



# 20 F & H

Revista Frutas  
y Hortalizas

ANIVERSARIO

## La Dulce Pagesa

El mejor tomate con  
certificación protegida

[fyh.es](http://fyh.es)  
[revistafyh](http://www.revistafyh.com)  
[@revistafyh](https://www.instagram.com/revistafyh)  
[/revistafyh](https://www.facebook.com/revistafyh)

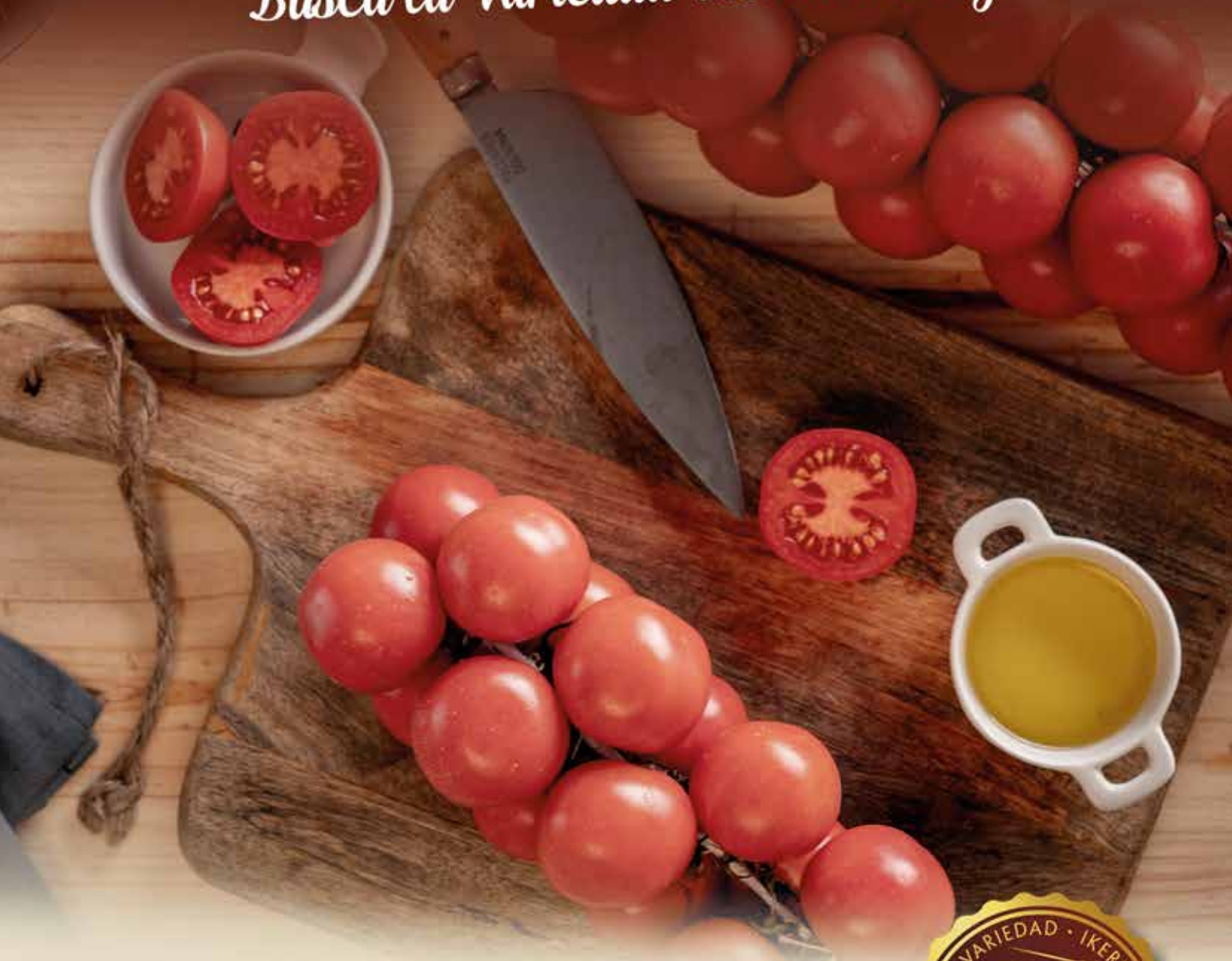


**La Dulce Pagesa**<sup>®</sup>  
TOMÀQUETS DE PENJAR



# No todos los tomates de untar son iguales

*Busca la Variedad Ikersa Protegida*



El sabor, el aroma y la textura es lo que convierte un buen tomate en un tomate de calidad excepcional. Los tomates seleccionados de La Dulce Pagesa, han sido cultivados de manera tradicional, usando solamente las semillas de la variedad original, que confieren a este tomate unas propiedades inconfundibles y lo convierten en el mejor tomate de untar, ahora con sello de variedad original protegida.



**La Dulce Pagesa®**  
TOMÀQUETS DE PENJAR



3,50€ · Nº 458  
AÑO XX  
18ª SEMANA  
ABRIL 2020

→ Mercados  
Mercabarna.  
Los 7 apuntes  
del Covid-19

→ Origen  
Lo que ha de  
llegar en control  
biológico

→ Entrevista a  
**Teresa García,**  
Presidenta del Colegio  
de ITA-Almería



# 20 F & H

Revista Frutas  
y Hortalizas

## ANIVERSARIO

# RESISTENCIAS PARA SEGUIR EN LA FUERZA

El futuro de las variedades de pimiento pasa por unir en la resistencia al Oidio y al Nematodo para no pasar al lado oscuro



**15 años**

**Bi5**  
Campo Joyma

Avenida de Las Negras, 200  
04110 CAMPOHERMOSO · Níjar (Almería) · Spain  
☎ 0034 950 38 65 90 · Fax. 950 38 53 62

EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN  
AGUACATES Y MANGOS

**RG**  
Reyes Gutiérrez  
frutas tropicales  
www.reyesgutierrez.com



# Resultados sin nitratos!

Lograr un mayor rendimiento teniendo la seguridad de se cumple con la normativa de fertilizantes vigente es posible gracias al concentrado de humus estable NOVIHUM.

Con la misma cantidad de fertilizante, los suelos tratados con NOVIHUM incrementan su rendimiento en más de un 10 por ciento.

Llámenos o escribanos y le asesoraremos [www.novihum.com/es](http://www.novihum.com/es)

  Novihum Technologies

 **NOVIHUM®**

Mejorando el suelo.

\* Datos basados en ensayos de campo comerciales.

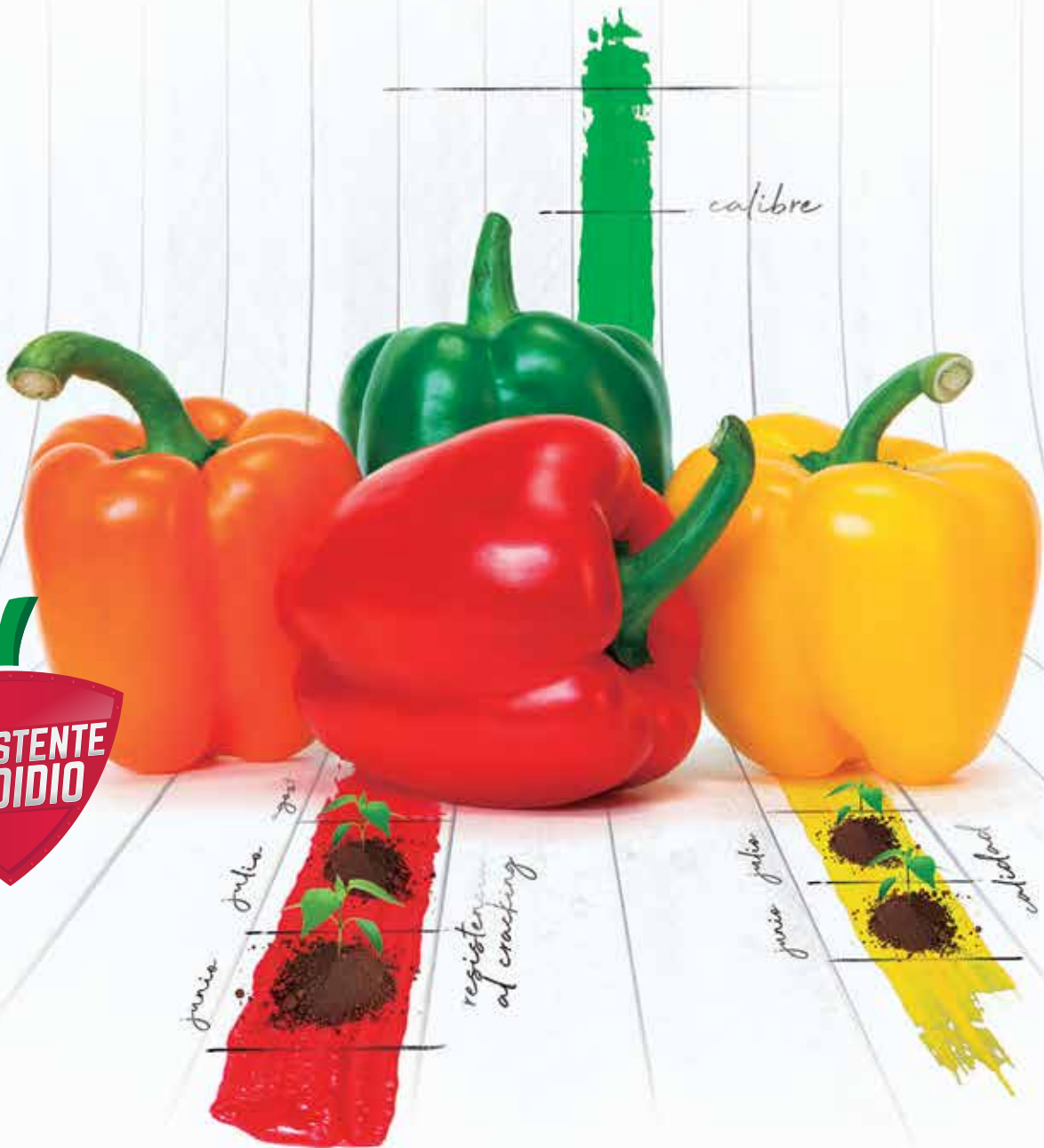




Como siempre, y ahora

más que nunca,

# GRACIAS



**RESISTENTE  
A OIDIO**





Encuentra más información en  
[www.f&h.es](http://www.f&h.es)

# F&H SUMARIO

## 14

### CUADERNO

Manda el temprano. Las casas de semillas vaticinan que en los próximos años habrá una alta demanda del pimiento California temprano. Además, se trabaja en variedades con resistencias a oídio y nematodos.



