70%, llegando a los 246 millones de euros.

Por productos y países

La Unión Europea sigue siendo la principal demandante de fruta de hueso aragonesa y en total, a fecha del mes de octubre de 2023, se han exportado 129.319 Tn con un valor económico de 200.000 millones de euros, en las que se incluye albaricoques, cerezas, melocotones, ciruelas y endrinas. En el ranking de países receptores, Alemania y Francia encabezan la lista, seguidas de Reino

Aragón ha disparado sus cifras de exportación en los primeros 10 meses de 2023 hasta llegar a las 165.000 Tn



Unido, Polonia e Italia. Por su parte, las manzanas, peras y membrillos supusieron un total de 7.468 Tn, con un valor de 8.879 millones de euros.



ELIGE LA SOSTENIBILIDAD

#EligeEnvasesDeMadera

- 100% reciclable y biodegradable
- Huella de carbono negativa
- Huella hídrica mínima

HALL 11.2
STAND B24

www.fedemco.com

CHOOSE SUSTAINABILITY #ChooseWoodenPackaging

Por Bárbara Aguayo Martínez. Periodista Agroalimentaria | @BarbaraAguayoM3

Castilla-La Mancha se sitúa como la segunda región más exportadora de ajo

El sector hortofrutícola en Castilla-La Mancha sigue siendo líder en la producción de alimentos hortofrutícolas como el ajo, cebolla, melón, sandía y también la uva de vino.

Si nos centramos en lo que se refiere a las exportaciones internacionales hortofrutícolas, el principal mercado dentro de la zona euro continúa siendo nuestro vecino Portugal seguido de Francia, Alemania e Italia. Sin embargo, fuera de la UE, encabeza la lista Reino Unido, Turquía y Rusia.

Castilla - La Mancha exportó un total del 25.277 Tn de frutas de enero a octubre del 2023, un 22% menos con respecto al mismo periodo que en 2022. Sin embargo, en el sector de las hortalizas se refleja una subida del 16% en comparación con el año 2022 exportando un total de 144.108 Tn.

Castilla-La Mancha exportó 20.560 Tn de sandía de enero a octubre del 2023

El ajo y cebolla

Castilla-La Mancha es la segunda Comunidad Autónoma más exportadora de ajo tras Andalucía. En 2023 exportó un total de 21.968 Tn por un valor de 53 millones de euros siendo Alemania el primer comprador seguido de Italia.

En cebolla, exportó un total de 11.096 Tn por un valor de 7,3 millones de euros siendo de nuevo Alemania el primer des-



Ránking por provincias

tino para la cebolla manchega seguida de Francia, Portugal y Países Bajos.

Especial protagonismo para el melón y la sandía de La Mancha

En la pasada campaña de melón y sandía en CLM se plantaron alrededor de 6.000 hectáreas de melón y 3.000 de sandía, el 90% fue en la provincia de Ciudad Real.

En el caso de la sandía, en las últimas cinco campañas, una media del 67% de la producción se ha destinado a exportación, con un fuerte incremento en la última campaña; y en melón, este porcentaje se sitúa de media en el 60%. El 98% de la exportación se dirige al mercado de la UE, con una tendencia creciente en los últimos años respecto a la sandía

y de estabilidad en el melón. Datos facilitados por la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha.



La Jornada Profesional de "5 al Día" abordará el papel de la Inteligencia Artificial en la alimentación

Como cada año "5 Al Día" celebra su XVI Jornada Profesional que este año lleva por título "El papel de la Inteligencia Artificial en la Agricultura y la Alimentación", en el Salón de Actos del Centro Administrativo de Mercamadrid, el 8 de marzo. El evento tratará de abordar de que manera la inteli-

gencia artificial va a influenciar en el sector agroalimentario.

Los expertos aseguran que la inteligencia artificial abandonó el espectro de la ciencia ficción para colarse en nuestras vidas y está llamada a protagonizar una

revolución equiparable a la que generó Internet. Tal es su aplicación en sectores como el agroalimentario, que la Unión Europea ha tenido que desarrollar sus propias leyes para regularizar esta nueva herramienta que genera admiración y desconfianza a partes iguales.

www.5aldia.org/es

Por Miriam Pérez Mena. Periodista especializada en política agroalimentaria | @mperezmen

Castilla y León: la patata lidera las buenas cifras de ventas al exterior



Patatas

Castilla y León ha aumentado sus exportaciones totales de hortalizas respecto a 2022, con un total de 162.143 Tn. La comunidad autónoma se caracteriza, sobre todo, por la producción de patata, cebolla y zanahoria, en la que la reina es la primera.

Esta región es la productora del 40% de patata española, cifra que hace que, si la campaña de patata va bien, repercute en unas buenas cifras tanto de producción como de exportación de sus hortalizas.

Las organizaciones agrarias y las asociaciones coincidían en que la campaña de producción de patata en 2023 fue "espec-

taular", con un rendimiento que creció hasta el 35% por hectárea y que derivó en un aumento de la exportación a "unos niveles que nunca se habían visto en la región".

Cabe destacar, que, aunque no se han recuperado las 20.000 hectáreas de antaño, la superficie plantada en esta ocasión ha rondado las 17.000 Has. A pesar de los altos costes de producción y los bajos precios al productor, las organizaciones detectan que está habiendo una cierta recuperación.

La exportación en cifras

En cifras, Castilla y León exportó un total de 124.784 Tn de patatas en 2023,

frente a las 80.380 Tn. de 2022. En concreto, los países de la Unión Europea que más demandaron patata española fueron Francia, Italia, Portugal y Países Bajos.

Aunque a un menor nivel, las cebollas y las zanahorias también han tenido su espacio dentro de las exportaciones castellanoleonesas. En general, se han exportado un total de 4.405 Tn de cebolla y 20.422 Tn. de zanahorias.

Castilla y León es la productora del 40% de patata española



El maíz HUERCASA, protagonista de Fruit Logistica



Maíz HUERCASA

La compañía, líder europea en vegetales de V gama, aprovechará este escaparate que le brinda Fruit Attraction para hacer hincapié en las propiedades saludables del que es su producto estrella desde hace más de tres décadas, el maíz.

El maíz cocido HUERCASA, que se vende en cerca de 40 países de todo el mundo, destaca por ser fuente de fibra, además de ser bajo en grasas y en sal. Es además un alimento que no contiene gluten, por lo que es apto para su consumo por toda la población.

En este sentido, HUERCASA presentará nuevos formatos de sus productos más conocidos, el maíz en mazorca y la remolacha roja, propuestas que reducen

el desperdicio alimentario y avanzan en sostenibilidad ya que permiten optimizar el uso de materia prima.

Legumbres

También tendrán un espacio importante en el stand de Huercasa en la Feria de Berlín las legumbres, y más concretamente el formato de legumbre al vacío de 300 gramos (lenteja, garbanzo y alubia),

una propuesta muy práctica, rápida y cómoda como ingredientes para ensaladas de 5ª gama.

Finalmente, tendrá un papel relevante en la feria la división de Food Service. La calidad, la comodidad de uso y la garantía Huercasa, aplicadas a las necesidades específicas de la restauración y las colectividades, con formatos y envases adaptados a su actividad.

www.huercasa.com/es



Variedad de Productos Cooperativa La Palma

Cooperativa La Palma y su apuesta por la revolución agroalimentaria

Cooperativa La Palma reafirma su compromiso con la Economía Circular y Desperdicio 0 con una agricultura sostenible, saludable, sabrosa e innovadora para el consumidor y para el planeta.

¿Qué es lo que realmente nos alimenta? ¿Cómo se cultiva? ¿Qué recursos utiliza? ¿Qué beneficios nutricionales aporta? En Cooperativa La Palma responden a estas preguntas con compromiso real, garantizando un producto de calidad que el consumidor pueda elegir de forma consciente y con conocimiento, asegurando que lo que consume no sólo atrae a su paladar, sino que alimenta de forma saludable a él y al planeta.

El objetivo principal es orientar la alimentación, en todos los niveles de producción y consumo, hacia prácticas sostenibles y responsables dando respuesta

a las preocupaciones que el sector alimentario genera en cuanto a salud y medio ambiente y esto requiere, por tanto, de un enfoque ecológico y social.

La Palma en Fruit Logística 2024

La Palma muestra en Fruit Logística al sector sus nuevas propuestas en plant based 100% healthy en originales bocados comprometidos con la salud del consumidor y el futuro del planeta. Además, expone nuevas soluciones innovadoras para este nuevo desafío de la agricultura saludable, sabrosa y sostenible.

“Posicionarnos como el mayor productor de Cherry en España y Europa, nos ha permitido proyectar una dimensión mucho más profunda de la agricultura, orientándonos a impactar de forma firmemente positiva en el planeta y en la alimentación, a través de una agricultura sostenible, sabrosa y saludable para to-

Tomate Amela, mejor tomate del mundo premiado en Fruit Logística 2022

dos. Prueba de ello, es el último premio que hemos recibido: "Premio Productora del Año en los Auténtica Excellence Awards 2023", comentan desde la propia cooperativa.

Magnífica selección de hortalizas

La Palma continúa apostando por una magnífica selección de hortalizas de primerísima calidad con la que siguen siendo referentes en la gama de mini verdura con una amplia variedad de tomate, pepino snack y mini-pimiento.

Por otro lado, en la línea de subtropicales, compuesta por chirimoya, aguacate y mango, incorporan pitahaya, fruta de la pasión y caviar cítrico.

Nuevos proyectos

Centrados en el aprovechamiento y desperdicio 0, La Palma avanza también con éxito en el desarrollo y producción del proyecto de V Gama dando una segunda vida a los productos frescos cuyo ciclo de vida no les permite viajar, pero mantienen intactos sus valores nutricionales y de sabor. Un auténtico proyecto de economía circular, sostenibilidad y aprovechamiento. A su vez, continúa innovando después de éxitos rotundos como el de tomate Amela y melón Taiyoo®.

“Taiyoo® es símbolo de luz, vida, fuego y perfección. Una pieza preciosa que nos sumerge en la sofisticada cultura japonesa. El melón que nace del arte de la perfección, cultivado bajo la seductora luz de Andalucía”.

www.gradalapalma.com



BlueWhale®

ORGULLOSOS DE SER PRODUCTORES

Elegir las manzanas Blue Whale es confiar en un colectivo de productores unidos alrededor de una misma visión de campo durable y de los mismos estándares de calidad. Un colectivo orgulloso de sus raíces francesas, de sus prácticas culturales y de su apertura al mundo.

PRODUCTORES FRANCESES



Y DE FUERA...



NUESTRAS MARCAS :



BLUE-WHALE.COM

in Blue Whale SAS



El presidente de la Diputación Provincial de Almería, **Javier Aureliano García**, acompañado por el diputado de Promoción Agroalimentaria, Comercio y Consumo, **Carlos Sánchez**, conversa con empresarios del sector almeriense

La Diputación Provincial arropa al agro almeriense en Fruit Logistica

La Institución impulsa en Berlín la actividad de las empresas de la provincia y la marca gourmet 'Sabores Almería'.

La Diputación Provincial arropa a las empresas del campo almeriense que participan en la nueva edición de Fruit Logistica, una de las ferias profesionales del sector más importantes del mundo, que se celebra en Berlín del 7 al 9 de febrero. Una delegación de la institución viaja a la capital alemana para apoyar e impulsar el trabajo de las empresas agrícolas almerienses, así como para intensificar y consolidar la internacionalización de la marca 'Sabores Almería'.

La internacionalización y las nuevas vías de comercialización van a permitir seguir creciendo a la marca 'Sabores Almería'

Fruit Logistica se convierte en una cita clave ya que congrega a las principales compañías de la agricultura de todo el

mundo y, además del volumen de negocio que genera, sirve como foro para mostrar, debatir y analizar las tendencias y retos del sector a nivel internacional. En este sentido, y como ocurre desde hace muchos años, la provincia de Almería vuelve a contar con una amplia participación que rubrica su liderazgo en este ámbito como una de las agriculturas más innovadoras y eficientes del mundo.

El diputado de Promoción Agroalimentaria, Comercio y Consumo, Carlos Sánchez, ha explicado que la asistencia de Diputación a esta feria tiene una doble vertiente: "Por un lado, arropamos la actividad de las empresas de la provincia. A la hora de establecer cualquier acuerdo o nuevos proyectos éstas sienten nuestro respaldo. Somos líderes en agricultura y este evento pone de manifiesto el importante papel del campo almeriense con un modelo agrícola cada vez más admirado e imitado. Es un motivo más para sentirnos profundamente orgullosos de ser almerienses".

Asimismo, como apunta Sánchez, "tenemos ante nosotros una nueva oportunidad para seguir consolidando la internacionalización de la marca 'Sabores Almería'. En Fruit Logistica mantenemos una amplia agenda de reuniones con distribuidores y otros destacados agentes

del sector que nos ayudan a continuar abriendo la marca a nuevos mercados y países. Este año va a ser el de la revolución de 'Sabores Almería' y la internacionalización y las nuevas vías de comercialización son dos aspectos claves que nos van a permitir seguir creciendo".

"Somos líderes en agricultura y Fruit Logistica pone de manifiesto el importante papel del campo almeriense"

Por último, el diputado ha recordado que la imagen de 'Sabores Almería' está presente en diferentes stands de la feria y ha reiterado el compromiso de la institución provincial con el sector agrícola almeriense. Un apoyo que, como ha enumerado Sánchez, se articula a través de acciones como las continuas mejoras en infraestructuras hídricas, la mejora de los caminos rurales e higiene rural en los entornos agrícolas, la apuesta por el eje estratégico de agua, energía y alimentos, el apoyo a las reivindicaciones del sector o el impulso de campañas de promoción del consumo de productos almerienses y de la marca 'Sabores Almería'.

www.dipalme.org



Diego Martínez: "Nuestro cliente hace el pedido desde cualquier parte de Europa por la mañana y lo recibe esa misma noche"

El equipo comercial de Diego Martínez viaja hasta Berlín con el objetivo de afianzar y ampliar sus relaciones comerciales. Además, su gerente, cuenta en primera persona las claves de su éxito y las previsiones para 2024.

"El 80% de la facturación de nuestra empresa corresponde a la exportación", afirma de forma rotunda, Diego Martínez Requena, gerente de la empresa mayorista que lleva su nombre, ubicada en Mercabarna. Entre 2018 y 2023 la empresa ha crecido un 50%, y en el pasado año, ha vuelto a aumentar un 14% sus números, luego la exportación y citas como Fruit Logistica, son clave en su negocio.

Líderes en rapidez y entregas exprés

"Si hay algo en lo que destacamos y somos líderes, es en la rapidez de la entrega al cliente de cualquier parte de Europa", confirma Martínez, y explica que son capaces de hacer llegar pedidos realizados a primera hora de la mañana, a cualquier parte de Europa.

"Por ejemplo, si un cliente nos hace un pedido a las 8 de la mañana, casi con total seguridad, podrá tenerlo para la venta de la mañana siguiente". Y esto se debe gracias al trabajo de especialización que la empresa ha realizado para ser puntera en las "entregas exprés".

Diego Martínez ofrece servicios a la mayoría de los países de Europa, como Francia, Italia y Alemania, Hungría, Rumanía, República Checa y países del Este. "El cliente no solo recibe el pedido rápido, si no que somos capaces de abastecerle con producto de los 5 continentes, rentabilizando el envío al máximo", y de esta manera, "nuestra clientela suele hacer 2 o 3 pedidos de camiones completos a la semana".