ABRIL 2020 \_ SEMANA 18 \_ Nº 458

8

#### EN PORTADA

**LA HORTICULTURA NO ENTIENDE DE SEGUROS AGRARIOS**

10

#### ENTREVISTA

**TERESA GARCÍA, PRESIDENTA DEL COLEGIO DE ITA-ALMERÍA**

12

#### EL DATO

**EL ÁREA GLOBAL 'BIO' HORTO VUELVE A SUS CIFRAS RECORD**

28

#### MERCADOS

**HOLANDA ESTÁ DEFINIENDO SU TIPO DE SANDÍA**

30

#### MERCADOS

**LOS 8 DE MERCABARNA PARA LOS 7 DEL COVID**

42

#### ORIGEN

**LO QUE APORTA CADA EMPRESA EN IPM**

44

#### DISTRIBUCIÓN

**LOS BRITÁNICOS PREFIEREN ... WAITROSE**

47

#### EMPRESAS

**LOS 'RESPETUOSOS' NÚMEROS DE AGROPONIENTE EN MELÓN Y SANDÍA**



#### SECCIONES

- 5. EDITORIAL
- 6. 360 HORAS
- 7. FOCUS
- 14. CUADERNO
- 22. MERCADOS
- 26. ORIGEN
- 31. MOSAICO
- 32. LÍNEA VERDE
- 34. DISTRIBUCIÓN
- 36. EMPRESAS
- 38. PRIMER CORTE
- 39. LA IMAGEN



FOTO:

Francisco Bonilla

EDITA:



**F&H FRUTAS Y HORTALIZAS.** C/ Turquía, 1º - Edif. Adriano. Portal I - 6º D. 04009 Almería.

Tel. +34 950 62 54 77 - Fax +34 950 14 06 89. E-mail: info@fyh.es

**DEPÓSITO LEGAL: AL-270-2000. ISSN: 1886-6484.**

F&H es una revista pluralista que, respetando las opiniones de todas las colaboraciones que se insertan en la misma, no se hace, necesariamente, partícipe de ellas.

# Seguros agrarios: una herramienta más para el agricultor

**M**uchas de las actividades que se realizan a diario están expuestas a diferentes tipos de peligros que pueden desembocar en el desarrollo del quehacer cotidiano o incluso hasta aquellas actividades que se consideran normales y sin ningún tipo de riesgo que por lo incierto que puede ser el destino también pueden estar expuestas a algunos sucesos graves, ya sean que se de manera fortuita, por actividad imprudente o por otras personas. Por consiguiente, se deben buscar medios que sean útiles para poder atender las posibles eventualidades y así no quedar muy mal parados luego de un hecho poco agradable, lo que traslada a los seguros que por su contenido brindan una ayuda considerable para reparar algunas cosas y de tal forma poder cubrir algunos costos y así la situación no sea del todo mala.

En este escenario, los seguros agrarios cumplen de pleno con su objetivo, que no es otro que garantizar la cosecha del productor, gracias a las diferentes modalidades y la flexibilidad de éste para adaptarse a las necesidades del tomador.

Esta realidad parece que ya cala profundamente en el agricultor y no puede confiar el destino de su producción, muchas veces la única fuente de ingresos familiar, a la lotería del tiempo.

Y es que, como consejo práctico, el agricultor debe dedicar una parte de sus ingresos en contratar el seguro agrario independientemente de los beneficios obtenidos en la campaña anterior, porque luego resulta muy fácil echarle la culpa a las nevadas o lluvias torrenciales pero... si no se apuesta por defender muchas veces tu único medio de ingresos ¿Quién lo va a hacer?

También es cierto, que este año es diferente por la Covid-19 y puede que pronto se vea su efecto en la economía de muchas familias, entonces puede que el efecto devastador del clima sea un factor secundario. ■

Director  
**Rafael I. Losilla Borreguero**

Redacción  
y Firmas  
**Daniel Lafuente  
Juan Arias**

Fotografía  
**Francisco Bonilla**

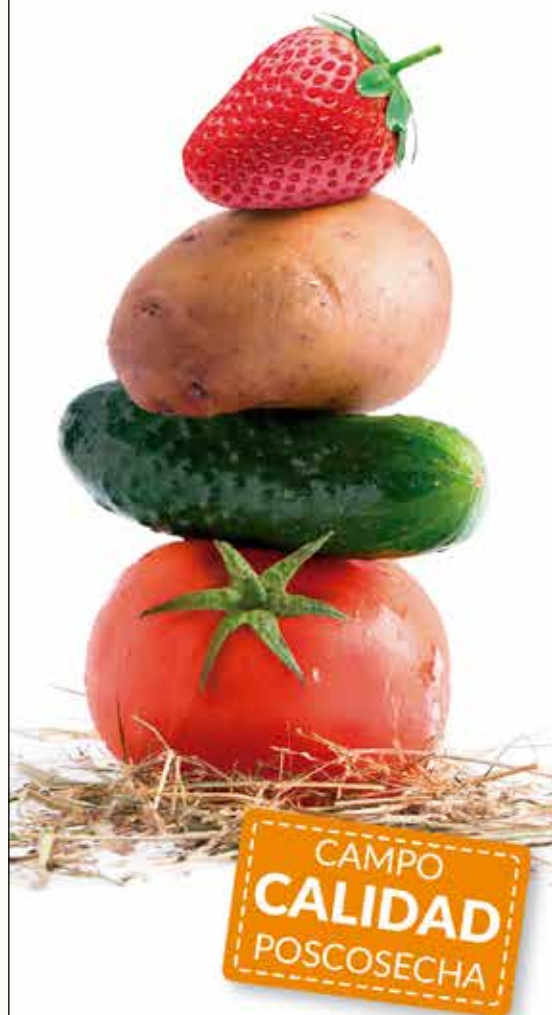
Corresponsales  
**Vicente Pizarro**  
[Suecia]  
**Osmar Sidahi Gabri**  
[Marruecos]  
**Ancuta Loredana**  
[Rumania]  
**René Rombouts**  
[Holanda]  
**Giovanni Nicotra**  
[Italia]  
**Fotis Karampetsos**  
[Grecia].  
**Denis Otieno**  
[Kenia].

Producción  
/ Suscripciones  
**Trinibel Barranco.**

Diseño y  
Maquetación  
**Francisco Valdivia.**

Imprime  
**Gráficas Piquer.**

**Para  
mon**  
by Keops  
**PREBIÓTICOS**  
EVITA ENFERMEDADES



**VIAGRO**  
NUTRICIÓN Y SANIDAD VEGETAL

www.viagro.es • +34 950 290 900





# 360 HORAS

## Corte al hueso

La firma italiana Apofruit recoge en su plan estratégico una progresiva reducción de la superficie de fruta de hueso hasta el año 2022. La falta de rentabilidad

de los dos últimos años y las expectativas de futuro no son las mejores, porque la mayoría de las empresas no han realizado labores de contención y sobra fruta de hueso.

Apofruit no ha querido poner cifra a la reducción superficial, pero la empresa entiende que un 10 por ciento de la superficie actual de melocotón desaparecerá para 2022. De hecho, hay socios que ya han arrancado frutales para incorporar nuevas líneas como kiwi amarillo o manzanas de Club.



## → Agadir – Port Vendres

Marruecos dispone de un nuevo servicio marítimo para el transporte de frutas y hortalizas desde Agadir hasta el puerto francés de Port Vendres en Perpignan desde finales de marzo. El servicio parte los sábados y atraca los miércoles en Francia y está fletado por la naviera CMA-CGM.

## → Pimiento en color de oro

La campaña almeriense de pimiento ha cerrado a unos precios inimaginables para productores y empresarios, y la de Murcia empieza de la misma manera. La demanda de pimiento se encuentra especialmente disparada y es uno de los productos que más se está promocionando por su alto contenido en vitamina C y las cadenas no tienen programadas ningún tipo de 'promo'. No hace falta ahora.



## → Incorporación China

Los detallistas de origen chino empezarán a incorporarse a sus tiendas de España a partir de mayo tras haber desaparecido tras la Orden del confinamiento. La ausencia de los tenderos chinos se ha dejado notar tanto en Mercamadrid como en Mercabarna, ya que la venta de pasillo se redujo considerablemente.



## → Urbina busca espárrago alemán

Se llama Jaime Urbina y es el presidente de la firma Urbina y busca espárrago alemán para satisfacer las demandas de su clientela española ante los problemas de mano de obra en España. Ya ha tenido respuesta de algunos empresarios andaluces ofreciéndoles algunas partidas para que no se vea en la necesidad de importar de Alemania. España compró 21 toneladas de espárrago alemán en 2019. ¿Fueron todas de Urbina?.

## → Toma nota España

El Gobierno de Holanda va a destinar sobre los 150 millones de euros para apoyar financieramente a las empresas distribuidoras de frutas y hortalizas que están especialmente centradas en el canal Horeca, ante el impacto del Covid 19 en sus economías. Este dinero parte directamente de las arcas holandesas, sin la mediación de la Comisión Europea.





→ En números

FOCUS

# El calabacín andaluz sigue fuerte en Europa

El calabacín es un producto muy demandado en toda Europa y tiene un consumo muy establecido en países como Reino Unido, Alemania y Francia. En la campaña 2018/2019 su producción alcanzó las 455.846 toneladas.

Aún así Marruecos es la principal competencia de la producción almeriense en los mercados europeos.



610%

El precio del calabacín se incrementó en el mes de febrero de 2020 en un 610 por ciento entre origen y destino, según el índice de Precios en Origen y Destino (IPOD) de los alimentos.

## 5 por ciento

La superficie de calabacín se redujo en Andalucía en la campaña 2018/2019 en un 5% respecto a la campaña anterior, según datos del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Por el contrario, la producción se incrementó ligeramente [1%] respecto al mismo periodo, influida por un incremento del rendimiento [6%].

**4%** → El precio medio en origen del calabacín en la campaña 2018/19 asciende a 0,54€/kg, un 4% superior al valor de la campaña 2017/18. Las cotizaciones del producto sufrieron bruscas oscilaciones de precio durante la campaña de otoño e invierno. Durante el mes de mayo se incrementan las producciones de otros orígenes.



Chencho F1  
Pancho F1

CapGen  
SEEDS

Tel. 950 539 560  
capgen@capgenseeds.com  
www.capgenseeds.com

## Aumento del 7%

Las exportaciones de calabacín crecen un 7% en volumen y un 12% en valor respecto a la pasada campaña. Francia es el principal destino de la producción almeriense [30%], seguido de Alemania, Países Bajos, Reino Unido y Polonia.

## 31,5 por ciento

Teniendo como referencia el periodo de tiempo [2012-2019], Marruecos ha aumentado la exportación de esta referencia a Europa un 31'5 por ciento, mientras que las ventas españolas de esa hortaliza crecieron un 15 por ciento.

EN  
PORTADA

# El Sistema de Seguros Agrarios demuestra su solvencia

El importe de las indemnizaciones en los nueve primeros meses de 2019 supera ya los 558 millones de euros, básicamente derivados de los efectos de la DANA, con más de 90 millones de euros, según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

**POR DANIEL  
LAFUENTE** |  
revista@fyh.es

**Este año en los seguros agrícolas, se actualizará la base de datos de rendimientos de las líneas de seguro que lo requieran**

**L**a utilidad de un sistema como éste se ha puesto de manifiesto, especialmente en el año 2019, en el que los agricultores y ganaderos se han visto afectados por diversos eventos, entre los que destacan intensas precipitaciones, heladas y tormentas de pedrisco, y también en 2018 y el 2017, este último año debido a una elevada siniestralidad, principalmente a causa de la sequía.

Por tanto, durante tres años consecutivos se ha puesto de manifiesto la contrastada solvencia técnica y económica del Seguro Agrario, ya que el sistema ha reaccionado con rapidez y eficacia ante todos estos eventos climatológicos, amortiguando nota-

blemente la pérdida de renta en las explotaciones agrarias.

El Sistema de Seguros Agrarios ha demostrado su solvencia, puesto que ha dado una respuesta adecuada a la elevada siniestralidad de los tres últimos años. En 2017 y 2018 las indemnizaciones superaron los 700 millones de euros.

**IMPORTE.** De acuerdo con las últimas estimaciones, el importe de las indemnizaciones en los nueve primeros meses de 2019 supera ya los 558 millones de euros, básicamente derivados de los efectos de la DANA, con más de 90 millones de euros, según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, cuyo titular de cartera es Luis Planas.

El presupuesto total para la Entidad Estatal de Seguros Agrarios (ENESA) en el ejercicio 2020 se mantendrá en los 216,43 millones de euros, de los cuales, 211,27 millones se destinarán a subvencionar las primas del seguro.

**HORTALIZAS BAJO CUBIERTA.** Esta línea tiene todavía el periodo de contratación abierto para el 40º Plan 2019, por lo que los datos todavía son poco representativos.

A continuación, se analizan los cultivos de esta línea: Tomate: el 74 por ciento de la producción está contratado en el Módulo P y un 23 por ciento en el Módulo 2. Por comunidades 44 por ciento de la producción se asegura en la Región de Murcia y otro 44 en Andalucía.

El resto de hortalizas bajo cubierta: el 50 por ciento de la producción se asegura en el Módulo 2 y un 27 por ciento en el Módulo P. Por comunidades el 84 por ciento de la producción se asegura en Andalucía y un 14 por ciento en la Región de Murcia.





**HORTALIZAS PRIMAVERA-VERANO.** En el 40º Plan de Seguros Agrarios, todavía es posible contratar este seguro para los segundos ciclos de cultivo de las siguientes producciones: cebolla, cebolleta, calçot, puerro, nabo, rábano, remolacha de mesa, achicoria y zanahoria.

A continuación, se analizan los cultivos más representativos:

**Tomate:** Para el Plan 2019 un 88 por ciento de la contratación se ha realizado en el Módulo 2 y un 8 por ciento en el Módulo 3.

El 83 por ciento de la producción asegurada está en Extremadura.

Por comunidades, el 79 % de la producción asegurada está en Castilla-La Mancha. Asimismo destaca el aumento del 16 % de la producción asegurada en esta región.

**Melón:** este cultivo, en el Plan 2019 representa en torno al 72 por ciento de la producción asegurada y se ha contratado en el Módulo 2 y un 24 por ciento en el Módulo 3.

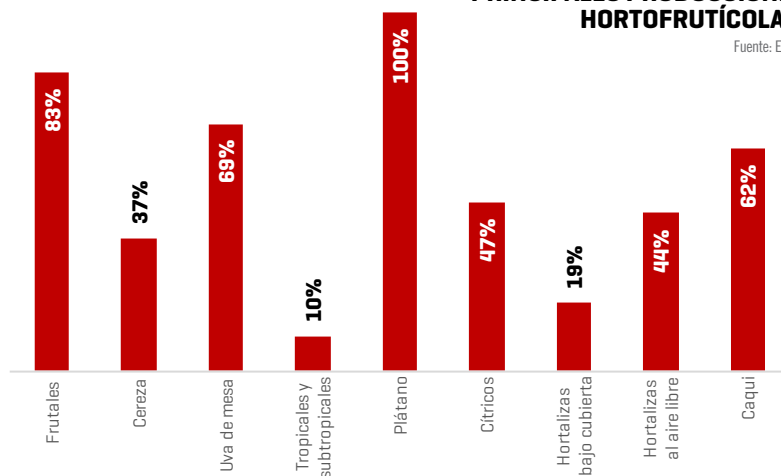
**CAQUI Y FRUTALES.** Dentro de la línea, el cultivo mayoritario es el caqui que representa el 87 por ciento del total de la producción asegurada a fecha actual y el 71 por ciento del número de pólizas aseguradas en el Plan 2018.

El cultivo del níspero supone un poco más del 2 por ciento de la producción asegurada.

La superficie asegurada en el conjunto de la línea ha aumentado el 5 por ciento respecto a la misma fecha del 38º Plan 2017. Asimismo, la producción asegurada aumenta un 12 por ciento si bien el número de

## IMPLANTACION DE LOS SEGUROS EN LAS PRINCIPALES PRODUCCIONES HORTOFRUTÍCOLAS.

Fuente: Enesa



pólizas disminuye ligeramente un 3 por ciento respecto al Plan anterior.

Por Módulos, el Módulo P representa el 67 por ciento de la producción asegurada en el Plan 2017, habiendo experimentado respecto al Plan anterior un aumento del 13 por ciento. El Módulo 2 supone el 31 por ciento de la producción contratada, que ha crecido el 7 por ciento respecto al Plan 2017.

La Comunidad Valenciana supone el 93 por ciento de la producción asegurada a nivel nacional.

En esta comunidad el Módulo P tiene un incremento del 13 por ciento y la del Módulo 1 del 60 por ciento permaneciendo estable la producción asegurada en el Módulo 2. La Comunidad Autónoma de Andalucía representa algo más del 3 por ciento de la producción total asegurada, con un incremento del 76 por ciento respecto al Plan precedente.

El Módulo P en esta comunidad tiene un crecimiento de la producción asegurada del 72 por ciento respecto al 38º Plan 2017. El Módulo 2 un aumento del 70 por ciento y el Módulo 1 del 161 por ciento.

**RETOS.** A lo largo del año 2020, desde Enesa se seguirá trabajando para mejorar el nivel de implantación del Seguro Agrario y para mejorar y perfeccionar el Sistema, todo ello en colaboración con el resto de los agentes que intervienen en él, destacando a los representantes de los agricultores. De este modo, el seguro podrá evolucionar y responder a los nuevos retos a los que se enfrenta el sector agrario.

Una de las novedades para este año en los seguros agrícolas, se actualizará la base de datos de rendimientos de las líneas de seguro que lo requieran. Se creará una nueva línea para el cultivo del caqui y se creará un nuevo módulo para el seguro de cereza (módulo 3C). ■

**Durante tres años consecutivos se ha puesto de manifiesto la contrastada solvencia técnica y económica del Seguro Agrario**

ENTREVISTA

TERESA GARCÍA

Presidenta del Colegio de  
ITA-Almería



# “Somos los profesionales más idóneos entre producción, calidad y comercialización”

La ‘líder’ del Colegio de Ingenieros Técnicos más importante de España destaca el peso de sus compañeros en la empresa desde que se planifica para las cadenas y saca su carácter reivindicativo: prescripción obligatoria y jornada intensiva.

POR RAFAEL I. LOSILLA



**F&H:** ¿Se han acercado las materias de la Universidad a las necesidades de los técnicos en el ámbito privado?

**T.G:** “Ha habido mejoras en las temáticas como marca el Plan Bolonia pero el Titulado llega a la empresa sin conocimiento de las normativas. Las asignaturas deben implementarse con la normativa correspondiente porque los técnicos sabemos gestionar para sacar el máximo rendimiento de una finca, pero no gozan del mínimo conocimiento de las normas que exige el mercado”.

**F&H:** Pero los horticultores señalan que los técnicos hoy invierten más tiempo en burocracia que en la labor de gestión del cultivo ...

**T.G:** “Los técnicos siguen visitando fincas, aportando soluciones y gestionando el cuaderno de campo sin que haya una prescripción obligatoria. Es decir, damos conformidad al cuaderno de campo sin tener constancia de que lo recetado haya sido usado por el horticultor”.

**F&H:** ¿Pero cuantos técnicos pueden visitar a un horticultor y hacerle recetas de productos y soluciones?

**T.G:** “El agricultor debe tener un asesor que le marque la pauta y recibir diferentes visitas técnicas que le ofrezcan opciones”.

#### EL ESPACIO

**F&H:** ¿Han ganado ustedes peso en las empresas desde que los programas se han instaurado en las cadenas y se exige planificación?

**T.G:** “Los técnicos y agrónomos somos los profesionales que podemos informar de la calidad, de la oferta y de los problemas al departamento comercial. Somos los profesionales más idóneos para servir de coordinación entre calidad, producción y comercialización. La presión comercial de las cadenas exige previsiones a las productoras y los ITAs podemos dar esta información y empezar a organizar el conjunto de la empresa”.