Fruit Attraction y Fruit Logistica, citas claves en su calendario

Por política de empresa e interés comercial, Diego Martínez estará presente con stand en las dos ferias más importantes del sector hortofrutícola como son Fruit Attraction y Fruit Logistica. "Ambas son complementarias, por un lado, la de Madrid se celebra en el inicio de la campaña y la de Berlín, es una puerta al mundo".

"A Berlín acudimos con una agenda cerrada de reuniones y además, recibimos siempre la visita de proveedores con los que no contábamos hasta el momento y se inician nuevas relaciones comerciales muy positivas", cuentan desde la compañía.

"Somos capaces de abastecer a nuestros clientes con producto de los 5 continentes"

Diego Martínez Requena, gerente de Diego Martínez

Y respecto a los objetivos de 2024, Diego Martínez planea seguir creciendo en facturación y ampliando el catálogo de productos y servicios para continuar con el éxito cosechado hasta el momento.

**Ubicación Fruit Logistica
Hall 11.2 - Stand B-42
www.diegomartinez.com**

El Pea-a-mole de Anecoop y Janus aterriza en Berlín

Un untible vegetal que combina las bondades de los guisantes y el aguacate, rico en proteínas.

La cooperativa agroalimentaria Anecoop aprovecha su presencia en Fruit Logística para presentar la nueva incorporación a su línea de especialidades de V Gama ¿Ysi? de Bouquet (Easy by Bouquet para el mercado internacional): el Pea-a-Mole.

Se trata de un revolucionario untible vegetal que combina las bondades de los guisantes y el aguacate. Contiene un 95% de ingredientes frescos, y es pionero en la categoría de productos ricos en proteínas. Con menos calorías y grasas que el guacamole tradicional, esta novedad en la línea ¿Ysi? de Bouquet ha sido sometida a la valoración de un panel de consumidores de la mano de AINIA, de los cuales el 92,1% expresaron su intención de repetir la compra.

Pea-a-mole se suma a la línea de especialidades de V Gama que produce Janus Fruit, empresa del Grupo Anecoop. Esta incluye hummus de aguacate, guacamole tradicional y picante, guacamole ecológico, brocomole (brócoli y aguacate), hum-

mus de garbanzos y salsa mexicana. Todas ellas estarán presentes en Fruit Logística en un expositor destacado.

Además de esta novedad, Anecoop acoge en su stand (Halle 18 / B-01) su extensa oferta hortofrutícola de temporada y de producción 100% nacional, ofreciendo una visión completa de todos sus productos y novedades, entre ellas una muestra de sus nuevas líneas de naranjas rojas, una producción al alza para la que cuenta esta campaña con 2.000 toneladas.

Con el telón de fondo de una potente imagen corporativa, diseñada para comunicar la estrategia de desarrollo sostenible de la cooperativa, representantes de todas las oficinas comerciales y filiales que integran el Grupo Anecoop se reúnen a lo largo de los tres días que dura la feria con sus principales clientes de la distribución para revisar el primer trimestre del ejercicio y planificar los siguientes.



El producto Bio contará con un espacio destacado en el stand

El producto Bio contará con un espacio destacado en el stand y presentará las novedades de Bio Bouquet y las de su empresa filial Solagora, ubicada en Perpignan y especializada en la comercialización de frutas y hortalizas de cultivo ecológico.

www.anecoop.com

Nuestra pasión, EL ESPÁRRAGO



FRUIT LOGISTICA

7|8|9 FEBRUARY 2024, BERLIN

Hall 18 - B07



Centro Sur, Soc. Coop. And. - Ctra. de la Estación, s/n. - 18360 Huétor Tájar - Granada - Tel.: +34 958 33 20 20
 Espárrago de Granada, S. Coop. And. - Paseo de la Redonda Sur, 13 Bajo A - Huétor Tájar (Granada) España - Tel.: +34 958 51 30 61
www.centro-sur.es - www.esparragodegranada.eu

Imagen del stand de Anecoop en Fruit Logística 2023



Por Bárbara Aguayo Martínez. Periodista Agroalimentaria | @BarbaraAguayoM3

Blue Whale: una cosecha abundante y de buena calidad

En el Valle del Garona, el Valle del Loira, la Provenza, el Centro o los Alpes, todos los fruticultores de Blue Whale tienen en común el amor a sus tierras y la pasión por sus deliciosos frutos.

La campaña de Blue Whale comenzó el pasado mes de julio con unos resultados mejores a los esperados. Tras una cosecha de 2022 muy afectada por una ola de calor estival y un fuerte descenso del volumen, en el último año sus principales zonas de producción han vuelto a tener una cosecha abundante y de calidad. "Estamos muy satisfechos con los resultados ya que podemos destacar el gran volumen de manzanas, unas cualidades inmejorables, así como con los buenos precios, aunque he de reconocer que ha sido una cosecha difícil ya que las condiciones climáticas no eran favorable", afirma Marc Peyres, director comercial de Blue Whale en exclusiva para la revista ECA FRUITS.

Fruit Logística, la cita perfecta

Sin duda, Fruit Logística vuelve a ser el centro para reunir a todo el sector hortofrutícola, una ocasión perfecta para dar a conocer al sector las nuevas variedades internacionales.

Blue Whale vuelve con su manzana estrella; Candine®, una manzana nueva y muy



Tractor recolectando Manzanas

Blue Whale representa el 20% de la superficie de cultivo dedicada a la manzana en Francia

prometedora que ya es un verdadero éxito en todos sus mercados. Su perfil dulce y su pulpa fina la convierten en un snack saludable muy apreciado. "Fruit Logística es la ocasión perfecta para Candine®, ya que nos lanzamos al mercado asiático para el próximo año nuevo chino. Ahora vamos a iniciar algunas ventas en el norte de Europa, ya que después de visitarnos durante la cosecha, y tener la oportunidad de probar estas manzanas, algunos clientes están muy entusiasmados con esta varie-

dad", comenta Mar Peyres director comercial de Blue Whale.

Producción francesa en manos de Blue Whale

Los productores de Blue Whale representan alrededor del 20% de la producción francesa de manzanas estando presentes en todas las grandes zonas de producción: suroeste, sureste, Alpes y Valle del Loira.

Blue Whale siempre ha estado a la vanguardia de la innovación en variedades y hoy en día las principales variedades son Pink Lady, Gala, Granny, pero también variedades club como Jazz, Envy y la prometedora Candine®.

Nuevos retos

El éxito de las nuevas variedades Coeur de Reine® y Candine®, la transición hacia una mayor agroecología y las nuevas formas innovadoras de producción, son los principales retos a los que se enfrenta Blue Whale en este 2024. "Tenemos una nueva generación de productores y estamos contentos de tener algunos muy jóvenes dedicados a la fruticultura en nuestros territorios. Para nosotros, seguir avanzando con éxito es muy importante para nuestra familia de productores", explica el director comercial de Blue Whale.

www.blue-whale.com



Manzana Candine®

¿Es posible componer 50 años de éxitos en la agricultura?

SÍ, junto a ti.



Desde hace **50 años** estar en sintonía con agricultores, distribuidores y consumidores nos ha permitido componer, año tras año, los éxitos para un sector tan extraordinariamente exigente y apasionante como el agrario.

Muchas gracias a todas y todos por habernos escogido durante 5 décadas como banda sonora de vuestros logros.

sipcamiberia.es





La exportación, clave para el crecimiento de Patatas Meléndez

Patata nueva recién sacada de la tierra

Actualmente Patatas Meléndez exporta el 14% de su producción, una cifra que confían desde la compañía en aumentar en los próximos años.

Patatas Meléndez, cuya fábrica se ha posicionado como la más tecnológica de Europa, es consciente de que el continente europeo juega un papel fundamental para su crecimiento. La demanda de patata nueva se ha disparado durante los últimos años, y Portugal, Alemania, Bélgica y Países Bajos se han convertido en los principales destinos de exportación.

La expansión internacional es uno de los principales focos de la compañía dirigida por Javier Meléndez Juárez y, por eso, la empresa está asentada en Francia y Portugal como Meléndez France y Batatas Meléndez, respectivamente. La compañía tiene como principal valor cuidar la tierra, y establecerse directamente en el origen es imprescindible para controlar la calidad.

Se trata de una decisión completamente estratégica: Patatas Meléndez exporta alrededor de un 14% de su produc-

ción y su línea de negocio contempla que este porcentaje siga aumentando en los próximos años, cuando la empresa gane presencia en el continente europeo.

España se ha visto beneficiada de una creciente demanda de patata nueva para consumo

Cabe destacar que Patatas Meléndez ha incluido a sus productores de Francia y Portugal en el proyecto Meléndez x Origen, una iniciativa de colaboración para impulsar la excelencia, la innovación, la profesionalización y la sostenibilidad en el sector. La compañía ofrecerá actividades formativas, desarrollará campos de ensayo y promoverá intercambio de experiencias.

Fuerte demanda de patata nueva en el continente europeo

Existen varios motivos por los cuales se puede explicar esa intensificación en la demanda de patata nueva en Europa. Algunos de ellos son el cambio climático, la importancia que da el consumidor a productos cultivados en la Comunidad Económica Europea, la sostenibilidad y la complejidad de la conservación.

Por otra parte, la reducción de la superficie de cultivo de patatas unida al hecho de que muchos agricultores han dejado de producir patata para el consumo y se han centrado en la patata para la industria, dibujan un escenario en el que Europa está experimentando la necesidad de importar, cada vez más, patata nueva para consumo fresco, y España se ha visto beneficiada.

Patatas Meléndez cuenta con una línea de valor en la cual envasa el producto en flow-pack y en formatos especiales para microondas

Dos líneas de negocio para la exportación

“En Patatas Meléndez tenemos un potente proyecto de internacionalización basado en la exportación de nuestra materia prima en el que hemos trazado dos líneas diferenciadas. Para aquellos países que no tengan producción, desde la compañía enviamos nuestro producto seleccionado y calibrado en big bags. Como consecuencia del clima cambiante y de las coyunturas estructurales del sector, ahora esta demanda se extiende desde mayo hasta agosto”, explica Juan Manuel Coello de Paz, director de operaciones de la compañía.

Además, Juan Manuel Coello de Paz añade que Patatas Meléndez ha diseñado una segunda línea de más valor en la cual envasa el producto en flow-pack y en formatos especiales para microondas, orientados a los nuevos hábitos de consumo: “Gracias al clima que tenemos en España, somos capaces de producir una patata de excelente calidad culinaria. Si a esto le sumamos las infraestructuras con las que contamos en Francia y Portugal, lo cierto es que en Patatas Meléndez podemos competir en distintos segmentos de la patata y con unos estándares de calidad impecables”.

www.patatasmelendez.com

Partida Logistics 100 años de historia, vida y trabajo

Hito histórico para una empresa de origen familiar que ha ido evolucionando de la mano de la globalización, digitalización y crecimiento del Puerto de Algeciras.



Foto Familia Partida Logistics en su 100 aniversario

Como bien sabemos, las tramitaciones aduaneras cumplen un papel determinante en las operaciones de importación y en la agilidad de estas por su paso por los puertos. Es ello por lo que Partida Logistics lleva 100 ofreciendo este tipo de servicios. “Para nosotros ha sido todo un orgullo haber llegado hasta aquí. Tenemos ganas de seguir avanzando en este mundo tan cambiante como es la logística”, comenta Álvaro Partida, Director comercial & expansión de negocio de Partida Logistics.

La transformación de Partida Logistics a lo largo de sus cien años de historia ha sido notoria y refleja su capacidad de adaptación a los cambios en la industria y el comercio internacional. Desde sus inicios como una empresa centrada en servicios aduaneros hasta su posición actual como un proveedor integral de soluciones logísticas y asesores-formadores aduaneros. “A lo largo de los años, hemos obtenido certificaciones y reconocimientos importantes, lo que ha validado nuestra calidad y profesionalidad, y ha fortalecido nuestra reputación de líder confiable en gestión aduanera y logística”, comenta el Director comercial & expansión de negocio de Partida Logistics.

www.partidalogistics.com

Con el entorno a nuestro favor

Nuestras plantaciones, situadas en las fértiles llanuras de la provincia de Girona y rodeadas por los parques naturales del Alto y Bajo Ampurdán, nos proporcionan una fruta singular, mimada por nuestros agricultores bajo la tutela de nuestro personal especializado, y con la calidad que garantiza la IGP Poma de Girona.



giropoma
Costa Brava

GUARDA EL CONTACTO

T. +34 972 755 025

www.giropoma.com



Por Miriam Pérez Mena. Periodista especializada en política agroalimentaria | @mperezmen

Lorenzo Carrasco confía en que su "Pequeña Holanda" siga creciendo en Europa

Lorenzo Carrasco cuenta con una finca de producción propia de hortalizas en una finca ubicada en Cádiz, denominada "La Pequeña Holanda". Ahora, el equipo directivo viaja a Berlín para seguir potenciando su crecimiento a nivel europeo. Así nos lo cuenta su director comercial.

"Aunque Madrid ha ganado en importancia, para nosotros Fruit Logística sigue siendo un punto de encuentro necesario con los mercados de Sudamérica o Asia", afirma Lorenzo Carrasco Rodríguez, director comercial de Lorenzo Carrasco. "Somos una empresa enfocada en el comercio nacional, pero el 30% lo derivamos a exportaciones sobre todo en Europa, África, Emiratos Árabes y Asia, por ese orden".

La Pequeña Holanda se abre camino en Europa

La empresa mayorista va a estar presente como visitante en Berlín, para afianzar relaciones comerciales, iniciar nuevas y, sobre todo, seguir dando a conocer su marca "La Breña", de hortalizas directamente producidas en su finca "La Pequeña Holanda".

"Tanto la cantidad, como la calidad de los productos de la Pequeña Holanda, son excepcionales"

"Contamos con 270 hectáreas de las cuales, 77 Has son de ecológico", explica Carrasco, "nuestros brócolis, coliflores y chirimías son de muy buena calidad y



Lorenzo Carrasco Rodríguez. Director comercial de Lorenzo Carrasco

abastecen el mercado europeo, como puede ser Reino Unido, Holanda, Alemania o Escandinavia". La finca, ubicada en Cádiz, ha comenzado la campaña de recolección con un mes de retraso debido a las incidencias climatológicas, pero "tanto la cantidad, como la calidad, son excepcionales".

2024, año de inflación y sequía

Desde el equipo directivo son conscientes de que 2024 va a ser un año "de tensiones" a nivel de precios y negociaciones y en el que "van a seguir aumentando los costes". Confirman que "2023 fue un buen año, de precios altos, pero de menores cantidades, debido a la inflación", y son realistas con lo que viene, "somos conscientes de que nos enfrentamos a un año complicado y que vamos a seguir conviviendo con una situación económica cada vez más difícil".

Pero desde Lorenzo Carrasco, no se pierde el optimismo ya que, "son en estos momentos en los que las empresas como la nuestra tienen que adaptarse y reinventarse, buscando nuevas opciones de abastecimiento y practicando la resiliencia que tanto caracteriza a nuestro sector".