**F&H:** ¿Es el sureste español la mejor escuela para un ingeniero técnico?

**T.G:** “Es el mejor sitio. La inquietud y la capacidad emprendedora de los productores nos permite no parar de aprender. Existe una importante cantidad de proyectos de I+D que enriquece el cono-

## “El Titulado llega a la empresa sin conocimiento de las normativas”

cimiento de los técnicos y agrónomos”.

#### PRIORIDADES

**F&H:** ¿Sigue siendo la casa de semillas el lugar más deseado para los profesionales de su gremio?

**T.G:** “Depende de la labor a desarrollar. Como técnico de desarrollo es un lugar idóneo porque enriquece mucho el desarrollo profesional. Constantemente se trabajan con nuevas variedades y se experimenta. Ocurre lo mismo con las empresas de control biológico. También se han convertido en un espacio idóneo para trabajar, ya que hablamos de buenas remunera-

ciones y muchas prebendas. Pero estas empresas también exigen objetivos comerciales y no todos los técnicos asumen esta exigencia”.

**F&H:** ¿Sigue habiendo espacio laboral para los nuevos profesionales?

**T.G:** “Actualmente no hay parados en nuestro colectivo y llega la primera hornada de jubilaciones entre los técnicos. Hay demanda de profesionales”.

**F&H:** ¿Qué hemos aprendido del Covid 19?

**T.G:** “Se puede trabajar de manera telemática, sobre todo los profesionales que llevan muchos años trabajando un mismo producto y con los mismos horticultores y se puede trabajar en jornada intensiva. Es una reivindicación de hace años en el colectivo para mejorar el ambiente de trabajo y ahora estamos demostrando que optimizando la gestión del tiempo y organizando el trabajo es posible llevar a cabo una jornada intensiva”. ■

“  
El sureste español es la mejor escuela para nuestros profesionales

“  
Actualmente no hay parados en nuestro colectivo y llega la primera hornada de jubilaciones

# EL DATO

101 países cuentan con superficie de cultivos hortícolas a nivel mundial. Por primera vez se supera el techo de las 100 zonas productivas y se vuelve a igualar la cifra record de 2016 donde se alcanzaron las 387.000 hectáreas productivas con USA e Italia liderando el ranking superficial.

FGH458

POR RAFAEL I. LOSILLA | rlosilla@fyh.es

ABRIL 20

12

## Francia es el país UE que más ha incrementado su superficie hortícola 'bio' en el último informe del FiBL

# La superficie que demanda la boca 'bio'

La superficie mundial hortícola 'bio' vuelve a igualar la cifra de 2016 con una mayor relación entre país productor y consumidor en la UE y con Europa como la región con más superficie productiva.

El Mundo cerró 2018 con más de 387.000 hectáreas de superficie en cultivos hortícolas 'bio' durante 2018. Es el último dato oficial del Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) y del IFOAM al que ha tenido acceso la revista F&H.

La superficie no ha sufrido grandes cambios, pero si lo han hecho los actores productivos con una China y México que reducen drásticamente su superficie 'bio' al pasar de 279.300 hectáreas a algo más de 43.000 hectáreas en el caso de China.

No se trata de un error de cálculo, sino del cambio que se producen en cultivos como legumbres o patatas, donde se genera mucha volatilidad de un ejercicio a otro.

La reducción superficial en México responde a la política Trump de favorecer los cultivos de los productores USA en legumbres y grandes cultivos hortícolas como bulbos o brásicas en detrimento de los productos de importación.

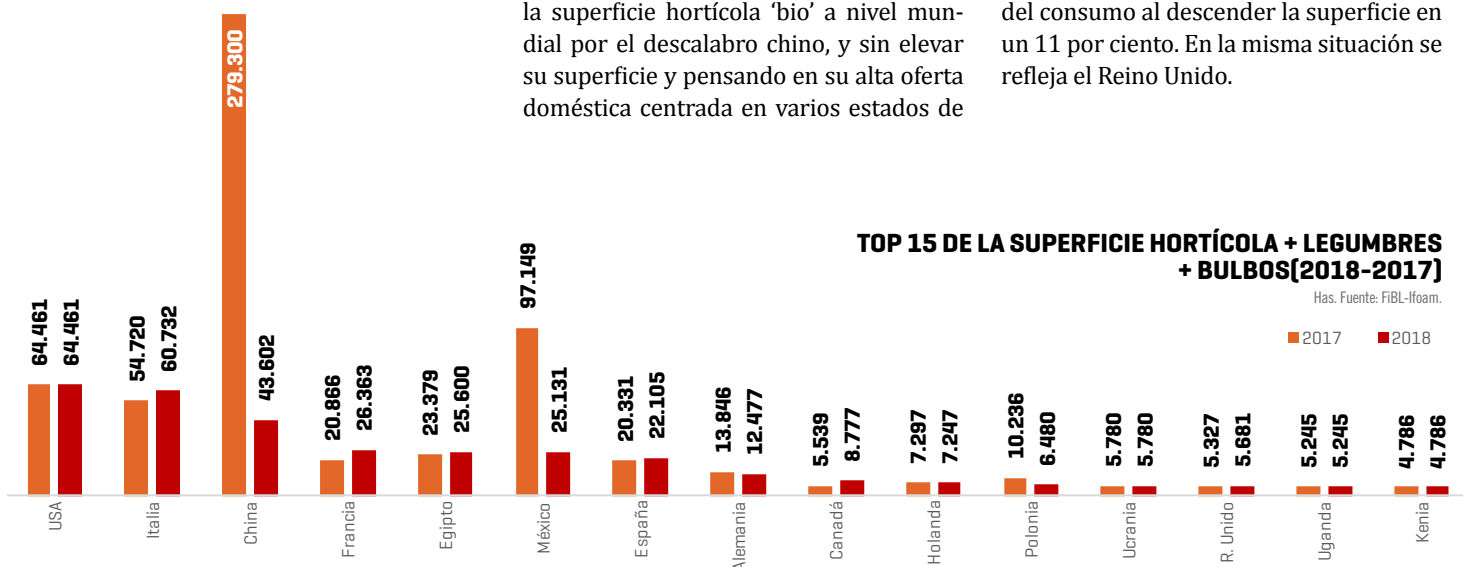
El caso chino es oscuro y no se han dado explicaciones de la reducción tan drástica.

**EUROPA + USA.** USA ha pasado a liderar la superficie hortícola 'bio' a nivel mundial por el descalabro chino, y sin elevar su superficie y pensando en su alta oferta doméstica centrada en varios estados de

la zona Pacífico y Atlántico, en Texas y en los estados cercanos a los grandes lagos -Wisconsin, Illinois, Indiana y Michigan-. Italia refuerza su segunda posición con un fuerte incremento superficial de casi un 11 por ciento en todas las categorías hortícolas. Al igual que en USA, la mayor parte de la oferta italiana se dirige a cubrir las necesidades domésticas.

De hecho, hay coincidencia entre los grandes productores UE y los grandes consumidores, excepto España y Polonia.

Francia es la zona productora europea que más ha incrementado su superficie durante 2018 al hacerlo un 26 por ciento y responde al interés de la administración francesa de convertir la mayor cantidad de superficie hortícola convencional en orgánica, para alcanzar el grado de viabilidad que requieren las empresas francesas. Alemania es una de las potencias hortícolas 'bio' en UE, aunque más centrado en bulbos -zanahoria- y legumbres, pero el ritmo de crecimiento en consumo se ha empezado a enfriar durante el periodo 2019 con respecto a ciclos anteriores, y ya durante 2018 se reflejó la moderación del consumo al descender la superficie en un 11 por ciento. En la misma situación se refleja el Reino Unido.







Los bulbos son la categoría 'bio' de referencia entre los productores nórdicos.

## Los productores nórdicos, especialmente comprometidos con el 'bio'

Los mercados nórdicos gozan de una cultura más comprometida con la producción 'bio'. De hecho, la superficie 'bio' en hortalizas alcanza unos niveles de representatividad especialmente altos entre los horticultores de Dinamarca, Islandia o Suecia.

El caso danés es especialmente llamativo, ya que el 30 por ciento de la superficie hortícola y bulbos -zanahorias y patatas- es bajo gestión orgánica.

Las casi 4.000 hectáreas que suma Dinamarca en 'bio' se destinan únicamente para el mercado doméstico y durante los meses de verano.

Lo mismo ocurre con la superficie de Islandia y Suecia, todas por encima del 20 por ciento en 'bio' sobre el área productiva hortícola de cada país.

Y es que el interés de la administración de estos orígenes UE es vincularse todo lo posible al modelo orgánico para jugar sobre seguro y cubrir la demanda doméstica.

Entre los grandes productores UE como Italia y Francia, cabe destacar la representatividad 'bio' en los cultivos hortícolas. En ambos casos ya suponen el 12 por ciento de la superficie y en ambos casos motivados por el interés de la administración de promocionar el modelo 'bio' entre los horticultores.



## ESPECIALISTAS EN INJERTOS HORTÍCOLAS



Su contacto en el Poniente

**635 055 078**

Su contacto en el Levante

**635 519 173**

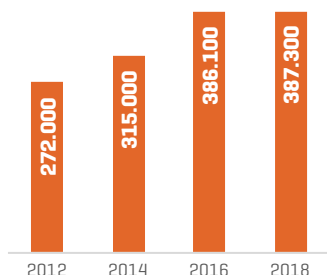
**EXPORTADORES.** España, Polonia y Portugal aparecen como productores con una demanda doméstica muy débil. Los tres actores miran más al mercado internacional que al doméstico.

España es el gran proveedor hortícola 'bio' de Europa durante los meses de invierno. De esas 22.000 hectáreas testadas en 2018, casi el 30 por ciento corresponden a hortalizas de primor tanto bajo invernadero como al aire libre.

El desarrollo de Polonia y Portugal se centran más a cultivos al aire libre y le-gumbres para cubrir tanto la demanda doméstica como los mercados internacionales de los meses de otoño. ■

### EVOLUCIÓN MUNDIAL DE LA SUPERFICIE HORTÍCOLA 'BIO'

Has. Fuente: FiBL-Ifoam.