"2023 fue un buen año, de precios altos, pero de menores cantidades, debido a la inflación"

Canadá y el mercado escandinavo son los destinos a los que se está dedicando más esfuerzos para iniciar y establecer relaciones comerciales férreas y así, poder seguir respondiendo a las demandas de sus clientes, de forma efectiva y eficaz como hasta ahora.

www.grupolc.es

Giropoma pone en marcha su primera línea robotizada

La compañía Giropoma Costa Brava, con el objetivo de hacer frente a la dificultad de encontrar personal en la zona y al incremento de costes, ha llevado a cabo una importante inversión poniendo en marcha su primera línea robotizada.

En funcionamiento desde el pasado mes de septiembre, y en fase aún de optimización, desde la compañía muestran su satisfacción en cuanto a rapidez y eficiencia en el envasado de manzanas. Además, este sistema robotizado permite detectar defectos tanto externos como internos de la fruta, lo que ofrece grandes oportunidades para garantizar a sus clientes mejoras en la calidad del producto.

En cuanto a la producción, durante esta campaña, Giropoma Costa Brava ha alcanzado las previsiones estimadas, llegando nuevamente a las 30.000 to-



Detalle de la línea robotizada

neladas, con una clara apuesta por las variedades club, además de Pink Lady®. Cabe resaltar que ya ha iniciado la comercialización de la variedad Crips Red

que se comercializa bajo la marca Joya® y la variedad Regalyou comercializada con la marca Candine®.

Para Giropoma las manzanas club suponen una diferenciación sobre las demás y en general, tienen un reconocimiento de marca gracias a su gran calidad en sabor y textura, aspecto que se ve reforzado por el acompañamiento en acciones de marketing.

Este sistema robotizado permite detectar defectos tanto externos como internos de la fruta

www.giropoma.com



Recibe nuestras noticias en tu móvil con estos sencillos 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.



El mundo agro en tus manos

Puedes consultar las condiciones legales en www.ecomercioagrario.com

Por **Barbara Calvaresi**. Responsable Sector Frutas y Hortalizas en AECOC

Cambiando el paradigma: la sostenibilidad en el sector de frutas y hortalizas

Las nuevas demandas del consumidor y la necesidad de preservar el planeta han colocado la sostenibilidad en la parte más alta de los planes estratégicos y de los comités de dirección de las empresas de todos los sectores profesionales, entre ellos, el hortofrutícola.

En este contexto, uno de los principales desafíos a los que se enfrenta el sector es el de adaptarse a un marco regulatorio especialmente activo en relación al futuro de los envases. Así, el Real Decreto de Envases y Residuos de Envases, ya en vigor, o el Reglamento Europeo sobre Envases y Residuos de Envases y la Orden Ministerial por la que se establece la relación de frutas y hortalizas frescas exceptuadas de la obligación de venderse a granel - ambas aún en trámites de aprobación- están dando grandes quebraderos de cabeza a las empresas del sector.

En relación a la orden que obliga a las empresas a vender a granel aquellas frutas y hortalizas que no superen el gramo de 1,5K, AECOC ha trabajado, junto con otras asociaciones de toda la cadena de valor, para tratar de determinar qué frutas y hortalizas quedarán finalmente exentas de esa obligación. Una relación que será definida por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación junto con AESAN y el Ministerio de Transición Ecológica.

Asimismo, otro de los grandes retos para el sector es aprovechar todo el po-

tencial de la innovación a la hora de avanzar en el desarrollo de envases capaces de mantener la frescura y alargar la vida útil de los productos y que además sean sostenibles. Es decir, favorecer la utilización de envases biodegradables, compostables y reciclables, que ofrezcan alternativas viables a los plásticos de un solo uso.

En esa línea de actuación, el sector cuenta ya con destacados ejemplos de empresas que han optado por envases inteligentes que prolongan la vida útil de los productos, reduciendo así el desperdicio alimentario.

Otro de los grandes ejes de trabajo es, sin duda, el impulso de proyectos para la reducción de la huella hídrica en un escenario claramente marcado por la sequía

El sector tiene que adaptarse a un marco regulatorio especialmente activo en relación al futuro de los envases

El sector necesita unidad de todos los eslabones de la cadena agroalimentaria



Barbara Calvaresi. Responsable Sector Frutas y Hortalizas en AECOC

y la escasez de este recurso natural; así como de iniciativas destinadas a reducir las emisiones de carbono y minimizar el impacto ambiental en los diferentes eslabones de la cadena de suministro.

De igual modo, el sector deberá seguir trabajando para favorecer la colaboración y la unidad de acción de todos los eslabones de la cadena, en un escenario de máxima incertidumbre y en el que el incremento de costes no parece que vaya a remitir a corto plazo. Trabajar todos a una va a ser más necesario que nunca para preservar la imagen y reputación del sector y también para promover un modelo de comunicación responsable y transparente con el consumidor y el conjunto de la sociedad.

La cadena de valor hortofrutícola tiene encima de la mesa no pocos y complejos desafíos, pero también los instrumentos necesarios para seguir aportando valor al consumidor y al entorno. Su futuro no sólo pasa por cumplir con sus obligaciones ambientales sino por abrazar aquellos cambios que contribuyan a asegurar un futuro más verde, seguro y saludable para todos.

www.aecoc.es

**MÁS SOSTENIBILIDAD
Y MÁS DIGITALIZACIÓN
PARA MÁS RENTABILIDAD
EN NUESTRO CAMPO.
MÁS CONOCIMIENTO,
MÁS PARA TI.
MÁS CERCA
Y MÁS CONTIGO.**

ADN AGRO

cajamar
CAJA RURAL

Así somos nosotros.
Puro ADN Agro.



Por Enrique de los Ríos Porras. General Manager de UNICA GROUP

Unidad de acción en comercialización, lobby y marketing



Enrique de los Ríos Porras, General Manager de UNICA GROUP

Escasez de agua, cambio climático, demonización del plástico, conflictos bélicos, inflación, sostenibilidad, ultraprocesados, sobre regulación, precio del dinero, ideologización política de la agrolimentación... Las dos últimas campañas han estado marcadas por cambios constantes que han generado una gran incertidumbre y un cambio de paradigma. La comida abundante y barata se ha acabado en estos dos años. Puede que puntualmente haya productos con exceso de oferta, como el limón este año, pero en general no va a ser así. En este escenario de cambio constante algunas empresas se centran en mejorar la eficiencia de lo que siempre se ha hecho y, especialmente, en bajar los costes como única solución, pero eso puede acarrear consecuencias negativas, incluso a corto plazo. Los costes de todo han de estar todo lo bajos que se pueda, pero más importante es hacer lo que sea necesario en cada momento, porque puedes estar haciendo algo que no deberías estar haciendo, aunque lo hagas de manera muy eficiente.

En esta situación de cambio constante, lo que ayuda en cualquier futuro, sea el que sea, es ser grande, fuerte, ágil, reaccionar y cambiar rápido, y lo más barato posible. Pero incluso eso no es suficiente para garantizar la supervivencia; necesitamos, por encima de todo, cooperación entre empresas en la unidad de acción en tres áreas: comercialización, lobby y marketing.

El buen lobby ayuda a mejorar una sociedad; es la instauración de mejores leyes, de mejores cuerpos regulatorios y la manera en que las administraciones tengan toda la información en sus manos, para que puedan tomar mejores decisiones. Eso contribuye a la creación de riqueza y a una mayor estabilidad. Sin esta labor, los reguladores legislan de más. Encima lo hacen pensando más en votantes y lobbies medioambientalistas, interesados en que el urbanita pague su cuota mensual y se sienta mejor, o en lobbies de ultraprocesados expertos en greenwashing, que en solucionar le al ciudadano problemas reales.

La concentración de la oferta es condición necesaria en cualquier escenario, no podemos estar 20 vendiendo lo mismo, eso solo ayuda a los pastores de empresas productoras que ganan basándose en nuestra incompetencia, pero no se ayuda ni a la distribución ni al consumidor.

El marketing de los productos, de las bondades de la agricultura profesional para poder comer de manera sana y sostenible a un precio sensato es fundamental. En el imaginario urbanita solo se admite una agricultura de un "viejito" con un huerto y tomates en cañas, mientras que una agricultura profesional y eficiente es estigmatizada porque no casa con su sesgo mental.

El otro factor clave que ha marcado estas dos últimas campañas es la sequía

debida al cambio climático que sí es el mayor problema, ya que sin agua no hay actividad de ningún tipo. Pero no podemos sumar a un problema objetivo la ideologización del agua. El agua debería ser un bien común nacional y que se use donde se necesite.

Si hay que llevar hoy agua a, por ejemplo, Cataluña, que se lleve, pero cuando sobre allí también es lógico que se lleve donde haga falta. Dicho de otro modo: que en alimentación decidan los científicos y no los políticos, o la comida no va a dejar de subir de precio y, lo que es peor, se quebrará nuestra seguridad alimentaria y comeremos lo que otros países nos quieran vender al precio que quieran.

El urbanita no quiere que la agricultura y la ganadería ponga en peligro el agua de su ducha y luego quiere ir al súper y comprar tomates, leche y aceite baratos como hace unos años. Esta percepción desgraciadamente solo la va a cambiar la escasez y el precio alto, ya que está grabada en piedra en su mente debido a muchos años de dinámicas de mercado que no van a volver.

Tenemos que trabajar todos por conseguir la seguridad alimentaria europea de modo sostenible a precios sensatos para todos. Que los políticos dejen de jugar con la comida y dejen que la ciencia, el sector productivo y la distribución, hagamos nuestro trabajo.



Insecticida para el control biológico



Metarhizium brunneum Ma 43

- ✓ Respetuoso con la fauna auxiliar.
- ✓ Sin riesgos de resistencia.
- ✓ Más resistente a condiciones extremas de humedad y temperatura que otros hongos entomopatógenos.
- ✓ Mayor micosis.
- ✓ Plazo de seguridad de 4 h.



Registrado en el R.O.P.F. con el n.º ES-00127



Distribuido por:

Comercial Química Massó, S.A.

Viladomat, 321 5° - 08029 Barcelona (España) Tel: +34 93 495 25 00 - Fax: +34 93 495 25 02
masso@cqmasso.com - www.massoaagro.com

Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo.



Por Juan Herrera Arenas. Periodista Agroalimentario | @jherreraarenas

La innovación avanza haciendo frente al rugoso y al *Thrips parvispinus*

Casas de semillas, empresas especializadas en control biológicos, así como otras entidades de la industria auxiliar agrícola trababan para contrarrestar los efectos de plagas y virus que inciden en un descenso productivo en los cultivos hortícolas.

Variedad con resistencia alta al virus del rugoso

Uno de los grandes protagonistas del sector hortícola en las últimas campañas ha vuelto a ser la aparición de plagas de insectos, virus y enfermedades. Aunque no es algo nuevo, sí es cierto que en los últimos años la aparición y posterior propagación de nuevos virus, bacterias y plagas se ha visto multiplicada a causa, entre otras razones, del cambio climático y del aumento de las temperaturas, con veranos cada vez más largos. Como consecuencia de ello, la producción de algunos cultivos se está viendo resentida por el arranque de aquellas hectáreas afectadas.

Esta situación ha llevado a las empresas del sector a apostar por una investigación e innovación que les permita enfrentarse a estas amenazas y garantizar el futuro de un sector fundamental en nuestra sociedad.

Virus rugoso del tomate

Una de las enfermedades que más quebraderos de cabeza está generando es el virus rugoso del tomate, que se identificó por primera vez sobre plantas de tomate en Oriente Medio, concretamente en Jordania en 2015, pero que actualmente se encuentra presente, en mayor o menor medida, en todos los países productores de tomate del mundo dada su enorme capacidad de transmisión.

Los principales problemas que acarrea esta enfermedad es la reducción de la producción y, en casos extremos, el arranque de la planta. Además, en ocasiones, su aparición supone la imposibilidad de comercializar el producto. En este sentido, en aquellos cultivos infectados por el virus presentan en las hojas

clorosis, mosaico y moteado con estrechamiento de las hojas; y, en ocasiones, aparecen manchas necróticas en pedúnculos, cálices y pecíolos. Por su parte, en el fruto (también ocurre en el caso del pimiento), se pueden observar manchas amarillas o marrones y puede presentar deformaciones y tener una maduración irregular.

El *Thrips parvispinus* se ha convertido en una plaga a tener muy en cuenta en los cultivos bajo plástico, especialmente en el caso del pimiento

La solución a virus como el rugoso parte, en gran medida, del propio sector y su iniciativa para desarrollar variedades que presenten resistencias cada vez más eficaces. Y lo hacen de la mano de la innovación.

Ejemplo de ello es la empresa productora de semillas, Rijk Zwaan, que trabaja

desde hace años, bajo la etiqueta Rugose Defense, en el desarrollo de variedades de alta resistencia al virus del rugoso. “Nuestra prioridad en el cultivo del tomate es dar solución a esta enfermedad, poner a disposición del sector variedades con una alta resistencia”, señala el responsable de tomate en Rijk Zwaan Ibérica, Manuel Hernández, quien destaca que “o somos capaces de producir variedades con resistencia a este virus o, dada su facilidad de transmisión, en poco tiempo no se podrá producir tomate”.

En esta línea, Hernández pone en valor la labor realizada por empresas como Rijk Zwaan en favor del sector primario. “Debemos hacer hincapié en el origen de todo, en la semilla, en cuya mejora trabajamos de manera continua para lograr variedades más productivas, de la mayor calidad posible y que sea capaz de enfrentarse a las enfermedades, virus y hongos que puedan aparecer”.

Se trata, pues, de que, a través de la innovación, se pueda dar solución a las distintas problemáticas que puedan ir surgiendo. “La innovación se va adaptando a las nuevas realidades. El desarrollo es continuo, con el objetivo de alcanzar una mejora constante”, apuntan desde la compañía.

El temido *Thrips parvispinus*

Como decíamos, no solo los virus, bacterias y enfermedades suponen una amenaza para los cultivos hortícolas; también lo son las plagas. Una de las que más daño está ejerciendo en los cultivos almerienses, especialmente en el pimiento, es el *Thrips parvispinus*, que, desde la pasada campaña 2022/23, se ha convertido en una plaga a tener muy en cuenta en los cultivos bajo plástico.

De hecho, sus daños son terribles, ya que forma colonias importantes en las partes más protegidas de las plantas, localizándose en el envés de las hojas, ápices y botones florales durante el desarrollo inicial de la planta.

El virus rugoso del tomate provoca en el fruto manchas amarillas o marrones, así como deformaciones y una maduración irregular

Ante esta circunstancia, las empresas dedicadas al control biológico y a la producción de fauna auxiliar para combatir las plagas no se han quedado con los brazos cruzados y, a partir de la innovación, ofrecen respuestas al sector productor hortícola. Es el caso de la almeriense Agrobio. La compañía ya aplica soluciones innovadoras preventivas contra el *Thrips parvispinus*.