VARIETADES EN CALIFORNIA ROJO MÁS IMPORTANTES



—PIMIENTO CALIFORNIA—

# Un año para no arriesgar

Las casas de semillas preparan para esta campaña una batería de variedades con resistencias a oídio y nematodos. Se prevé que dentro de unos años convivan la nueva generación con este espectro de resistencias junto con las tradicionales.

POR DANIEL LAFUENTE y JUAN ARIAS

Este ejercicio agrícola viene marcado por la irrupción del virus Covid-19 y su impacto podría afectar a la economía de tres maneras principales: afectando directamente a la producción, creando trastornos en la cadena de suministro y en el mercado, y por su impacto financiero en las empresas y los mercados.

Esta realidad ya ha tenido las primeras repercusiones y los pedidos de semillas se han adelantado, con respecto al ejercicio pasado. No obstante, las casas de semillas se han anticipado a esta circunstancia y contemplan suficientes semillas para distribuir entre los productores.

**VALOR EN ALZA.** A día de hoy el California, es un valor al alza en el campo almeriense. De hecho, según el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, la superficie de pimiento creció en Almería, en la campaña 2018/19, en un 10 por ciento, 11.150 hectáreas, mientras que su valor de producción se incrementó un 22 por ciento.

También el precio se ha incrementado en un 7 por ciento durante ese periodo lo que, sin duda, ha hecho que

muchos agricultores se hayan decantado por esta referencia.

Esto ha hecho que las casas de semillas tengan que agudizar el ingenio y sacar al mercado variedades de California, principalmente, cada vez con más resistencias, productivas y que permitan al agricultor alargar los ciclos

**POCOS CAMBIOS.** Sin embargo, los principales movimientos de las casas de semillas no vienen por el cambio en el segmento de plantaciones, que se espera no sea muy significativo para con el ejercicio anterior sino en los programas de mejora varietal encaminados a dotar a la nueva generación de pimientos California con resistencia a oídio y nematodos.

Según Alejandro Pascual, responsable de pimiento de Syngenta, llegará un momento en el que el agricultor “demande variedades con resistencia a Oídio”. Por eso no es de extrañar que los nuevos materiales tengan excelentes comportamientos frente a Oídio y nematodos”.

Atendiendo el transcurso de las últimas campañas de pimiento California por lo que respecta a precios y producciones, las casas de semillas vaticinan que se prevé un aumento en la superficie de temprano porque hay un grupo de variedades en rojo que han conseguido llegar hasta finales de marzo con una buena calidad estándar. Y es que, estas variedades están garantizando entre 10-12 kilos por metro cuadrado con trasplantes en junio.

En la misma línea se muestra José Luis Ruipérez responsable de pimiento de Rijk Zwaan. “Entiendo, que la superficie de pimiento está estabilizada pero si tiene que crecer los agricultores se van a decantar por las fechas de trasplantes tempranas. Además, hay variedades muy bien adaptadas para esas fechas y el mercado está absorbiendo la producción esos meses con precios aceptables, además de pensar en una posible subida, particularmente creo que es una buena opción para los agricultores”. ■

**Las casas de semillas vaticinan que se prevé un aumento en la superficie de temprano**



→ SEMINIS

## Ampliar cuota de mercado

Seminis, cuenta para esta campaña con variedades asentadas en California para ciclo temprano y tardío, amén de sumar en amarillo y naranja con Tormes y Quirón.



Estas son las principales bazas con las que cuenta esta casa de semillas con el objetivo de plantear una alternativa a los pimientos de referencia actuales en el mercado.

En este contexto, SV1204PB es un California rojo recomendado para trasplantes de finales de julio y agosto. A pesar de que es una variedad de tardío, tiene un excelente comportamiento con cuaje con calor. "De esta manera, se puede disponer de frutos antes de diciembre con una excelente calidad, cuando otras variedades no lo hacen. Además, se caracteriza por su excelente firmeza y producción", explican desde Seminis, marca de Bayer.

Entre sus puntos fuertes destaca por la homogeneidad en calibres y alta presencia de los cuatro cascós. El caudal de oferta máximo se concentra de enero a marzo.

**TEMPRANO.** Asimismo, para el segmento temprano sigue contando con SV1215PB. Esta variedad se caracteriza por la postcosecha que ofrece y además por "la maduración rápida que ofrece pero con capacidad para mantenerse en planta", afirman desde la empresa.

De hecho, la variedad es capaz de aguantar en planta durante dos meses en las plantaciones de Dalías y Berja. Ofrece un calibre GG al inicio de campaña para desembocar en un calibre G al final del ciclo. El material ofrece una planta equilibrada de entrenudo corto y moderado vigor, y buen cuajado en condiciones de altas temperaturas.

Además de SV1215PB, la firma contempla el tradicional Velero para ciclo temprano que se caracteriza por su productividad y buena postcosecha.

El SV1294PB es una de las principales bazas con las que cuenta Seminis.

**NARANJA Y AMARILLO.** Tormes es la apuesta en California amarillo de otoño. Una variedad que ha demostrado ser "la más precoz que hay en el mercado", afirman desde Seminis. Asimismo, destaca por su aguante en planta, productividad, calidad de fruto y buen cuaje con calor, además de que mantiene un calibre mediano durante todo el ciclo y tiene poca incidencia de cracking.

Por otro lado, la confianza en el segmento naranja recae en Quirón. "Es la mejor opción por color, firmeza y producción para los productores que quieran trasplantar antes del 20 de julio", apuntan desde Seminis. ■

# GALIANO

Uniformidad y calidad  
¡¡sin tener que esperar!!

Del primer  
cuaje  
al último





→ SUR SEEDS

## Ballesta es la novedad para temprano

Esta joven empresa almeriense presenta un ambicioso programa de mejora de pimiento California tanto en amarillo como en rojo.

Sur Seeds sigue dando grandes pasos en la obtención de variedades de pimiento California que cumplan con las demandas de los agricultores más exigentes. A las ya conocidas de Itaca y Perseo, la empresa almeriense suma como novedad esta campaña a su portfolio de California rojo, Ballesta, una variedad con resistencia a oídio.

Este material, orientado para ciclo temprano, destaca por su "productividad y calidad", tal y como explica Alejandro Martín, gerente y mejorador genético de la empresa.

Este material presenta frutos de calibre G-GG, "muy homogéneos durante todo el ciclo", y destaca por su "rápida entrada en producción" y por ser "ideal" para la recolección en verde.

Otro de los aspectos por los que destaca este material es su planta de "entrenado corto y excelente sistema radicular", que hacen que esta variedad tenga una "gran facilidad de cuajado y una elevada precocidad".

**CONSOLIDACIÓN DE ITACA.** El objetivo de Ballesta es que siga el mismo camino exi-

toso de Itaca, su hermano mayor para ciclo temprano-medio y que destaca por su "precocidad, largo recorrido en un ciclo único y por su fácil manejo".

Esta variedad presenta una alta resistencia a cracking y microcracking, lo que hace que sus frutos, de calibre G-GG, tengan una excelente calidad y homogeneidad a lo largo de todo el ciclo productivo.

Pese a ser una variedad joven, Itaca se ha convertido en una referencia entre los productores de la provincia de Almería que se han decantado por este pimiento, "muy productivo, incluso, en invierno", y cuya planta destaca por su "rusticidad, vigor y buen sistema radicular".

Otra de las grandes bazas de Itaca es su alta tolerancia a blossom o "peseta".

Asimismo, Itaca se adapta muy bien a esa

**Ballesta es una variedad con resistencia a oídio y destaca por su "productividad y calidad", afirma Martín**

Con Itaca llegamos hasta mediados de abril con buena calidad.

necesidad, cada vez más presente, del agricultor de hacer un ciclo largo puesto que se busca una producción más a largo plazo que permita cortar en varias fechas y así asegurar la rentabilidad de la explotación. De hecho, según asegura Martín, "con Itaca llegamos hasta mediados de abril con buena calidad".

Para ciclo tardío, la empresa almeriense cuenta con Perseo, una variedad para agosto y que presenta una alta consistencia y buen comportamiento frente a cracking.

Pero las opciones ganadoras no sólo están en el segmento del rojo, ya que la casa obtentora tiene en el amarillo dos bazas seguras: Limonita y Mármol.

En el caso de la primera, se trata de un material para ciclo medio-tardío y destaca por la calidad de frutos.

Por su parte, Mármol se recomienda para finales de julio y principios de agosto y destaca por su buena producción en los meses de invierno y "su calibre G, que lo hace ideal para la exportación". ■

**BAYER**

**Seminis**  
grow forward

**PIMIENTO**  
*para largo recorrido*  
SV  
**1204**  
PB

Planta última semana de Julio y primera de Agosto

Recolecta a partir de noviembre hasta primavera



→ **CLAUSE**

## **Anión F1 quiere liderar el tardío**

La gama Ión, con resistencias a oídio y nematodos, crece con este nuevo material para plantación del 20 de julio al 5 de agosto.

HM.Clause continúa ampliando la familia Ión, variedades con resistencias a nematodos y oídio, y lo hace con un nuevo material para tardío como es Anión F1.

De esta manera, este material se une a Bastión F1, en amarillo, y Kación F1, también en rojo y para ciclos tardíos, con la intención de liderar el segmento de los california tardíos.

Es una variedad recomendada para plantaciones del 20 de julio al 5 de agosto y presenta

una planta de vigor medio-alto, “con vigor para aguantar los meses de invierno y que le permite ofrecer unos buenos rebrotes en la parte alta del cultivo”, tal y como explica Bonifacio Sánchez, Coordinador Regional de Ventas de HM.Clause.

En cuanto a sus frutos, son de calibre G y GG todo el ciclo, con una forma cuadrada muy atractiva y con buen color rojo.

Anión F1 está llamado a ser una de las grandes referencias en su segmento en la zona de Almería puesto que, si Kación F1 se caracteriza por su precocidad a la hora de entrar en producción, él destaca por su buena conservación en planta lo que permite más margen de maniobra al agricultor en la recolección.

Por su parte, Bastión F1 es un material muy productivo para trasplantes del 25 de junio al 20 de julio que cuaja bien con altas temperaturas y que mantiene un cuaje escalonado durante todo el ciclo.