Orius COLD de Agrobio contra Trips parvispinus

“Agrobio, a la vanguardia del control biológico”



Agrobio

Soluciones biológicas

cultivos protegidos y al aire libre

agrobio.es





Dieta de nueva generación en pimiento, POWERMITE 3.0, de Agrobio

En este sentido, ha lanzado en esta campaña un alimento innovador capaz de mantener siempre altas las poblaciones en las hojas tanto de *A. swirskii* como de *Orius Cold* y *Plus*, los *Orius laevigatus* más especiales de Agrobio seleccionados genéticamente. Se trata de una estrategia novedosa clave para hacer frente al *Thrips parvispinus* que apuesta por la alimentación sobre planta como la llave para consolidar el establecimiento temprano de la fauna auxiliar. Fruto de años de investigación, el equipo de I+D de Agrobio, especializado en nutrición, genética y agronomía, ha conseguido, así, una formulación única capaz de alimentar tres grandes grupos de depredadores sobre las plantas. Es el POWERmite 3.0, un trabajo en colabora-

ción con universidades y centros públicos y privados de referencia.

Además, en la última década, la empresa almeriense ha logrado grandes retos en materia de biotecnología, siendo pioneros en el lanzamiento al mercado de dos nuevas razas de insectos, especializados y adaptados a determinadas condiciones mediante la mejora genética: los anteriormente referidos ORIcontrol Cold y Plus.

El primero de ellos, por su mayor tasa de depredación, ofrece un control más rápido de las poblaciones iniciales de trips y sus condiciones le permiten mantener un buen establecimiento de cara a otoño e invierno, cuando este trips tiene sus

máximos poblacionales, coincidiendo con el descenso del *Orius* provocado por la pérdida de flores, los tratamientos para otras plagas y la bajada de las temperaturas.

Estrategia preventiva

Recuerdan desde Agrobio que, debido a que el control con productos fitosanitarios de esta especie es muy deficitario, la estrategia a adoptar dependerá de los diferentes escenarios de aparición de esta plaga en las fases iniciales de cultivo. No obstante, la clave parece estar en reforzar las poblaciones de los depredadores en un control preventivo que resultará decisivo para frenar los graves efectos que el *Thrips parvispinus* puede provocar en los frutos de pimiento.

Koppert: innovación inspirada en la Naturaleza

La innovación en Koppert está directamente inspirada en la Naturaleza, donde la compañía encuentra las respuestas que los productores necesitan para garantizar la salud de los cultivos de forma sostenible.

Elemento fundamental de la innovación de Koppert es la investigación de nuevos macroorganismos que puedan ser utilizados de forma segura como enemigos naturales de las nuevas plagas. Antes de comercializar un nuevo enemigo natural hay que superar muchas fases de trabajo hasta que finalmente el insecto beneficioso está disponible en el mercado con todas las garantías de calidad y seguridad. Lo mismo ocurre con los microorganismos beneficiosos, como nematodos y hongos, entre otros, con los que Koppert ya ha desarrollado soluciones muy potentes para la prevención y control de enfermedades, tanto en el suelo como en la parte aérea de la planta. Buenos ejemplos de ello son el biofungicida Triatum (hongo *Trichoderma harzianum* T22) y el bioinsecticida Mycotal (hongo *Lecanicillium muscarim* Ve6) para el control de mosca blanca.

En ocasiones, la innovación consiste en combinar sabiamente la acción de varios enemigos naturales ya conocidos, como ha sucedido con la estrategia de Koppert para hacer frente al *Trips parvispinus*.

Las soluciones biológicas de Koppert no dejan residuos, no generan resistencias y no tienen plazo de seguridad. Son elegidas por productores de todo el mundo para garantizar la producción y los rendimientos como alternativa a la desaparición o pérdida de eficacia de muchos plaguicidas químicos de síntesis.

Efecto Mycotal en mosca blanca. koppert



LAS VERDURAS ATERRIZAN EN Ràfols

M52 OD: primer registro en España a base de *Metarhizium*, hongo insecticida de la mano de Massó Agro

Metarhizium brunneum es una herramienta contrastada por Massó Agro para recuperar el control en los programas de manejo integrado de plagas como *Thrips parvispinus*.

El control biológico de plagas como trips o mosca blanca cuenta con una nueva herramienta en España: M52 OD garantiza una concentración de *Metarhizium brunneum* (cepa Ma 43), un hongo entomopatógeno cuya comercialización bajo registro fitosanitario es una primicia en el mercado, con amplio rango de cultivos autorizados.

Massó Agro presenta durante estos días los resultados de los ensayos realizados para el control de diversas plagas, en especial contra *Thrips parvispinus* en pimiento, donde ha sido patente la reducción de daños en el cultivo y de presión de plaga.

Con la integración de esta nueva herramienta se va a permitir recuperar el control sobre plagas presentes en muchos cultivos que hasta la fecha estaban sufriendo situaciones preocupantes.

Modo de acción de M52 OD

La pulverización foliar y el contacto con el insecto permite que las esporas de *Metarhizium brunneum* se adhieran a su cuerpo y el hongo produzca el tubo ger-



Frutos sin mermas de calidad en ensayo contra *Thrips parvispinus* (zona tratada con M52 OD)

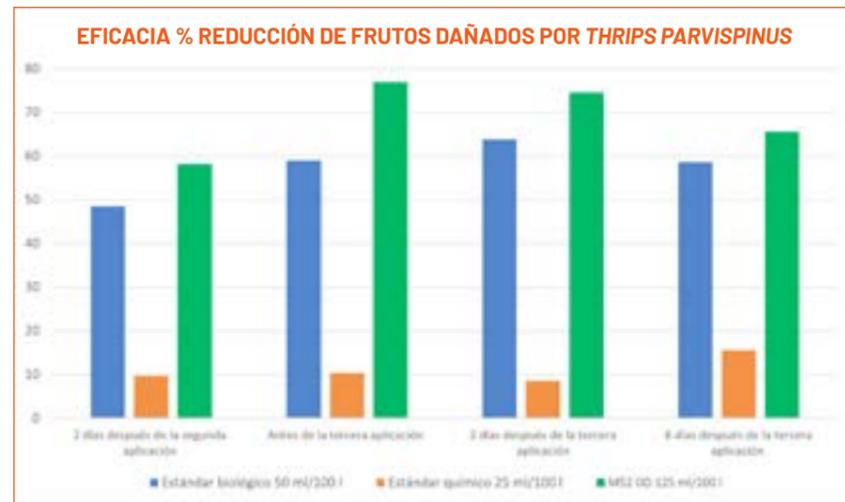
minativo casi de inmediato, generando a la vez enzimas que degradan la cutícula del insecto y permiten la penetración del hongo en el interior del mismo.

Una vez dentro se producen un gran número de blastosporas que son dispersadas por todo el cuerpo del insecto, provocando su muerte en pocos días.

Destaca la calidad de la formulación como dispersión oleosa (OD), dado que el aceite protege de la degradación a las esporas del hongo, conservando su viabilidad y capacidad de infección. Además, esta formulación asegura una buena adherencia de las esporas del hongo entomopatógeno sobre el cuerpo del insecto.

Se recomienda la pulverización foliar de M52 OD manteniendo la agitación continua del tanque. Es recomendable realizar las aplicaciones en momentos de menor radiación solar y temperatura, idealmente a última hora de la tarde, asegurando un correcto mojado del cultivo.

www.cqmasso.com



Laurinas RZ • Limanas RZ • Antanas RZ

Fusarium Defense, máxima protección a Fusarium en lechugas

Fusarium - Fusarium oxysporum f. sp. lactucae (Fol) - es una amenaza importante en la lechuga. El hongo puede dañar la lechuga a través del sistema radicular tanto en cultivos protegidos como al aire libre, con la consiguiente pérdida de rendimiento. En nuestro programa de mejora genética trabajamos continuamente en la mejora de los rasgos de nuestras variedades de lechuga, incluido el desarrollo de la resistencia a nuevas variantes de enfermedades de las plantas. Cuatro variantes oficiales de Fusarium en la lechuga aparecen en diferentes regiones de todo el mundo.

Los especialistas en cultivos de Rijk Zwaan estarán encantados de explicarle más sobre la gama de variedades de lechuga de la empresa y su resistencia.

Para mantenerse informado visite:
www.rijkwaaan.com/fusarium-defense

Si tiene preguntas sobre nuestras variedades, póngase en contacto con su representante local de Rijk Zwaan.

Winter Open **Field Days**
Event 2024

Freshly Forward

VISITAS INTERNACIONALES

Del 12 al 16 de febrero

VISITAS LOCALES

Del 19 al 23 de febrero

Te esperamos en CED "La Palma" (Centro de experimentación y desarrollo)



Plantas más fuertes, resistentes y protegidas que continúan produciendo a pesar de síntomas víricos

Con tecnologías, como XStress de Ecoculture, que producen una mayor cantidad de antioxidantes que hacen que la degradación celular sea mínima.

Los cambios bruscos en la temperatura y la presencia de plagas y enfermedades son dos de los grandes problemas en los cultivos que afectan al desarrollo de las plantas y la calidad de la producción. Saber cómo combatir estos dos factores adversos, o, al menos, contrarrestarlos y minimizarlos, puede marcar la diferencia a la hora de la cosecha y repercutir en más o menos beneficio a los agricultores.

Proteger a la planta ante este tipo de situaciones es fundamental, por tanto, y una buena forma de hacerlo es a través del uso de tecnologías que producen una mayor cantidad de antioxidantes, que hacen que la degradación celular sea mínima, permitiendo a la planta estar mucho más fuerte ante cualquier ataque y haciéndola más resistente en su ciclo y su producción.



Ángel Ruiz Serna, gerente de Ecoculture, en una explotación agrícola

Hace que estas las plantas respondan mejor a los ataques de los diferentes agentes

Desde su lanzamiento, XStress de Ecoculture ha demostrado continuamente su eficacia contra los efectos negativos producidos por el estrés abiótico a causa de las diferentes situaciones ambientales que se dan a lo largo del año, pero también se ha mostrado como una potente herramienta para reducir de manera importante los síntomas de ataques de virus, hongos o bacterias.

Así, recientemente el uso de esta tecnología de la firma ha demostrado su efi-

cacia a la hora de reducir los síntomas del virus rugoso en tomate, con plantas que no mueren al resultar menos afectadas por este tratamiento, y continuar su producción a pesar del virus, y también los resultados han sido buenos en afecciones de mal de Panamá en cultivos de plátano, 'greening' en cítricos de Sudamérica o fusariosis en cultivos de mango en Brasil, donde ha habido una menor incidencia en las partes tratadas con XStress.

"XStress mejora la absorción y la nutrición con los microelementos de su fórmula y eso permite mejorar la salud de las plantas, lo que hace que estas respondan mejor a los ataques de los diferentes agentes y quedan menos expuestos a sus efectos. XStress permite a la planta con-

El uso de XStress de Ecoculture ha demostrado su eficacia a la hora de reducir los síntomas del virus rugoso en tomate

vivir con la enfermedad y que sea capaz de salir adelante sin ver mermada su producción y manteniendo sus parámetros de crecimiento dentro de los niveles adecuados", explica el gerente de Ecoculture, Ángel Ruiz Serna.

www.ecoculturebs.com



LO QUE NOS ALIMENTA
Es hacerlo bien

Nos alimenta, nos motiva y nos enorgullece cultivar de forma sostenible, saludable y sabrosa.

En Cooperativa La Palma trabajamos para hacerlo bien y asegurar la agricultura y el futuro con calidad, con respeto y con conocimiento.

granadalapalma.com

Por Susana Rodríguez Gómez. Periodista agroalimentaria | @SusanaRGomez

I+D en lechuga: mejores rendimientos, sostenibilidad y resistencias completas

La lechuga es una de las principales hortalizas producidas en España, con casi un millón de toneladas, de las cuales, se exportan más de 715.000 toneladas, mayoritariamente a la Unión Europea, con la incorporación de nuevos destinos como países árabes y Canadá.

La lechuga, un vegetal sano y fresco, caracterizado por su versatilidad y multitud de variedades, es uno de los más consumidos del planeta. El sector productor español, encabezado por la región de Murcia, Andalucía y Comunidad Valenciana, avanza en el desarrollo de variedades más productivas y sostenibles, adaptadas a la sequía y resistentes a las plagas, que permitan reducir los costes y optimizar la rentabilidad.

BASF cuenta con una amplia gama de variedades de lechuga para todos los ciclos de cultivo ofreciendo un producto de calidad y completo frente a las resistencias. Su portfolio está compuesto por lechuga iceberg, romana, mini romana, little gem, además de las especialidades Batavia, lollo, multileaf, trocadero y hoja de roble. Su estrategia de innovación busca la sostenibilidad y la reducción de costes, avanzando en la recolección mecanizada y el desarrollo de variedades con más resistencias y más rusticidad, reduciendo la aplicación de fitosanitarios y abonos. Gracias a la tecnificación de estos cultivos, la compañía, que opera en el mercado de semillas hortícolas bajo su marca Nunhems, se encuen-



tra a la vanguardia en cuanto a fertilización y altas densidades de producción. "Dar variedades con resistencias completas, que consuman menos insumos y que puedan aportar más peso y precocidad es ideal para ser sostenible", asegura la compañía, subrayando el impulso dado al cultivo de lechuga iceberg gracias al desarrollo de variedades de cuello alargado (elongated neck) que permiten la recolección mecánica sin degollar la lechuga, y, por tanto, con alta eficiencia en la recolección.

Los principales desafíos del sector se centran en la falta de mano de obra, además de la proliferación de hongos en los suelos, como fusarium y mildiu, y el pulgón, cuya incidencia se extiende perjudicando las zonas de cultivos. En este sentido, BASF atiende las necesidades de los productores, centrándose en la búsqueda



Lechuga Romana

de constante y dinámica de resistencias frente a estas enfermedades, logrando una mayor productividad

Preferencias del consumidor

BASF destaca la preferencia por variedades de lechuga con sabores más dulces y agradables al paladar. El abanico de texturas depende de los mercados de destino. En Francia e Italia consumen variedades más suaves y carnosas, en el norte de Europa las prefieren más crujientes y el consumidor español elige texturas intermedias. Los colores que trabaja la empresa son verdes y rojos en diferentes tonalidades, dependiendo de la genética de la planta. El consumo de estos vegetales se hace en fresco, pero su comercialización se puede dar en piezas enteras de diversos packagings - twin, single y banquetas-, entre otros formatos, destaca esta casa de semillas que también desarrolla la IV gama, "cada vez más demandada por la diversidad y comodidad a la hora de consumir".

BASF destaca la preferencia por variedades de lechuga con sabores más dulces y agradables al paladar

Con estas innovaciones, BASF sigue mejorando desde el origen para desarrollar variedades y formatos de lechuga que satisfagan los gustos de los consumidores más exigentes, además de garantizar mejores rendimientos y reducción de costes para los productores.

La cadena agroalimentaria se cita en Murcia con las novedades en lechuga

Compradores internacionales, representantes de la distribución y de las comercializadoras, técnicos y agricultores conocen la oferta de las principales casas de semillas.



Variedades de lechuga cultivadas al aire libre

Durante las primeras semanas de febrero, la transferencia de todo el conocimiento y la muestra de los productos más novedosos en variedades de culti-

vo de hoja, como lechuga, se concentra en la Región de Murcia. Compradores internacionales llegados de diferentes países, agricultores, técnicos de coope-

rativas y representantes de la distribución española, entre otros profesionales vinculados al sector agroalimentario, acuden a las punteras instalaciones que las grandes casas de semillas tienen en la principal zona productora de lechuga y brásicas.