**VUELTA A PROMETEO.** No obstante, la fortaleza de las variedades de la firma gala no sólo se ven en estos dos materiales puesto que Abraham F1 es, desde hace unas campañas, “líder indiscutible en el segmento de california rojo temprano y extratemprano”.

Tras varias campañas en el mercado, su gran calidad de fruto, calibre G-GG y elevada producción le han permitido liderar este segmento.

Y es que los viejos rockeros nunca desaparecen y como destaca Sánchez en épocas de crisis como ésta “estamos notando que hay muchos agricultores en Almería que están volviendo a Prometeo F1 como un valor seguro”. Añade que “apuestan por esta variedad, que lleva más de diez años en el mercado, porque con ella se aseguran una buena producción”. ■



Anión F1 destaca por su buena conservación en planta lo que permite más margen de maniobra al agricultor.

→ **SEMILLAS FITÓ**

## **Triunvirato en amarillo**

La firma muestra su portfolio de pimiento California amarillo de presente y futuro, siendo Borneo, Mikonos y Madagascar su primera avanzada.

La firma española vive una fase estable en California, trabajando en materiales de futuro. De hecho, cuenta para esta campaña con Mikonos y Madagascar. El primero se trata de una variedad recomendada para siembras tardías (aproximadamente 1-15 de agosto). El material es de vigor alto, muy productivo, con buena cobertura foliar y “excelente ramificación y cuaje en la parte alta de la planta”, apunta Francisco Javier Rodríguez, área manager en Andalucía y Canarias de Semillas Fitó.

Además, contempla buena facilidad de cuaje con altas y bajas temperatura, “manteniendo un alto porcentaje de frutos de calibre G, ideales para la exportación. De hecho los calibres son muy homogéneos por ello, ambas variedades también son ideales para el flow-pack”, apunta Rodríguez

**BORNEO Y MADAGASCAR.** Madagascar tiene algo más de calibre y vigor que Mikonos y se recomienda para trasplantes que pueden proyectarse hasta el 20 de agosto. Destaca por su gran uniformidad en forma y calibre, mayoritariamente G.

Además, Rodríguez añade que “la calidad de los frutos es muy buena, estos son muy limpios, sin cracking ni microcracking, produciendo pimientos de forma cuadrada, con un excelente color amarillo limón y una firmeza en planta y postcosecha insuperable”. Es resistente a L4 y Spotted.

Por último, Borneo es un amarillo para trasplantes del 15 de julio al uno de agosto es de planta abierta, de vigor medio/alto, con buena capacidad de cuaje y de un calibre G uniforme. ■



Mikonos es un referente en California Amarillo.

→ SYNGENTA

## Pimientos más sostenibles

Con Hokkaido y Saitama, Syngenta completa su catálogo de California con resistencias en variedades de diferentes colores y fechas de cultivo.



Las consecuencias del clima y de las temperaturas cambiantes son ya uno de los retos más importantes a los que se enfrenta la agricultura actual. De hecho, es aquí donde la mejora varietal en cultivos como el pimiento juega un papel decisivo en el desarrollo de nuevas y mejores variedades adaptadas a estas circunstancias también nuevas.

Un buen ejemplo de ello son Hokkaido y Saitama, de Syngenta, dos variedades indicadas para ciclo tardío que comparten resistencias tanto a oídio como a nematodos. Hokkaido se recomienda para el segmento medio-tardío, con una fecha de trasplante desde el 25 de julio hasta el 10 de agosto, y además de las citadas resistencias, tiene buen comportamiento frente a silvering o plateado del fruto. Estos destacan por su homogeneidad, de calibre predominantemente G, y presentan un color muy intenso tanto en rojo como en verde.

Saitama es, por su parte, un California rojo para el segmento tardío, cuya fecha de plantación se prolonga desde el 1 al 15 de agosto. Esta variedad no presenta problemas de cracking. Según el responsable de Pimiento de Syngenta, Alejandro Pascual, "las nuevas variedades destacan por su color y uniformidad de calibre durante todo el ciclo".

Estas dos variedades completan un portfolio donde el agricultor puede encontrar otros materiales muy interesantes como Bokken, rojo para ciclos tempranos y con frutos "muy perfectos"; Kabuki y Kiruna, también en rojo para ciclos medios y "muy productivos"; mientras que, en amarillo, está Kioto, para temprano, y Kaamos, para trasplantes a partir del 20 de julio (ciclo medio-tardío).

Precisamente en relación a Kaamos, se trata de pimiento con una planta muy vigorosa, entrenado medio-largo y una producción alta que se mantiene constante durante todo el ciclo productivo. Sus resistencias a oídio y nematodos junto a su buen aguante en planta y postcosecha hacen de este material uno de los más reconocibles por los agricultores almerienses.

**POLARIZACIÓN.** Si bien en las últimas campañas el ciclo medio-tardío en los California amarillos no ha perdido protagonismo, sí hay quien nota cierta polarización en el segmento de los rojos con productores que apuestan o por el temprano o por el tardío.

Esa polarización viene dada por la rentabilidad de los pimientos California, sobre todo del rojo en esas fechas, lo que hace que el agricultor apueste por variedades o tempranas o tardías. Aún así, Pascual afirma que "en el ciclo medio hay variedades muy productivas, como Kabuki, que te llegan hasta marzo con producción". En esta línea, apunta a que eso no "significa que el ciclo medio vaya a desaparecer, ni mucho menos".

No obstante, en California rojo sí hay agricultores que se han ido a variedades extratempranas viendo la rentabilidad de esa categoría en las últimas campañas. ■

▶ Hokkaido (en la imagen) y Saitama en rojo y Kaamos en amarillo tienen resistencias a oídio y nematodos.



# Agrobío

· soluciones biológicas ·

**La Industria auxiliar agrícola diferencia nuestro campo.**

**Sigamos produciendo seguridad y calidad.**



Seguimos produciendo y seguimos en el campo



¡Porque contigo, agricultor, llegaremos a cada casa! #ElCampoNoPara

agrobio.es





→ RIJK ZWAAN

## Cierra el ciclo de producción con resistencia a oídio

Nirvin RZ, Canzion RZ, Acustico RZ, Claque RZ, Arabesca RZ y Percussion RZ pertenecen a la nueva generación que tienen un paquete completo de resistencias y que conviven con sus variedades líderes en temprano, medio y tardío.

El liderazgo de Rijk Zwaan se basa en la incorporación de las resistencias a oídio y nemátodos a las resistencias tradicionales como valor añadido, además de elementos como el 'comportamiento frente al plateado, la resistencia al cracking y la calidad de fruto', apunta José Luis Ruipérez, responsable de pimiento de Rijk Zwaan. Además añade que "gracias a la incorporación de estas resistencias el productor optimiza el uso de fitosanitarios, adaptándose a los protocolos de producción ecológicos y a los requerimientos de la lucha integrada".

En este escenario, bajo el concepto 'LT Defense' (variedades resistentes a oídio

y nematodos) ofrece en su catálogo Californias para todos los ciclos de producción.

Nirvin RZ para ciclo temprano (trasplante de junio y primeros de julio); Canzion RZ para ciclo medio y Acustico RZ, variedad adaptada para ciclos largos de producción y sus fechas de trasplante se encuentran ubicadas entre mediados de julio y primeros días de agosto.

Con respecto a su fruto, son de muy buen color y calibre G-GG muy uniforme, además de que se trata de una planta abierta. Asimismo tiene alta resistencia a Tm:0-3 y resistencia media a TSWV:0/Ma/Mi/Mj/Lt.



Arabesca RZ

**MÁS VARIEDADES.** Para este ejercicio también suma bajo el concepto 'LT Defense' las variedades Claque RZ para ciclo temprano Arabesca RZ para trasplante medio-tardío y Percussion RZ. Este último es ideal para los productores que precisan un material seguro para la segunda quincena de julio y con un calibre G-GG. Tiene resistencia a oídio y nematodos y destaca por su planta de porte abierto y frutos muy consistentes. "Unos materiales que se han posicionado muy bien tanto entre los productores como el canal de distribución y que además han tenido una evolución en ventas muy buena", afirma Ruipérez. ■



# EGLANTINE F1

LA ELEGANCIA  
TIENE NOMBRE

LA NUEVA FUERZA EN  
PIMIENTO



SEED GENERATION

vilmorin.es

Vilmorin es una marca de la División Comercial Vilmorin-Mikado

→ **CAPGEN SEEDS**

## Aumenta su portofolio en California rojo

La casa de semillas CapGen Seeds inicia la campaña en Almería con materiales en pimiento California para ciclo temprano-tardío y tardío.

CapGen sigue ampliando el segmento del California rojo, y ya cuenta con cuatro variedades que responden a los nombres de Goya, Sidi, Van Gogh y Morse.

En rojo, uno de sus clásicos es Goya, una variedad de pimiento California de maduración en rojo que tiene una planta vigorosa y productiva que permite alargar el ciclo de cultivo. In-



Goya

dicada para plantaciones de ciclo medio-tardío (trasplantes del 15 de julio al 5 de agosto).

Asimismo, Goya proporciona frutos de color muy intenso tanto en verde como en rojo, de excelente calidad y calibre mayoritariamente G.

Otra de sus características es que obtiene bajo porcentaje de frutos con plateado y contempla un buen comportamiento frente a microcracking.

Además, sin salir del rojo está Sidi, una variedad con una planta muy vigorosa y equilibrada. Con respecto a sus frutos, éstos son homogéneos de cuatro cascós, calibre G-GG y excelente conservación durante todo el ciclo de cultivo. El color es muy intenso, tanto en verde como en rojo.

Asimismo, destaca por la alta calidad de los frutos en la parte alta de la planta.

**MÁS VARIEDADES.** Otro nuevo material es Van Gogh. Tiene una planta vigorosa, de porte abierto y producción continuada durante todo el ciclo, con frutos cuadrados de color intenso, tanto en verde como en rojo, calibre G-GG y buena tolerancia al microcracking y al plateado. Presenta resistencia alta (HR) a Tm:0-3 y resistencia intermedia (IR) a TSWV.