Durante las jornadas de puertas abiertas (cada empresa cuenta con unas fechas determinadas) se pone de manifiesto que la labor de los obtentores varietales hace gala de la recepción de las demandas de toda la cadena de valor.

En el pasado 'curso' las principales innovaciones se centraron en variedades más adaptadas a la recolección mecanizada. También aquellas que permiten incrementar la productividad en plantaciones más densas. Asimismo, otra de las cuestiones relevantes, sobre todo en origen, que mostraron las casas de semillas, son variedades con mayor nivel de resistencia, sobre todo, ante las nuevas amenazas que padece este tipo de cultivos.

Firmas como Bejo, Rijk Zwaan, Nunhems o Enza Zaden, entre otras, acogerán en sus centros de innovación estas jornadas en las que se llevarán a cabo demostraciones y actividades complementarias.

hortamira
S. COOPERATIVA LTDA.

BIO

www.hortamira.coop

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

Por Susana Rodríguez Gómez.
Periodista agroalimentaria | @SusanaRGomez

La sequía: el gran desafío del espárrago verde en la próxima campaña

La sequía amenaza con mermar la próxima cosecha de espárrago verde, como ya ocurrió el pasado año, en el que las producciones experimentaron bajadas en torno a un 30% - 35%. El sector afronta esta nueva campaña con ilusión, innovación y compromiso sostenible.

Andalucía lidera la producción de espárrago verde a nivel nacional, seguida de las comunidades de Extremadura y Castilla-La Mancha. El campo español produce unas 60.000 toneladas de este vegetal con creciente demanda en el mercado internacional. La escasa pluviometría acumulada desde el año 2020, unida a los efectos de la sequía del pasado año, cuya cosecha se redujo entre un 30% y un 35%, marcarán la producción de la próxima campaña de espárrago, manteniéndose similar o a la baja de lo que ya vienen siendo producciones poco generosas.

Entre las principales empresas dedicadas a la producción de espárrago verde en Granada destacan Centro Sur, Espárrago de Granada, Los Fresnos, COSAFRA, Los Gallombares y San Isidro de Loja. "El agua es la principal necesidad de nuestros campos", destaca José Ángel Delgado, director comercial de Los Gallombares, quien añade que "la falta de este recurso ha mermado las producciones, si bien el mercado apoya este producto y la rentabilidad el año pasado fue buena".

Existe una notable diferencia en calidad del espárrago español, y en particular, el granadino, al del resto del mundo

En Huétor Tájar, COSAFRA cuenta con 500 productores, 300 hectáreas y su cosecha ronda las 1.500 toneladas. Su presidente, Francisco Javier Trujillo, prevé que la campaña venidera será similar a la anterior o a la baja, "por lo que sumáramos dos



El espárrago verde es una de las producciones vegetales más consolidadas en el mercado europeo

años seguidos con menor cosecha a pesar de una demanda hasta ahora creciente".

Por su parte, San Isidro de Loja espera que los 100 litros por metro cuadrado registrados en junio ayuden al menos a alcanzar la cosecha anterior, en la que obtuvieron 1.500 toneladas, la mitad que una campaña normal. "Para este nuevo ejercicio las reservas que tengan las garras de espárrago son las que son, por lo que las lluvias a corto plazo no tendrían un impacto positivo en la cosecha que esperamos iniciar a mediados de febrero y que se prolongue hasta finales de mayo", explica Antonio Rodríguez, director Técnico de San Isidro de Loja.

Innovación

Las cooperativas disponen de certificaciones como GlobalGap e IFS Food, además de modernizar sus industrias para ser más competitivos. "Los consumidores europeos exigen productos cada vez más frescos y de mejor calidad. Van cambiando los formatos hacia un espárrago más corto con menos parte leñosa y aprovechable 100%", destaca José Ángel Delgado, quien subraya la apuesta de Los Gallombares para atender esta demanda con las instalaciones más punteras del



Nuevas instalaciones de Los Gallombares en Loja

sector. Otra cooperativa granadina, Isidro de Loja, ha automatizado sus instalaciones, implementando sistemas que prolongan la vida útil del producto, además de nuevas variedades. En Huétor Tájar, COSAFRA también ha realizado una potente modernización e innovación tecnológica para adaptarse a la normativa IFS.

El sector está muy concienciado en seguir reforzando estrategias respetuosas con el medio ambiente, implementando acciones muy positivas. En Los Gallombares se centran en el ahorro de agua y apuestan por la energía solar renovable con el propósito de ser autosuficientes en materia energética en un plazo de tres años. Comprometida con la economía circular, San Isidro de Loja elabora su propio compost de altísima calidad a partir de desechos del espárrago, alperujo y hojas de olivo, el cual se emplea para el abonado de su espárrago saludable, nutritivo, libre de agroquímicos y con larga vida útil.

En la provincia granadina, esta hortaliza es una auténtica referencia por su alto valor social, económico y medioambiental, encabezando la producción nacional con 5.700 productores, integrados en 15 cooperativas agrarias, con un mercado consolidado en Europa.

Por Miriam Pérez Mena. Periodista especializada en política agroalimentaria | @mperezmen

Fruits Ràfols: "La nueva línea de verduras en parada está siendo todo un éxito"

Fruits Ràfols ha incorporado las verduras a su catálogo para facilitar y rentabilizar el tiempo de sus clientes a la hora de la compra.

La empresa mayorista Fruits Ràfols es conocida por su trayectoria durante tres décadas en la venta de fruta y desde el pasado mes de octubre, también ha incorporado una nueva línea de verduras de la que ya está obteniendo grandes resultados. "En los 4 meses de trabajo que llevamos en este sentido, los clientes están respondiendo y el transcurso está siendo muy positivo", explica Iván Farré Tena, Product Manager de Fruits Ràfols.

La idea de incluir las verduras al portafolio de venta surgió desde la Directiva con el objetivo de ofrecer a sus clientes un mayor número de productos sin moverse

del mismo sitio en el que ya compraban las frutas. "Les facilitamos la vida, por decirlo así, y ellos responden. Ganamos todos, incluido el departamento de logística, ya que aporta rapidez a la hora de hacer las cargas y en el control de género".

"En los 4 meses de trabajo que llevamos en este sentido, los clientes están respondiendo"

Además, "le damos la opción a empresas productoras nacionales de verduras y hortalizas, cuando tienen ausencia de producto a conseguirles lo que necesitan fuera de nuestras fronteras, como puede ser Alemania o Francia". El catálogo de verduras es muy amplio, puede consultarse en la web, e incluye tomates, calabacines, verdura de hoja e incluso hortalizas de temporada como los calçots. Las previsiones son muy optimistas.



Iván Farré Tena. Product Manager de Fruits Ràfols

www.fruitsrafols.com

Sustratos innovadores para hortícolas y frutales, reduciendo la huella de CO₂

de última generación en Valencia donde se elaboran productos más sostenibles con materias primas renovables como gramoFLAKES® o LIGNOFIBRE®, ha acelerado su apuesta por los sustratos del futuro, disminuyendo considerablemente las emisiones de CO₂.

Esta nueva planta cuenta con nueve Bunkers de mezclado para las diferentes materias primas, y nueve dosificadores para la incorporación de los diversos aditivos: fertilizantes, bioestimulantes, tensioactivos, arcillas, etc., mediante los cuales se pueden realizar miles de combinaciones de sustratos personalizadas y adaptadas a las necesidades de cada cliente. De esta forma, dispone de una capacidad de producción de cerca de 200 m³

La apuesta de GRAMOFLO por las materias primas alternativas y renovables es una constante desde sus inicios. Y es que, siguiendo su filosofía de "crecimiento responsable", desde la multinacional alemana, llevan años desarrollando diversas líneas de estudio para ofrecer sustratos más sostenibles, materializándose gracias a una importante inversión tanto en investigación como en tecnología.

GRAMOFLO IBÉRICA, con la construcción de una nueva planta de produc-

ción de sustrato/hora, pudiendo enviar sus productos desde Valencia a cualquier parte del sur de Europa y norte de África de una forma rápida y eficaz.

Si siguiendo esta estrategia, GRAMOFLO ha desarrollado en el último año una nueva gama de sustratos específicos para el cultivo de frutos rojos, de olivos y otros frutales, y últimamente se ha centrado en la elaboración de sustratos para semillero hortícola, con una reducción importante de la turba, llegando incluso a productos sólo con 50% de turba, donde se reducen drásticamente las emisiones de CO₂ generadas en los cultivos, ya en su primera fase en el vivero o semillero.

www.gramoflor.com/es



Por **Cristóbal Aguado Laza**. Presidente de AVA-ASAJA

Una campaña cítrica llena de desafíos

Cristóbal Aguado Laza, presidente de AVA-ASAJA nos tare este artículo de opinión en exclusiva para la revista ECA FRUITS donde se analiza la situación cítrica en España.

No hay dos campañas iguales y esta, sin duda, nos ha dejado un desafiante e irregular escenario caracterizado por la escasez de la oferta, los disparados costes de producción, la buena evolución de los precios -insuficiente, eso sí, para muchos agricultores- y los robos.

Según el aforo del Ministerio de Agricultura, tendremos la segunda cosecha más corta de la década a causa de la sequía que ha castigado con virulencia a todo el territorio nacional, especialmente al sur peninsular. El panorama no resulta mucho mejor en la Comunidad Valenciana, donde el fuerte viento de poniente en noviembre se sumó a anteriores adversidades climáticas como las altas temperaturas durante la floración, el inusual frío en mayo, las lluvias torrenciales y los temporales de pedrisco, las cuales fueron contribuyendo a mermar la producción. Así, el aforo cítrico en la Comunidad Valenciana preveía 2,79 millones de toneladas, un 3,8% menor a la campaña anterior que ya fue muy corta, pero creemos que la cosecha final aún será inferior por las últimas inclemencias meteorológicas.

Además de los desafíos climáticos, los citricultores han afrontado otros de naturaleza económica. Los elevados costes de los fertilizantes ponen en jaque la rentabilidad de las explotaciones, obligando muchas veces a reducir el abono. La pro-

Los elevados costes de los fertilizantes ponen en jaque la rentabilidad de las explotaciones



Cristóbal Aguado Laza. Presidente de AVA-ASAJA

liferación de plagas y enfermedades eleva el número de tratamientos fitosanitarios. También la necesidad de riego constante, al no llover durante meses, incrementa los costes energéticos.

Las cotizaciones mundiales de la industria del zumo empujan al alza los precios del mercado en fresco pero, a la vez, alientan los robos para llevar las naranjas a las 'peladoras', donde el control de trazabilidad es mínimo. Además de vigilancia, que implica no pocos recursos, hace falta digitalizar la entrada de producto en estos centros de recepción para frenar la lacra de los robos.

Y, mientras tanto, las importaciones de países terceros disparan el riesgo fitosanitario. Sudáfrica ha batido su récord anual de detecciones de mancha negra y sigue sin cumplir la normativa europea del tratamiento en frío. Egipto ha dado una primera interceptación de mancha negra en sus cítricos. En el puerto de Almería se interceptó una partida de granadas marroquíes con falsa polilla, lo que enciende las alarmas a todo el sector hortofrutícola. Además, el temor a la llegada del HLB crece a la velocidad que lo hacen los vectores en Portugal y Chipre.



Las importaciones de países terceros disparan el riesgo fitosanitario

Egipto se erige como una amenaza cada vez más fuerte para nuestra citricultura, pues coincide su producción con la de España. Aunque, según informaciones que recibimos del comercio, la calidad de la naranja egipcia no es comparable con la española.

Además, estamos trabajando en la interprofesional Intercitrus para alcanzar un acuerdo global que incluya un contrato homologado, una planificación inteligente de la temporada, una campaña de promoción y una rigurosa vigilancia para evitar la introducción de nuevas plagas y enfermedades.

Desde AVA-ASAJA recomendamos a los productores que vendan sin prisas, hagan números de lo que les cuesta producir un kilo de fruta y defiendan un precio digno que permita compensar la extraordinaria subida de los costes de producción y la escasa cosecha prevista.

XStress

La solución a los problemas de estrés en los cultivos.

ecoculturebs.com eCoCulture Stress Specialists



Automatización Maf Roda en el proceso de comercialización de cítricos

Por J. Sanchis Soler. Periodista agroalimentario

Novedades en la postcosecha de cítricos: inteligencia artificial y optimización de la calidad

La postcosecha desempeña un papel cada vez más fundamental para la conservación y la reducción de pérdida y desperdicios en las frutas y hortalizas.

La aplicación de técnicas y soluciones adecuadas en cada fase del proceso de la postcosecha permite mantener la calidad de los productos hortofrutícolas, prolongar su vida útil y lograr maximizar su valor en el mercado. Es fundamental un manejo adecuado desde la llegada del producto del campo al almacén hasta su salida para la comercialización, porque se trata de productos bastante perecederos que podrían ocasionar además riesgos en la salud de las personas. Los mercados internacionales exigen además a los diferentes países proveedores que cumplan con los estándares de calidad fijados por las autoridades.

Las empresas que trabajan en la postcosecha han de adaptarse cada vez más a las necesidades y demandas de los mer-

cados. La innovación continua es uno de los ejes que afrontan en la actualidad.

Las empresas que trabajan en la postcosecha han de adaptarse cada vez más a las necesidades y demandas de los mercados

La necesidad de automatizar las centrales hortofrutícolas es una obligación, desde que la fruta entra al almacén hasta que sale a los lineales. El nuevo software de MAF RODA, GLOBALSCAN 7 SMART, es

la última generación en análisis de calidad externo para cítricos.

Paralelamente al uso de la inteligencia artificial se busca una optimización de la calidad tras la cosecha. En este sentido, DECCO IBÉRICA posee cada vez más soluciones para sacar el mayor rendimiento de la cosecha disponible.

MAF RODA: la inteligencia artificial al servicio del sector cítrico

La automatización de las centrales hortofrutícolas ya no es una opción sino un imperativo si se quiere competir en un contexto cada vez más exigente. Esta automatización llega a todos los procesos que se realizan en un almacén desde que la fruta entra hasta que sale en el camión destino al lineal del supermercado. Con la reciente pandemia y con la subida desmesurada de los costes, hemos visto como "las empresas se plantean la automatización como la solución a medio y largo plazo para poder seguir creciendo y siendo competitivos en sus mercados, ofreciendo la máxima calidad a precios asequibles", afirma Christophe Blanc, director general y propietario del Grupo MAF RODA. "La necesidad de automatizar es creciente y es demandada por gran variedad de productos, entre otros de los cítricos".

El nuevo software, GLOBALSCAN 7 SMART es la última generación en análisis de calidad externo para cítricos. Un nuevo sistema que utiliza un algoritmo progra-

mado con inteligencia artificial capaz de reajustarse automáticamente y/o haciendo un simple clic sobre las fotos de la fruta que pasa bajo cámara. El operario dejará de tener que gestionar la línea manejando cientos de parámetros, con tan solo dos,

ECOWOOX garantiza la total reciclabilidad para envases de madera

FEDEMCO, la Federación Española del Envase de Madera y sus Componentes, lanzó hace unos meses su Marca Europea de certificación ECOWOOX, que viene a certificar la total reciclabilidad para los envases de madera.

"Los envases de madera son los más sostenibles del mercado. Esto lo desconocen a día de hoy muchas empresas y la mayoría de los consumidores", afirma Raquel Aguado, directora de FEDEMCO. "Con ECOWOOX buscamos poner en valor la to-



podrá operar la línea con gran precisión. Un desarrollo enfocado en el usuario, el cual adquiere mucha más autonomía sin perder ni un ápice de eficiencia y precisión.

Philippe Alves, responsable de electrónica de MAF RODA, afirma que "El uso del Machine Learning nos ha permitido entrenar algoritmos que han liberado los operadores de algunas tareas de configuración de las máquinas y ha conseguido mejorar la categorización de los defectos. Más recientemente la incorporación del Deep Learning ha permitido dar un paso más y ahora, con nuestra electrónica GLOBALSCAN 7 SMART, se permite al operario usar modelos dedicados que mejoran la clasificación de defectos como nunca. El sistema permite, también, al operario ser capaz de optimizar los modelos de forma constante con un simple seguimiento del trabajo realizado por el sistema."

"El sistema tiene capacidad de autoaprendizaje, es decir, posibilidad de "re-entrenarse". Los sistemas de IA pueden aprender automáticamente nuevas características y defectos a medida que el operario los alimenta con nuevas muestras, haciendo así que la clasificación vaya mejorando de forma continua." El ob-



Fruto de Orri dañado de campo por una espina

jetivo de este nuevo software es facilitar al máximo la tarea de los operarios de las centrales cítricas, permitiendo una gestión de la clasificación del producto casi automática. Además, este software es totalmente compatible con la campaña de cámaras multispectrales de GlobalScan 7 - Viotec, por lo que la transición de un sistema a otro es rápida y sencilla de realizar.

DECCO IBÉRICA: optimizar la calidad tras la cosecha

DECCO IBÉRICA trabaja para sacar el mayor rendimiento de la cosecha disponible, reduciendo el desperdicio de alimen-

tal reciclabilidad de nuestros envases de madera. Por un lado, queremos darles una herramienta a los consumidores para que sepan reconocer estos envases y puedan hacer un consumo responsable. Por otro lado, queremos que las empresas comprometidas con la sostenibilidad puedan servirse de esta certificación como elemento de diferenciación para sus envases", explica.

La Marca Europea de certificación basada en normas UNE cumple con la legislación española y se anticipa a la nueva.



normativa europea sobre ecodiseño, reciclabilidad y valorización económica del envase. Y, por último, destaca que se sienten "muy orgullosos de la excelente acogida que ECOWOOX está teniendo entre nuestros asociados. Ya hay tres empresas que han finalizado el proceso de certificación y más de una decena de compañías se encuentran en una fase avanzada del proceso", concluye.

www.fedemco.com

tos y mejorando la seguridad alimentaria para una correcta comercialización de los cítricos.

La segunda parte de la campaña de cítricos se divide históricamente en las siguientes secciones, cada una de ellas con sus desafíos propios: los envíos de ultramar, la entrada en circulación de las variedades club de mandarinas y la frigo-conservación para alargar la disponibilidad de cítricos. Nos centraremos ahora en las dos primeras.

El 10% de los cítricos españoles llega a destinos tan lejanos y complicados como China, Canadá, Brasil... El tratamiento en frío se realizará en tránsito en contenedores refrigerados donde la temperatura se medirá en la pulpa, a 1.1°C o menos durante un tiempo no inferior a 15 días consecutivos, a 1.7°C o menos durante un tiempo no inferior a 17 días consecutivos, a 2.1°C o menos durante un tiempo no inferior a 21 días consecutivos.

El uso de la inteligencia artificial llega a la postcosecha de los cítricos

En el contexto de la exportación de cítricos a ultramar, es imperativo seleccionar partidas de alta calidad, ya que estos frutos deben soportar condiciones adversas para llegar al mercado de destino. Con el fin de mitigar posibles problemas que pueden sufrir los cítricos, en DECCO han desarrollado la Citrashine Long Life, cuyos beneficios son un óptimo control de la pérdida de peso, excelente brillo y control de los daños por frío.

La segunda parte de la campaña cítrica se caracteriza por la comercialización de variedades de mandarina protegidas, Orri, Tango, Nadorcott, Leanri, Sando, etc. Esta campaña cítrica 2023-24, si por algo se ha caracterizado ha sido por las elevadas y sostenidas temperaturas que han propiciado la presencia de distintas plagas durante más tiempo del habitual.

A diferencia de las mandarinas, clementinas y tangerinas clásicas, de esta segunda parte de la campaña, como pueden ser las Murcott y en mayor medida la Ortanique, las nuevas variedades aportan estas mejoras: fácil pelado, variedades club que vela por la protección de la variedad y el valor de la fruta, de buen comportamiento en el árbol y propiedades organolépticas atractivas.



De manera general hay que manejar y tratar estas variedades más actuales como a las clementinas. Por lo que se recomienda:

- Una buena recolección, eligiendo cuidadosamente las partidas. En las Orri hay que estar atentos, pues el árbol tiene tendencia a producir espigas, que pueden dañar la integridad del fruto.
- En la cámara, misma temperatura de conservación que las clementinas.
- Puede tratarse tanto por Drencher como por el precalibrado. Aunque tiene la piel de fácil pelado, no se daña la fruta.
- Se recomienda la desinfección de cajones y cámaras para acoger a estos frutos con la máxima seguridad alimentaria.
- En la cámara, misma temperatura de conservación que las clementinas.
- Puede tratarse tanto por Drencher como por el precalibrado. Aunque tiene la piel de fácil pelado, no se daña la fruta.
- Se recomienda la desinfección de cajones y cámaras para acoger a estos frutos con la máxima seguridad alimentaria.

Recomendaciones de tratamiento postcosecha de las variedades club de mandarinas.

Los envíos de cítricos a ultramar requieren en la postcosecha un óptimo control de la pérdida de peso, excelente brillo y control de los daños por frío

DECCO San FH

Producto para la sanitización y desinfección de los caldos de tratamiento y de la superficie del fruto. El DECCO San FH está certificado por el CAEE como producto apto para la agricultura ecológica. Su uso continuado evita la formación de Biopelículas. Se puede utilizar tanto en Drencher, Balsas, Lavadoras como aplicación online.

DECCO Sol Max

DECCO Sol Max se presenta como una solución postcosecha esencial para reducir la Negrilla. Este detergente ha sido desarrollado con el objetivo de eliminar

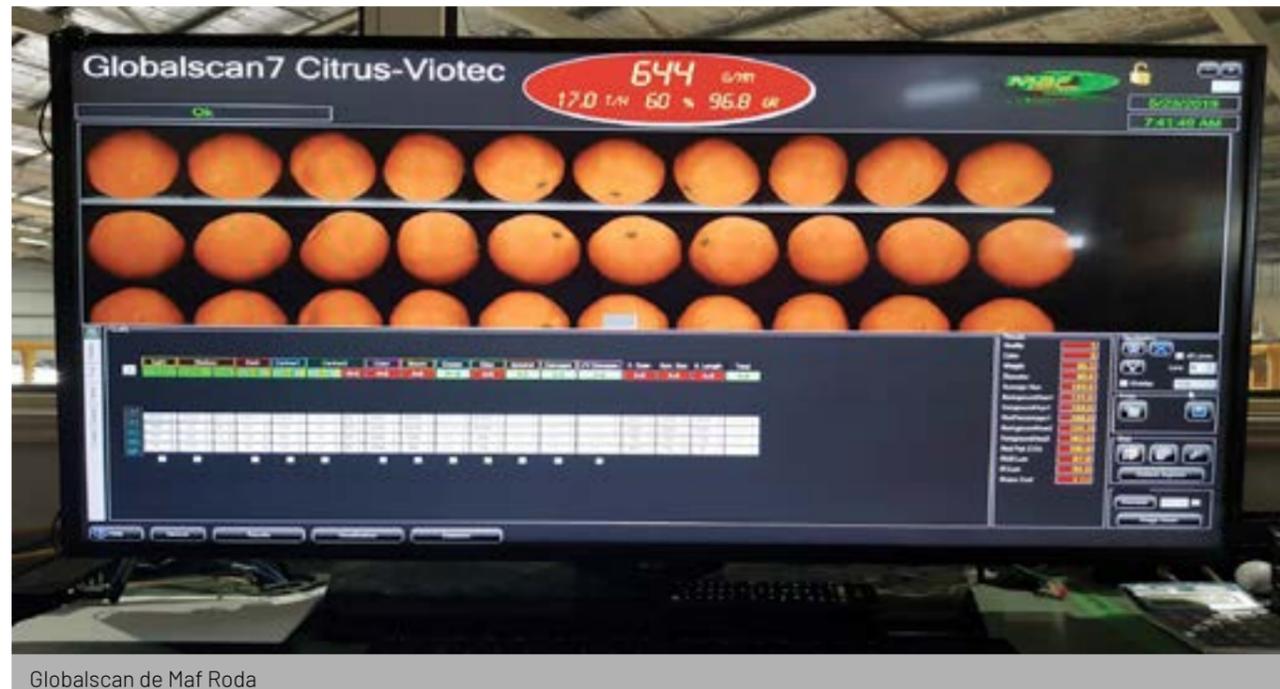


Maestros de los cítricos



Los que más cuidan lo que más te importa.

Cultiva con Calidad. Cosecha con Excelencia.



Globalscan de Maf Roda

eficazmente la negrilla y otros contaminantes superficiales de los cítricos después de la cosecha. Al realizar una limpieza profunda y completa, DECCO Sol Max no solo mejora la apariencia de los cítricos, sino que también contribuye a preservar su frescura y calidad.

Además de su eficacia en la eliminación de la negrilla, DECCO Sol Max también se ha destacado por su capacidad para eliminar otros patógenos y residuos, incluidos los restos de productos fitosanitarios empleados en el campo. Esta característica asegura una limpieza completa y contribuye a la seguridad alimentaria al reducir la presencia de posibles contaminantes en los cítricos.

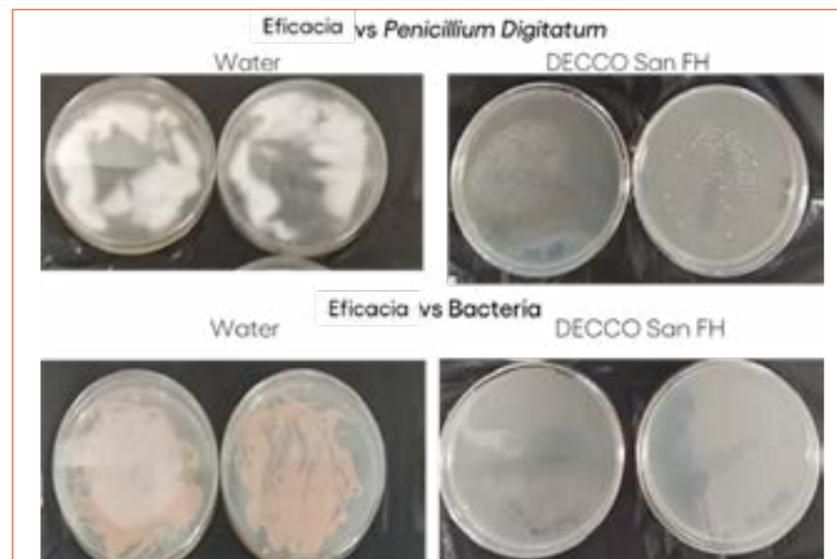
Las nuevas variedades de mandarinas protegidas deben ser manejadas y tratadas en la postcosecha como las clementinas

DECCO Protect

Suplemento formulado de ácidos grasos que combinado con recubrimientos de la gama Citrashine mantiene la piel de los cítricos más fresca durante más tiempo.

Beneficios de su uso:

- Reduce los daños por frío, mejorando la apariencia y el brillo
- Colabora para mantener la frescura de las hojas en la confección en ramillete
- Disminuye la oxidación de las células de la piel que hayan sido dañadas por golpes o abrasiones.
- Complementa al recubrimiento aplicado: Compatible con Poliuretano y Carnauba mejorando el control de las pérdidas de peso.



Estudio in vitro de la eficacia



Tu mejor elección

Elige la opción que mejor se adapte a ti y consigue tu Kubota por menos de lo que imaginas



Elige RENTING

Tu Kubota sin ataduras: disfrútalo ahora con cuotas pospagables, mantenimiento incluido y garantía extendida.



Elige COMPRA

Invierte en tu futuro: personaliza y asegura tu inversión a largo plazo. Con la mejor financiación y toda la garantía Kubota.



*Promoción válida desde 1 de enero de 2024 hasta el 31 de marzo de 2024. Solo para Concesionarios adscritos a la promoción.

*El cliente puede acceder a la mejor financiación en vigor publicada por Kubota en España.

“Con la estrategia de cítricos de Bayer tenemos el control simultáneo de tres plagas principales”

Entrevistamos para esta edición de la revista ECA Fruits a Javier Pérez Domínguez, Grower y channel marketing de Bayer quien nos habla de la nueva estrategia de cítricos de Bayer.

En los últimos veinte años han entrado nuevas plagas contra las que los agricultores deben luchar. Esto hace que vuestra estrategia de cítricos tenga una trascendencia y un interés, podríamos decir, mundial. ¿Cómo surge esta estrategia?

La estrategia de cítricos de Bayer surge ante la necesidad de la búsqueda de soluciones para ayudar a los agricultores a afrontar los principales problemas a los que tienen que enfrentarse en el campo. No solamente para la gestión de plagas en el campo, donde cada vez tiene menos herramientas disponibles con el incremento de plagas que se ha dado, sino también para facilitar la comercialización de las cosechas y la gestión de plagas con el cumplimiento de los estándares de calidad que imponen los supermercados.

¿En qué consiste la estrategia de productos de Bayer?

La estrategia de cítricos Bayer es una solución única en el mercado, que combina el uso de biológicos, químicos y digitalización para el control simultáneo de tres de las principales plagas del cultivo de los cítricos: el piojo rojo de California, el cotonet de los cítricos y el cotonet de Sudáfrica. La estrategia actúa los 365 días del año, tanto en producción convencional como en cultivo ecológico. Además, tiene la ventaja de que, a través de la herramienta digital Cropping View, avisa al agricultor cuando surge la necesidad de hacer un tratamiento contra una de estas plagas.

Sin duda, permite optimizar los recursos usados a la hora de hacer o planificar los tratamientos y busca la máxima calidad en la cosecha para que posteriormente se pueda comercializar y exportar,

cumpliendo los más exigentes estándares de calidad.

La estrategia está formada por productos químicos como MOVENTO y otros biológicos como VINITY, FLIPPER y CITROLE y la herramienta digital Cropping View. La idea de Bayer es buscar una reducción paulatina de las plagas, disminuyendo, de manera gradual, los tratamientos y con estos los gastos asociados al cultivo.

¿Cómo afecta la nueva normativa europea a los cultivos?

El Green Deal integra la iniciativa “De la granja a la mesa”. En ella se establece una serie de acciones que tienen el objetivo de reducir el uso de fitosanitarios en un 50%, así como las fertilizaciones. Por otro lado, se busca incrementar la superficie de cultivos ecológicos. La idea es que para 2030 el 25% de la superficie europea sea ecológica.