Por último, también para esta campaña añade Morse, un material que contempla una planta equilibrada de porte abierto y gran productividad. Sus frutos son de calibre G-GG muy uniformes y de gran conservación en planta. Buen comportamiento frente a microcracking y rajado de frutos y se recomienda para trasplantes 10-25 de julio. ■



→ **SAKATA**

## Tractor sigue haciendo camino

Sakata Seed Ibérica sigue avanzando en su panel de California y prueba de sus resultados en este programa es Tractor, un California amarillo de siembra media.

Esta variedad está destinada para siembras del 5 al 20 de julio, produciendo antes que cualquier otro pimiento y con calidad. "Presenta también un alto rendimiento de planta, una calidad excepcional y uniformidad durante todo el ciclo, con un calibre G, GG y un tamaño ideal para los formatos de flow-pack tricolores que tanto demanda el mercado", apuntan desde la firma

Además, Tractor es un pimiento con buen comportamiento en pos-cosecha debido al grosor de pared. Asimismo, "su color amarillo limón no tiende a anaranjarse como sucede con otras variedades", destacan desde Sakata.

Por otro lado, es un pimiento amarillo con buena pared que le confiere una larga vida y con maduración homogénea. "La gran diferenciación, de Tractor, radica en el alto rendimiento con calidad", aseveran desde la firma. ■

**SARIÑENA F1** 

**MAURICIO F1** 

**ERCINA F1** 

Pimientos para todos los ciclos.





→ **RAMIRO ARNEDO**

## **Kuman, el naranja que no desfallece**

Menes F1 es la primera variedad de la casa de semillas con resistencias a oídio y nematodos.

La principal novedad en el catálogo de pimientos California de Ramiro Arnedo viene de la mano de Kuman F1. Se trata de un pimiento que no sólo destaca por su atractivo color naranja, sino también por su calibre G, que mantiene durante todo el ciclo y que “lo diferencia de la competencia”, explica Diego Pérez, técnico comercial de Ramiro Arnedo.

Esta característica lo hace ideal para destinos europeos, donde se consume este California, y también para flow pack en sustitución del verde o con los cuatro colores: naranja, verde, amarillo y rojo.

A su excelente postcosecha, “principal caballo de batalla” en esta tipología, hay que sumar su consistencia, que lo hacen una opción muy válida para el agricultor que quiere apostar por algo diferente.

**RESISTENCIA A OÍDIO Y NEMATODOS.** Otra de las opciones que tiene el comercializador para flow pack es Menes F1. Dentro de las variedades con nombre de faraones de Egipto, la firma española presenta este material, el primero con resistencias a oídio y nematodos.

Este material, recomendado para trasplantes tempranos, desde el 20 de junio al 15 de julio, se caracteriza por su facilidad de cuaje, elevada producción y ausencia total de silverelinas, que lo hace perfecto para su recolección tanto en verde como en rojo en producciones bio.

Presenta un fruto de color intenso, de calibre G y GG, el cual mantiene todo el ciclo. También destaca por su larga vida útil, que lo hace “ideal” para flow-pack y cooperativas.



Kuman F1 presenta una “excelente postcosecha” y mantiene su calibre G “durante todo el ciclo”.

Además de su fácil manejo, Pérez destaca el “potente sistema radicular” de esta variedad y añade que su planta de vigor medio, con porte semi-abierto y buena cobertura foliar, evita las deficiencias de calcio y reduce la llamada ‘peseta’.

La incorporación de las resistencias a oídio y nematodos junto con L4 y spotted hacen que el agricultor tenga un plus necesario de confianza y tranquilidad, puesto que tendrá que aplicar menos tratamientos fitosanitarios, lo que repercutirá no sólo en la sanidad de la planta, sino también en el bolsillo del agricultor, que afrontará menos gastos. ■

**Máxima producción  
y calidad en todo el ciclo**

 **Ítaca**  
(Ex Ícaro)

 **Limonita**

*¡Imbatibles!*

**surseeds**  
Semillas

[www.surseeds.com](http://www.surseeds.com)



→ **MERIDIEM SEEDS**

## Confía en Alvarado y Coronado, su binomio ganador en amarillo

Esta casa de semillas sigue contando con Coronado y Alvarado en el segmento del California amarillo para ganar cuota de mercado.

Para este ejercicio agrario Meridiem Seeds deposita su confianza en Alvarado y Coronado para las plantaciones de pimiento California amarillo en Almería. El primero está recomendado para trasplantes desde el 10 de julio en adelante. Esta variedad ofrece entrenudos medios, destacando su “rápida entrada en producción para pasar a ser escalonada a lo largo del ciclo”, señalan desde Meridiem Seeds.

Alvarado contempla un pedúnculo largo que facilita la recolección y un fruto muy cuadrado de cuatro lóbulos principalmente. Asimismo, el fruto es amarillo limón sin pérdida de intensidad en la maduración”, apuntan desde la firma. Es resistente a Spotted y ofrece un calibre G-GG, indicado para la exportación.

**CORONADO.** Por otro lado, sin salir del California amarillo la alternativa recae en Coronado. Un material que se adapta a diferentes condiciones de cultivo y es, precisamente, en los ciclos tempranos (trasplantes de mayo y junio en Almería) donde “ha cautivado a los agricultores ya que esta variedad ofrece en los primeros cuajes frutos de excelentes calidades y con calibres G”, afirma Miguel García,

director de marketing de Meridiem Seeds.

Con respecto a su planta, es de fácil cuaje, compacta, de fructificación escalonada y fruta cuadrada durante todo el ciclo de cultivo.

Sus frutos son de intenso amarillo en la maduración y elevada conservación postcosecha. Otro de los fuertes de Coronado, y que tango buscan los agricultores, es su elevado rendimiento productivo.



→ **TOP SEEDS IBÉRICA**

## Top Arnon y Galiano se consolidan en sus segmentos

Estas dos variedades son la gran apuesta de la multinacional para su segmento de pimiento California. Ambas ideales para la exportación gracias a su buena postcosecha.

El pimiento California es una referencia en la que hay una oferta muy variada y de mucha calidad, pero en la que la multinacional Top Seeds se abre paso gracias a variedades que cumplen con las expectativas del agricultor.

En este sentido, destacan variedades como Galiano, un pimiento California rojo para el segmento tardío que destaca por un “fruto de excelente calidad”, tal y como corrobora Melchor Guzmán Vico, técnico de Top Seeds Ibérica.

Según añade, esta variedad “la están recomendando muchísimas cooperativas porque destaca sobre la competencia”. El secreto de Galiano está en que, al contrario de lo que suele suceder con los pimientos tardíos, tiene un muy buen inicio y “termina muy bien arriba”.

Presenta frutos muy homogéneos y de un color rojo muy atractivo. Su peso medio oscila entre los 270 y 300 gramos, lo que lo hace muy comercial tanto para suelto como para flow-packs.

A esto hay que sumar que se trata de una variedad que presenta mucho aguante en planta, ausencia de silverelina, dureza y una alta tolerancia al cracking.

**ALTOS RENDIMIENTOS.** Si Galiano es para tardío, el otro gran baluarte de la empresa en el portfolio de pimiento California es Top Arnon, eso sí, para temprano. En este caso, se trata de un California rojo para trasplantes entre el 1 y el 15 de julio, que destaca por su facilidad de cuajado y por sus “altos rendimientos productivos”. Este material presenta frutos muy uniformes y “bien definidos”, de calibre G-GG, que, además, tienen buen grosor de pared y un “excelente color tanto en rojo como en verde”, con ausencia “casi total” de silverelina.

De Top Arnon cabe destacar que se trata de una variedad para trasplantes medio-tempranos que llega perfectamente al mes de marzo y lo hace sin problemas de calidad.

Esto se consigue gracias a su planta de vigor medio, con entrenudo medio y un porte muy abierto que hace que la variedad se comporte bien, incluso con frío, una ventaja importante con respecto a otros materiales que, durante esa época, tienden a ralentizarse.

Ambas variedades tienen resistencias a L4 y spotted y buen comportamiento frente a ceniza. De hecho, agricultores de ecológico de Almería ya han confiado en Galiano para plantarlo en sus fincas.



“Muchas cooperativas recomiendan Galiano porque destaca sobre su competencia”, añade Guzmán.



→ **VILMORIN-MIKADO**

## Trío en California amarillo y suma dos rojos

La firma fiel a su filosofía de innovar materiales nuevos para adaptarse a las necesidades del campo, amplía su espectro de acción en California, amén de trabajar con materiales en diferentes segmentos como especialidades.

La firma suma y sigue en el complicado segmento del California apoyado en su equipo de genetistas para pimientos, cinco en total, de los cuales dos operan en Almería. Con respecto al tipo California amarillo, la firma completa el ciclo productivo gracias al trío que conforman Nadine, Eglantine y Jacqueline.

El primero es para trasplantes desde mediados de junio hasta el 10 de julio y so-



Eglantine

bresale por su buen cuaje con calor. Sus frutos son de calibre G, con buen aguante en planta, color amarillo limón y elevada producción.

Eglantine se recomienda para trasplantes desde finales de junio hasta finales de julio. Una de sus principales características es su plasticidad con lo que se adapta fácilmente a diferentes tipos de invernadero y condiciones de cultivo. Sus frutos son muy homogéneos y con un atractivo color limón. Además destaca por su capacidad de cuajado continuado desde el inicio a fin del ciclo. En definitiva, "una variedad que sobresale por su elevada producción y calidad inigualable de principio a fin", apunta Joaquín González de Vilmorin.

Y cerrando el ciclo de producción la alternativa recae en Jacqueline, una variedad que se recomienda para trasplantes desde el 20 de julio al 10 de agosto. Destaca

por el vigor de la planta, firmeza de sus frutos y una producción continuada a lo largo del ciclo.

**CALIFORNIA ROJOS.** Sin salir del segmento California, Vilmorin cuenta para esta campaña con E-6024 (Nyobi). Aporta frutos firmes y homogéneos, precocidad y alto rendimiento en frutos de calibres G principalmente. Además es resistente a Oídio.