Javier Pérez Domínguez.
Grower y channel marketing de Bayer

Ante una realidad así, es vital obtener el máximo rendimiento de los productos. Tenemos limitaciones en el número de productos a utilizar, en su uso y aplicación, y al mismo tiempo, cada vez hay más plagas. Por lo tanto, hay que saber cuándo es el momento idóneo para obtener la máxima eficacia contra una plaga, considerando la gestión global del resto. Los técnicos y agricultores deben pensar en una gestión global de las plagas de la explotación, de forma que por controlar una no desestabilicen otra, lo cual podría generar grandes problemas futuros.

¿Existe una estrategia específica ECO?

Hemos transitado desde el uso de productos químicos tradicionales a una nueva línea de productos químicos muchos más respetuosos con el medio ambiente. También introducimos productos biológicos con un perfil de eficacia y manejo diferente a lo que el agricultor está acostumbrado.

Nuestro objetivo no es erradicar la plaga, sino lograr convivir con ella de manera que no supere el umbral de tratamiento. Después, buscamos mantener ese equilibrio dentro del ecosistema entre plaga y fauna auxiliar, obteniendo el máximo rendimiento del cultivo.

www.cropscience.bayer.es



CLASIFICACIÓN DEL SABOR COMO NUNCA ANTES

Descubre la gama de los sistemas UNIQ para la clasificación interna de tus frutos.



ENTRA EN EL MUNDO UNITEC



FRUIT LOGISTICA
Berlín, Alemania
7-9 de febrero de 2024
Pab. 4.1 A-10 / A-20 / B-10

Innovadoras líneas de proceso y soluciones de clasificación patentadas para tus frutos y hortalizas

Por Marga López Polo. Periodista Agroalimentaria | @MargaLopez77

El papel de la sanidad vegetal en la soberanía alimentaria



Crecimiento de planta en invernadero

Considerar las actuaciones en sanidad vegetal únicamente como recurso para obtener más producción es ver únicamente un lado de esta realidad donde tan importante es este, como su papel clave en la soberanía alimentaria.

El año 2024 puede ser decisivo para el sector de la sanidad vegetal en la Unión Europea. Tras el rechazo del Parlamento Europeo al Reglamento de Uso Sostenible de Fitosanitarios, se abre un nuevo camino para establecer un nuevo marco legislativo más acorde con la realidad del sector agrícola, pero, sobre todo, que contemple argumentaciones reales, con bases científicas, y donde haya tiempo para implementar herramientas biotecnológicas y de digitalización, en las que ya está trabajando el sector de la sanidad vegetal.

Y es que el reglamento rechazado planteaba, entre sus principales objetivos, la reducción del uso de plaguicidas en un 50% y el uso de fertilizantes en un 20%

antes de 2030, en línea con los objetivos anunciados por la Comisión Europea, recogidos en las Estrategia de la Granja a la Mesa. Objetivos difícilmente alcanzables sin comprometer la soberanía alimentaria de la propia UE.

El papel de la sanidad vegetal

Vincular los beneficios de la sanidad vegetal al hecho de lograr una mayor productividad es reducir mucho o simplificar el objetivo global de las empresas que desarrollan su actividad en este sector. La sanidad vegetal debe considerarse como clave para lograr la soberanía alimentaria, garante de esta y por tanto esencial en nuestro sistema productivo. Igual que las personas acudimos a los servicios sanitarios ante cualquier enfermedad o como prevención de estas, las plantas deben tener garantías para su supervivencia

La UE tiene ahora la oportunidad de crear un verdadero Reglamento de Uso Sostenible de Fitosanitarios acorde a nuestra realidad productiva

ante esas mismas situaciones. Nuestra alimentación depende de ello.

Por lo tanto, los nuevos marcos legislativos, que se debatirán en los próximos meses en el seno de la Unión Europea, deben contemplar esas actuaciones como básicas, y articular un conjunto de normas que permita abordar la nueva realidad productiva, con nuevas plagas y enfermedades, nuevas herramientas y líneas de desarrollo en los que el sector de la sanidad vegetal viene trabajando desde hace años.

Enfoque preventivo

Clave también en el futuro del sector productor y por tanto de la sanidad vegetal es la prevención. La globalización comercial, la ausencia de fronteras, la gran variedad de ecosistemas, climas y sistemas de cultivos incrementa los riesgos fitosanitarios. Ante este desafío, la administración defiende establecer un enfoque preventivo, y asume su papel en aspectos como la necesaria regulación de las principales vías de entrada de los organismos nocivos y la comprobación del cumplimiento de los requisitos necesarios para los movimientos de material vegetal. También les corresponde la supervisión de la correcta aplicación de los autocontroles de los operadores, la realización de prospecciones y labores de vigilancia que refuercen los objetivos de de-

tección precoz y prevención perseguidos o la elaboración de disposiciones que establezcan medidas de erradicación para la eliminación de los organismos nocivos o de contención que eviten la propagación de estos.

Hacia dónde caminamos

Pero no solo con esa prevención, ejecutada con mayor o menor acierto, tenemos garantizada la soberanía alimentaria. El sector necesita herramientas que le permitan producir, sino más, al menos lo mismo con menos recursos. Y ahí juega un papel clave la innovación, la digitalización, la inteligencia artificial: en ello ya trabaja el sector de la sanidad vegetal, pero limitados ante unos plazos irrealistas y sin base científica.

Ahora, la Unión Europea tiene la oportunidad de crear un verdadero Reglamento de Uso Sostenible de Fitosanitarios acorde a la realidad productiva de Europa, que permita hacer frente a las nuevas plagas y enfermedades con garantías de éxito, sin atacar o penalizar a un sector, el de la sanidad vegetal, cuyo objetivo es garantizar nuestra alimentación.



Observación del crecimiento de una planta

Symposium de Sanidad vegetal, toda una oportunidad

En la próxima edición del Symposium de Sanidad Vegetal tendremos la oportunidad de profundizar en muchas de esas nuevas herramientas con la que ya trabaja el sector: casos de éxito de biocontrol en fresa, olivo o aguacate; la inteligencia artificial para la prevención de plagas, o cómo el análisis de datos nos puede ayudar en la toma de decisiones. Un encuentro, que tendrá lugar del 13 al 15 de marzo en Sevilla, que aspira a convertirse en referente en Europa para ese

La reducción del uso de plaguicidas en un 50% y el uso de fertilizantes en un 20% antes de 2030 era un objetivo inalcanzable

futuro reglamento, con todas las miradas puestas en él por su marcado carácter internacional, pero, sobre todo, práctico.



Siete
Agromarketing



eCAO
COMERCIO AGRARIO.COM
AgroDEI

Una aplicación móvil exclusiva para el agricultor y ganadero español

TOTALMENTE GRATUITA

El tiempo

Cotizaciones

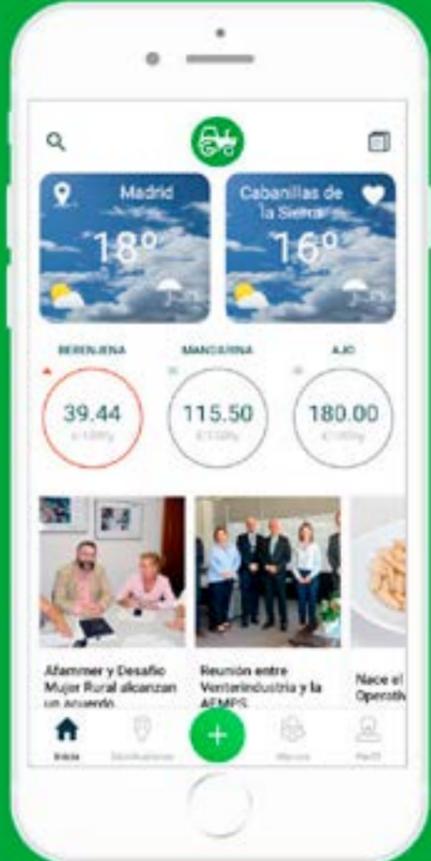
Noticias

Marcas

Distribuidores

Venta usado

Red Social





Xosé Lois Devesa Novo, Country Manager en Sipcam Iberia, en su despacho

“Sabemos hacia dónde debemos avanzar para cumplir con las demandas actuales y futuras”

Sipcam Iberia está de aniversario, cumple 50 años ofreciendo soluciones al sector agrario, con una fuerte vocación innovadora, mirando la sostenibilidad como pilar base, y sobre todo las necesidades de los agricultores. Sobre todo ello charlamos con Xosé Lois Devesa Novo / Country Manager en Sipcam Iberia.

Sipcam Iberia cumple 50 años, ¿cómo resumiría estos 50 años de trayectoria y cuáles considera los hitos más destacables?

Lo resumiría diciendo que han sido 50 años de complicidad con el sector agrario, evolucionando constantemente

y adelantándonos al futuro en muchas ocasiones. En España hemos sido pioneros en formulación, bioestimulación, biocontrol y nuevos conceptos de producto. Nuestro primer catálogo de 1974 recogía ya varios bioestimulantes. Hace casi 30 años que obtuvimos el registro de azadiractina en España, una molécula para control biológico totalmente revolucionaria en aquel momento. Desarrollamos el concepto de “fertilización eficiente” construyendo hace 20 años una planta innovadora para la producción de fertilizantes microgranulados de baja dosis; luego un nuevo concepto exclusivo fusionando esos fertilizantes con un insecticida, creando por primera vez un producto registrado con esa doble acción: Trika Lambda®. Y siguiendo las necesidades de la agricultura moderna, lanzamos en 2021 la herramienta digital CropBalance® capaz de ayudar a los técnicos y agricultores a gestionar la nutrición y la bioestimulación agrícola, optimizando costes y aumentando la producción y la calidad de la cosecha. En definitiva, creo que los que pertenecemos a la familia Sipcam podemos mirar atrás y sentirnos orgullosos de haber contribuido al desarrollo de una agricultura tan avanzada como la española.

Mantenemos un contacto muy directo con los agricultores y técnicos para no perder nunca de vista sus necesidades e inquietudes

El sector agrícola se enfrenta a importantes retos, marcados por el cambio climático y por la necesidad de producir más con menos. ¿Cómo desde Sipcam Iberia afrontáis estos dos retos ofreciendo soluciones al sector?

Es cierto que trabajar en agricultura conlleva un nivel de exigencia constante y la necesidad de afrontar nuevos retos cada día. Podemos decir que ya hemos desarrollado soluciones que ayudan a paliar los graves efectos que está teniendo sobre los cultivos la situación climática actual como Aguademayo® y Stilo Hydro®. Y seguimos trabajando apoyados en la investigación, el conocimiento de los cultivos, del suelo y de las prácticas agrarias en España. Mantenemos un contacto muy

directo con los agricultores y técnicos para no perder nunca de vista sus necesidades e inquietudes.

La UE ha rechazado el Reglamento de Uso sostenible de Fitosanitarios, abriéndose ahora un nuevo periodo para un reglamento más realista y asumible. ¿Hacia dónde camina Sipcam Iberia en este sentido, qué líneas marcan hoy y marcarán en el futuro vuestro porfolio de fitosanitarios?

Sipcam tiene claro que, más allá de las obligaciones impuestas por las leyes europeas, los consumidores demandan alimentos sanos y de máxima calidad. Los agricultores españoles llevan muchos años haciendo grandes esfuerzos por cumplir con esos requisitos y podemos afirmar que lo están consiguiendo. Nuestra agricultura es reconocida mundialmente como un ejemplo de optimización de recursos y de producción de alta calidad. Nosotros disponemos ya de un porfolio con soluciones innovadoras y adaptadas a las necesidades actuales y futuras. Sabemos hacia dónde debemos avanzar y en nuestros programas de investigación y experimentación ya figuran nuevas formulaciones y moléculas destinadas a cumplir con esas demandas.



Vista exterior de la fábrica de Sipcam

www.sipcamiberia.es

La aparición de los bioestimulantes y el biocontrol está revolucionando el sector, ¿qué posición aspira a ocupar Sipcam Iberia en estos segmentos?

Como he comentado antes, ninguno de esos conceptos es realmente nuevo ni revolucionario para Sipcam. Nacimos hace 50 años ya con bioestimulantes y nutricionales especiales bajo el brazo. Los hemos desarrollado, hemos incorporado nuevos productos fruto de la experiencia, del conocimiento técnico y de la demanda directa de agricultores y técnicos. Somos una empresa líder en el segmento y aspiramos a reforzar aún más si cabe nuestra posición. La misma reflexión podría hacer para los productos de biocontrol. Tene-

mos la experiencia necesaria para seguir siendo una empresa puntera en España.

¿Desea añadir algo más?

Simplemente hacer un reconocimiento a tantas personas que, trabajando con pasión y teniendo como guía los valores que nuestros fundadores nos han transmitido, han conseguido que Sipcam Iberia sea hoy la gran empresa que es. En el camino nos han acompañado distribuidores, técnicos y agricultores que nos han exigido y exigen cada día la excelencia. A todos ellos, transmitirles nuestro agradecimiento y asegurarles que seguiremos trabajando con pasión, confianza, compromiso y responsabilidad.

Demo HortiDATA, el campo de prueba de la innovación y digitalización



Foto oficial II Demo HortiDATA 2023, Murcia

El sector agroalimentario no es ajeno a la revolución tecnológica y digital que estamos viviendo a nivel global y que está generando multitud de cambios. Y es que, este sector se está convirtiendo en campo de pruebas de soluciones e innovaciones en todos los procesos productivos y distributivos.

Demo HortiDATA se posiciona como un referente en innovación y digitaliza-

ción hortofrutícola en el que su objetivo principal es dar a conocer la utilización de las últimas tecnologías para impulsar una agricultura de vanguardia, sostenible y rentable.

Un evento estructurado en un Foro de Conocimiento que permitió abordar temas claves como la transformación digital para la rentabilidad hortofrutícola, la llegada de nuevas soluciones mecanizadas

para el rendimiento del cultivo de cítricos y cómo la digitalización y la IA ya es una realidad en el sector.

De forma paralela, tuvo lugar una Demo con un espacio reservado para la exposición de novedosas herramientas tecnológicas desarrolladas por las empresas participantes.

Maximizar la productividad agrícola

El uso de tecnologías innovadoras, como la robótica y la Inteligencia Artificial, junto con el análisis de datos son aspectos claves para el sector.

Más de una decena de nuevas herramientas tecnológicas y digitales para el sector hortofrutícola se presentaron en la II Demo HortiDATA 2023, celebrado en el IMIDA (Murcia) donde además se puso de manifiesto los beneficios que la agricultura de precisión y la inteligencia artificial aportan al sector agroalimentario.

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

“Mi apuesta es que las frutas y hortalizas se consuman frescas y desterrar la idea de que tienen que estar cocinadas”



María José Meda junto a sus fogones de la hospedería “El Batán”

Desde la alta gastronomía tenemos que sentirnos responsables de dar a conocer los productos frescos de proximidad

En esta ocasión, entrevistamos a María José Meda Martínez, la única chef con estrella Michelin de Teruel y que regenta la hospedería “El Batán”, que se encuentra ubicada en una zona privilegiada en la Sierra de Albarracín, que le permite una simbiosis perfecta con la naturaleza y obtener productos frescos con solo salir a la puerta de sus instalaciones.

En primer lugar, para conocerla un poco más, ¿podría presentarnos su proyecto y trayectoria como chef de la alta cocina?

Soy la chef del restaurante El Batán en Tramacastilla, el único de Teruel con Estrella Michelin desde 2013 y que también cuenta con un Sol de la Guía Repsol. Este año cumplimos 25 años.

Nuestros orígenes vienen marcados por la ubicación, estamos en una zona despoblada y queríamos revalorizar los productos de nuestro territorio. En la cocina del restaurante utilizamos las materias primas km 0, respetando su temporalidad.

Por ejemplo, ahora que estamos en invierno y en la zona es época de la borraja, siempre está dentro de nuestro menú y de cualquiera de las transformaciones que

hacemos. Igual ocurre con el melocotón de Calanda en agosto, que, aunque variamos la receta, siempre es protagonista. O con la trufa, en la variedad Tuber melanosporum, de la que somos el mayor exportador a nivel mundial y mi trabajo también se enfoca en ayudar a su promoción, incluyéndola entre nuestros platos.

Entonces, ¿cuáles son las frutas y hortalizas que más utiliza en su cocina y por qué?

Depende de la temporalidad. Por ejemplo, las setas siempre van a estar presentes en primavera y en otoño, la trufa a lo largo del año y las hortalizas, que

van cambiando, pero que me gusta usar porque me dan mucho juego a la hora de crear platos.

Cualquier producto de cercanía en cualquier lugar de España tiene como razón de ser que se consuma fresco

Y respecto a las frutas, tenemos la suerte de que a nuestro alrededor se producen manzanas reinetas y cerezas. Las manzanas, aunque en esta zona no se recogen hasta octubre, me encargo de conservarlas para poder incluirlas en el menú durante todo el año. Y en el caso de las cerezas, contamos con una variedad autóctona que se ha recuperado recientemente, y que siempre es un triunfo por su sabor y calidad.

La alta cocina juega un papel fundamental en potenciar el consumo de materia prima y de frutas y hortalizas de proximidad ¿Está de acuerdo?

Si, por supuesto, los profesionales que nos dedicamos a la alta gastronomía tene-



La chef a punto de preparar un plato con productos de proximidad

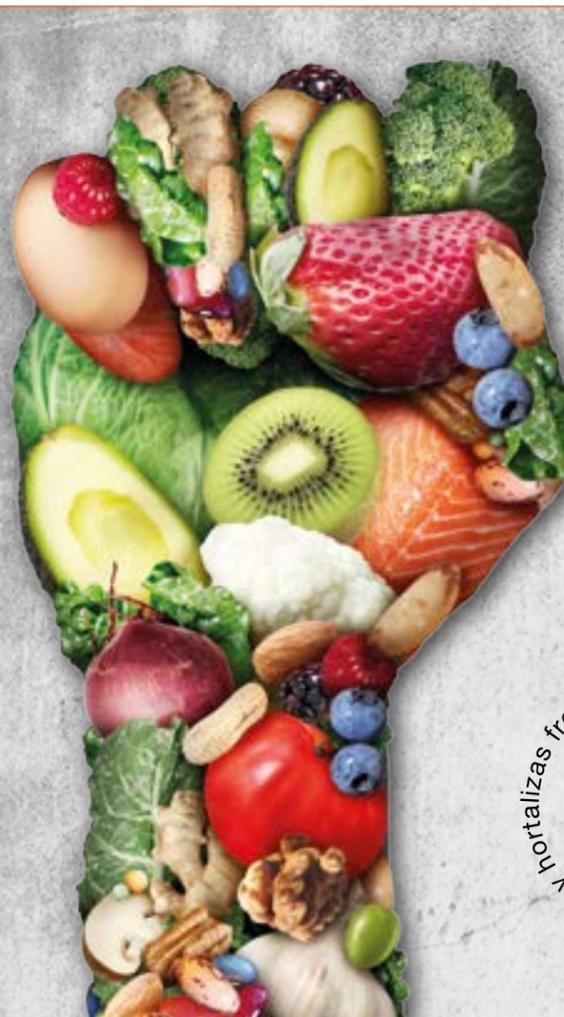
mos que sentirnos responsables de dar a conocer y de darle la importancia que se merecen. Cada zona cuenta con productos muy valiosos y tenemos que trabajar desde dentro y ayudar a que sea sostenible.

¿Podría darnos un tip para potenciar el uso de frutas y hortalizas en nuestras cocinas?

Cualquier producto de cercanía en cualquier lugar de España tiene como razón de ser que se consuma fresco, no congelarlo, que al ser de kilómetro 0, tiene mayor durabilidad e incluso no necesita ser cocinado.

Un ejemplo de mi zona son los boletus o las setas, están muy buenos a la plancha, pero en un carpacho con unas gotas de aceite de oliva están espectaculares y no necesitan cocinado y lo mismo se puede aplicar a las verduras.

Mi apuesta es intentar que los productos, como las frutas y hortalizas, se consuman frescos y desterrar esa idea de que todo producto tiene que estar cocinado, y, por ello, también me preocupo por enseñar cómo se pueden conservar durante más tiempo.



“5 AL DÍA” POR Y PARA NUESTRO SECTOR

XXVI ASAMBLEA GENERAL
“5 AL DÍA”
7/3/2024

XVI JORNADA PROFESIONAL
“5 AL DÍA”
8/3/2024

XVII PREMIOS
“5 AL DÍA”
7/3/2024



Inscripción: INFO@5ALDIA.COM



Yesenia Trascastro Pulgar, nueva directora general de CMR Group

“Es transcendental formar y atraer a mujeres a nuestro sector”

Entrevista a Yesenia Trascastro Pulgar, nueva directora general de CMR Group desde hace un año, en la que valora este primer año en el cargo y los objetivos de la empresa para 2024.

CMR Group es una empresa familiar de 5ª generación siendo una de las características que la diferencia y la ha posicionado como líder en el sector. ¿Qué beneficios les supone delegar la dirección general a una profesional externa a este núcleo familiar?

La dirección familiar de la empresa quería integrar una visión externa profesional y experimentada, habituada a trabajar en entornos digitales y tecnificados y con estructuras de trabajo horizontales,

cooperativas y flexibles que aportase un enfoque innovador y orientado a futuro a una corporación familiar de dilatadísima trayectoria en el sector hortofrutícola nacional e internacional como CMR.

Se trataba de aunar todo el saber hacer de una sólida estructura empresarial con un amplísimo conocimiento del sector y sus mecanismos de funcionamiento, con una visión fresca y diferente que la ayudase a afrontar nuevos e interesantes objetivos a largo plazo que la conduzcan a

la consecución de desafiantes a la vez que ambiciosos retos de futuro.

A nivel estratégico y de plan de desarrollo de acciones, ¿Cuáles son los nuevos retos que se plantean dentro de CMR Group de cara a 2024?

CMR GROUP posee una visión de futuro global y orientada hacia la internacionalización desde el punto de vista comercial. En este sentido, hemos afrontado proyectos de aperturas de nuevas sedes en diferentes ubicaciones internacionales que están en fase de desarrollo y consolidación.

Asimismo, seguimos estudiando nuevas implantaciones que nos conduzcan a una red de servicio global con la que dar cumplida satisfacción a las necesidades de nuestros remitentes nacionales e internacionales, así como a cubrir las demandas de producto y servicio de una clientela geográficamente diversificada.

Seguiremos apostando por acciones encaminadas a la consecución de objetivos de sostenibilidad, como, por ejemplo, el reciente patrocinio de la campaña “Si yo no produzco, tú no comes”.

La presencia de las mujeres ha sido siempre muy importante a la hora de tomar decisiones dentro de la compañía, contando con una figura férrea dentro de la Dirección. ¿Cree que este papel ha sido decisivo en el éxito de la empresa?

En nuestro caso, puedo atestiguar que así ha sido. La figura de Montserrat Inglada como vicepresidenta actual de la compañía, ha sido clave en el desarrollo de la corporación desde hace más de 50 años, aportando una perspectiva práctica, dinámica y siempre rigurosa, que ha acompañado y complementado la labor de nuestro presidente, Carles Martí Sousa.

CMR GROUP posee una visión de futuro global y orientada hacia la internacionalización desde el punto de vista comercial

Podemos afirmar sin lugar a duda, que, sin su labor, constancia y sacrificio, la corporación no hubiera obtenido los

logros ni seguido una trayectoria tan dinámica y positiva a lo largo de estos años.

¿Qué acciones van a desarrollar dentro de su Plan de Igualdad que refleje su compromiso y apuesta por la misma?

Es transcendental formar y atraer a mujeres a nuestro sector. CMR siempre ha trabajado bajo el prisma de la igualdad retributiva. Ahora debemos trabajar en potenciar las capacidades y habilidades óptimas para desarrollar nuestra actividad obviando el género y otorgando igualdad de oportunidades centrándonos en atraer talento y retenerlo.

El Proyecto MujerAGRO desarrollado por Siete Agromarketing impulsa la visibilidad del papel de las mujeres agroprofesionales y defiende la igualdad en el sector. ¿Cuáles han sido sus herramientas para no ponerse obstáculos en lo profesional?

Sinceramente, creo que, con mucha resiliencia, valorando únicamente mis capacidades y aptitudes para dar lo mejor de mí misma, y asumiendo que con eso es suficiente para desarrollar mi carrera profesional.

Si estás enfocada en tus metas y tienes seguridad en tus habilidades y demuestras seguridad en el entorno, acabas influyendo en él. Al final consigues que no importe el género, y para ello tienes que interiorizarlo tú misma.

Pienso firmemente que todos debemos buscar nuestro desarrollo en el mundo profesional donde podamos sacar lo mejor de nuestras aptitudes. Cuando nos enfocamos en ello, las posibles trabas, escollos y prejuicios generados por tu condición de mujer tienden a desaparecer, dado que lo que prevalece al fin y al cabo es tu profesionalidad y capacidad de gestión en beneficio de la entidad que se representa.

CMR siempre ha trabajado bajo el prisma de la igualdad retributiva

La sociedad está cambiando y cada vez es más fácil, muchas barreras están generadas por nuestra cultura, nuestro entorno social, etc. pero estamos allanando el camino.



La plantilla de CMR GROUP al completo

www.cmrgroup.es

eCA
eCOMERCIOAGRARIO.COM
Periódico de actualidad política y económica agroalimentaria

eCA FRUITS
Revista Hortofrutícola

eCA OLIVE
digital

eCA digital AGRI
Maquinaria Agrícola y Agricultura

El mundo AGRO en tus manos

Suscríbete a nuestras Newsletter

Suscríbete en:

Síguenos en:
 @eComercioAgr | @ecomercioagrario | www.linkedin.com/company/ecomercio-agrario | eComercioAgrario

Todo listo para los VI Premios MujerAGRO

El 23 de febrero se celebra la entrega de estos galardones en las instalaciones del ICEX en Madrid

Con un total de 49 candidaturas presentadas, los VI Premios MujerAGRO han batido récord de participación y presentación de proyectos con "un nivel cada vez más alto, lo que dificulta la labor de toma de decisión de l@s ganador@s de cada categoría", tal y cómo reconoció el Jurado General y de la categoría Food Tech, en la reunión que se celebró el pasado mes de diciembre.

Los Premios MujerAGRO han experimentado un crecimiento exponencial y su repercusión ya es una realidad, no sólo dentro del sector agroalimentario, si no a nivel de la sociedad. Prueba de ello es que cada año aumenta de forma sustancial las candidaturas presentadas, la cobertura

y aparición en medios de comunicación y/o la comunidad en redes sociales.

Con todo decidido, el próximo 23 de febrero se celebrará la entrega de los VI Premios MujerAGRO en las instalaciones del ICEX. "Pensamos que hacer entrega de los Premios en una Institución con tanto renombre como el ICEX, es el paso que teníamos que dar para seguir creciendo y avanzando dentro del Proyecto MujerAGRO y estamos muy content@s de anunciarlo", aclara Gissèle Falcón Haro, directora del Proyecto MujerAGRO.

El evento se celebrará de forma presencial, se espera una asistencia de más

de 100 personas, y se retransmitirá a través de los canales de redes sociales de MujerAGRO. Además, como en cada edición, habrá una tertulia previa bajo el título "¿Influye la paridad en la competitividad de una entidad?, de la mano de diferentes personalidades dentro del sector agroalimentario. L@s ganador@s se publicarán de forma posterior en la web de MujerAGRO y a través de un comunicado de prensa.



Kubota, Trops, Patatas Melendez, las últimas empresas del sector en adherirse al Sello "Empresa por la Igualdad"-MujerAGRO



El pasado año, MujerAGRO lanzó el Sello "Empresa por la Igualdad"-MujerAGRO, una insignia que reconoce y visibiliza a aquellas empresas, instituciones, cooperativas... que llevan a cabo buenas prácticas en materia de igualdad y en favor de la igualdad real dentro del sector y toda la industria agroalimentaria. Las últimas empresas relacionadas con el sector hortofrutícola que han dado el

paso de adherirse al sello "Empresa por la Igualdad" - MujerAGRO, han sido Patatas Meléndez, Kubota y Trops, pero no han sido las únicas.

Actualmente, un total de 14 empresas se han adherido al Sello "Empresa por la Igualdad"- MujerAGRO, además de las ya mencionadas cuentan con esta distinción: Certis Belchim, Sakata Seed Iberica,

Sipcam Iberia, Sipcam Inagra, UvasDoce, Dunamar, Caparrós Nature, Unica Group, CASI, Onubafruit, Campojoyma y Kubota. "Cualquier empresa que quiera visibilizar sus labores de igualdad dentro del sector agroalimentario, puede solicitar la información a MujerAGRO y adherirse al sello a través de una única cuota anual", concluye, Gissèle Falcón Haro, directora del Proyecto MujerAGRO.

#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: +34 656 39 48 75
email: mujeragro@sieteagromarketing.com

Una iniciativa de:

Siete
Agromarketing



FRUIT LOGISTICA 2024
Del 7 al 9 de febrero
Berlín (Alemania)

FIMA, FERIA INTERNACIONAL DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA
Del 13 al 17 de febrero
Zaragoza



VI PREMIOS MUJER AGRO
23 de febrero
Madrid

XVI JORNADA PROFESIONAL "5 AL DÍA"
8 de marzo
Madrid

17º SYMPOSIUM DE SANIDAD VEGETAL
Del 13 al 15 de marzo
Sevilla



ALIMENTARIA 2024
Del 18 al 21 de marzo
Barcelona

V SIMPOSIO DE AGRICULTURA ECOLÓGICA
10 y 11 de abril
El Ejido (Almería)



EXPOLEVANTE NÍJAR 2024
Del 24 al 26 de abril
Níjar (Almería)



Explore our Blueberry *Mundo Azul*® varieties
Available for **35 weeks** a year.

Make every bite count!



High quality blueberries.
Firmness, flavor, and shelf life.
Selected Varieties for picky customers.



FV For more information
www.fvselections.com



La unión hace la fruta

Together is better



LISTADO DE ASOCIADOS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

HNOS. LLOPIS SAT 15 CV
12591 · LA LLOSA
Tlf. 96.262.31.87
e-mail: info@hermanosllopis.es

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

THE NATURAL FRUIT COMPANY
46612 · CORBERA
Tlf. 96.004.66.45
e-mail: joan.mico@thenaturalfruit.com

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

YACUFRUT, S.L.
46830 · BENIGNANIM
Tlf. 96.292.01.07
e-mail: yacufрут@hotmail.com