Además de esta importante característica del pimiento E 6024 F1(NYOBI\*), cabe señalar la impresionante capacidad de cuaje con sombreado y en condiciones de altas temperaturas, obteniendo frutos de cuatro lóbulos bien formados. Esta calidad de los frutos se mantiene desde el primer cuaje hasta el fin del cultivo, con calibres G-GG que no se van de tamaño y que son muy demandados por las exportadoras. ■

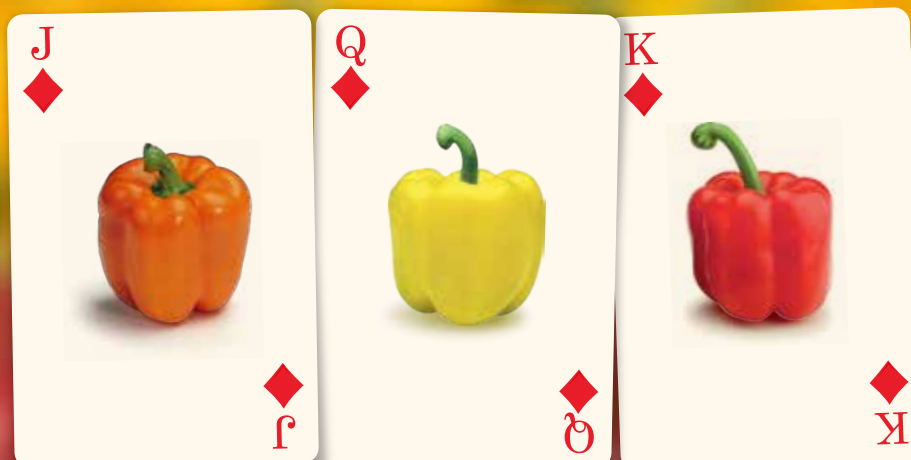


#YoplantoEnza



# ¡Gana tu partida con una escalera de color!

ENZA ZADEN



**Liad  
Mozart**

**Calcio  
Celaya  
Carrasco  
Cartujo**

**Plutonio  
E20B.10369**

→ **HAZERA**

## Se refuerza en rojo y amarillo

La firma Hazera suma y sigue en pimiento y tras variedades asentadas en el mercado amplía con nuevos materiales en California rojo y amarillo.

Y es que esta casa de semillas fiel a su filosofía de innovar variedades nuevas para adaptarse a las necesidades del campo, amplía su espectro de acción en California rojo para ciclo tardío y temprano.

En este escenario, Machado es un rojo tardío que materializa perfectamente esas características necesarias para acrecentar los ingresos: una mayor producción basada en un fuerte rebrote con fruto de calidad, bien formado y con semilla hasta en abril.

La planta es abierta y fácil de producir, dónde el fruto mantiene un aguante. Además, el porcentaje de G aumenta en marzo y abril, gracias al potente rebrote de Machado. De hecho, esta variedad, también con buen cuajado con calor, destaca por su capacidad de rebrote, que a partir del mes de diciembre es constante en toda la planta. Esta realidad le permite ofrecer al productor un buen verdeo.

Con respecto a los frutos, no se rayan y no sufren microcracking. Los trasplantes se recomiendan a partir del 20 de julio y hasta el 10 de agosto en invernaderos de Almería.

Sin salir del rojo, la alternativa en temprano responde al nombre de Patrol, que viene a complementar al tardío Machado. Patrol destaca por la resistencia poligénica a oídio.

**AMARILLOS.** El portfolio de California amarillo de Hazera para lo forman: Gerónimo, Evoke e Insignia. Para temprano suma Gerónimo. Una variedad recomendada para trasplantes desde principios de junio y hasta el 10 de julio y que mantiene el calibre G durante todo el ciclo.

Evoke destaca por su precocidad y elevada calidad de fruto de color amarillo limón y calibre G y GG. En su paquete de resistencias, incluye la resistencia a Oidio. La planta es compacta y fuerte aunque se adapta bien para plantar un segundo ciclo de primavera. Además, es fácil de cultivar. Se recomienda para trasplantes desde mayo hasta el 10 de julio.

Por último, Insignia es recomendada para siembras entre el 1 y el 20 de julio, aunque es un material versátil. Es decir, que se puede retrasar o adelantar en torno a cinco días a dicha fecha. ■

→ **ZERAIM**

## El tardío lleva su nombre

Las variedades de pimiento California de esta firma son líderes en el segmento de tardío, donde incorporan a Churchill, mientras que Adrianno es para ciclo medio.

Zeraim continúa completando su catálogo de variedades de pimiento California con la seguridad de ser el líder en el segmento tardío, donde Melchor es, en la provincia de Almería, su mejor baza.

En este caso, y para el segmento de tardío, con plantaciones en Almería a partir del 20 de julio, la empresa cuenta con una novedad en rojo como es Churchill, un nuevo material con resistencia alta a oídio.

Su porte es vigoroso y destaca por su facilidad de cuaje con altas temperaturas, "lo que garantiza una mayor cantidad desde el arranque de la fase generativa del cultivo". Sus frutos son de cuatro cascós, buen color, con calibre mayoritario GG.

Asimismo, Churchill presenta una alta resistencia a oídio y un excelente comportamiento frente a rajado y microcracking.

Otra de las novedades de Zeraim en el segmento de los California viene en el ciclo medio, con Adrianno. Este pimiento presenta "una planta vigorosa, con un buen sistema radicular", tal y como explica Alejandro Pascual, responsable de Pimiento. Además, el fruto de Adrianno es de calibre G, en un 60 por ciento, y GG, en un 40 por ciento, y destaca por "su buen color y forma tanto en rojo como en verde", a lo que hay que sumar buena conservación en planta y homogeneidad arriba.

Como no podía ser de otra manera, Adrianno es una variedad "muy productiva" y cuyos frutos tienen una fácil recolección, ambos aspectos característicos de Zeraim y que el productor valora mucho. Sin embargo, estas no serán las únicas novedades del catálogo de la firma y el agricultor deberá estar muy atento porque el objetivo de Zeraim es presentar nuevos materiales con resistencias a oídio y para ciclos tempranos.

**MELCHOR SE HACE MAYOR DE EDAD.** No obstante, si hay una referencia en el campo almeriense de pimiento California ese es Melchor. Este material cumple 18 años siendo comercial y el líder indiscutible en su segmento.

Su secreto se basa, según Pascual, en "que es la variedad que más tranquilidad da al agricultor". De hecho, con Melchor el productor puede mantener el fruto en planta hasta que, generalmente en marzo, consiga buenas cotizaciones. En este sentido, "la única variedad que te da garantías de que llegarás con buena producción y calidad de fruto a esas fechas es Melchor". ■





→ ENZA ZADEN

## Suma en rojo a su amplio portfolio de pimiento

Celaya, Cazorla, Cartujo, Carmelo... son algunas de las referencias en amarillo y ahora añade el número E20B.10369 en rojo para este ejercicio. Además, cuenta con los conocidos Magno, Tabor, Mozart y Liad en naranja.

La firma sigue ostentando una posición de privilegio en California amarillo, tras el posicionamiento que ha conseguido Celaya en temprano. Con respecto a su planta, ésta es compacta de fácil cuajado y precocidad de calibre G-GG con ausencia de microcracking y color amarillo limón. La confianza de Enza en amarillo es total. Para esta campaña suma en su catálogo, Cartujo, Cazorla, Carmelo, Carrasco y Calcio.

Cazorla es un amarillo para trasplantes de segunda quincena de julio y primera quincena de agosto para recolección en los meses de invierno, que ofrece un calibre G-GG con "ausencia de microcracking y amarillo limón", apunta Carlos Herreñas, responsable de solanáceas.

Otra de las apuestas es Cabriola. La variedad pasa por ofrecer un calibre mayor que Celaya para trasplantes temprano medio, desde junio en Dalías - Berja hasta finales de julio en el Poniente almeriense. Dentro de su programa de mejora se encuentra Carrasco para tardío, que se caracteriza por ofrecer frutos de calibre G.

**ROJO.** La novedad comercial para este año viene de manos del número E20B.10369. Se trata de un California rojo, para plantaciones de mediados de julio con continuidad de producción a lo largo su ciclo productivo, destaca por su calidad y alto porcentaje de calibres G, ideal para Flow packs. Su nivel de resistencias es alto. HR: Tm: 0-3 e IR: TSWV:0/Lt

Además, también cuenta con Plutonio para trasplantes de mayo a julio. Ofrece una planta de entrenado medio, muy generativa y abierta. Frutos de calibre G-GG, de pared gruesa y con un rojo brillante.

**NARANJA.** Por otro lado, Enza es un referente en el segmento de California naranja en Almería. Además, de Liad (trasplante de segunda quincena de julio hasta primera de agosto ofreciendo un calibre G-GG y ausencia de silverelina), cuenta con los conocidos Magno, Tabor y Mozart. Esta última es una variedad de fácil cuajado y alta producción invernal que ofrece frutos de calibre GG-G y muy uniformes y que a la postre viene a sustituir a Tabor. ■



Carmelo

# ¡Simplemente inimitables!

ABRAHAM<sub>F1</sub> DESEO<sub>F1</sub> MORFEO<sub>F1</sub>



KATIÓN<sub>F1</sub> ANIÓN<sub>F1</sub> BASTIÓN<sub>F1</sub>

HMC 57356

¡Gana el Nuevo Ford Kuga!

Por cada compra de 1.000 semillas de pimientos California CLAUSE, consigue una participación para el sorteo de este Ford Kuga.\*\*

\*\*Promoción válida para compras realizadas entre el 1 de Octubre de 2019 y el 30 de Junio 2020. Basado del sorteo de loterías sorteado, puedes consultarlas en tu punto de venta habitual o en las oficinas HMA CLAUSE IBERICA.



HM • CLAUSE



## -HOLANDA-

# Las tendencias están aún por definir

La sandía ya está al mismo nivel que las categorías de referencia de melón entre los holandeses y ahora se madura la tendencia de producto. Es con diferencia uno de los productos más especulativos del verano.

POR RAFAEL I.  
LOSILLA |  
rlosilla@fyh.es

La demanda de sandía ha dejado de ser anecdótica entre los holandeses. Los nuevos materiales han mejorado el grado de satisfacción y ya no se trata sólo de un producto económico para poderes adquisitivos limitados en manos de los comercios étnicos o la venta ambulante de los fines de semana de verano.

La sandía se ha ganado un espacio propio en los lineales de las cadenas, hasta el punto de que ya ocupa más espacio que cualquier familia de melón, incluido el Galia y el Amarillo, las variedades de referencia para los holandeses.

Lineal de IV gama de fruta de Albert Heijn con sandía cortada bajo el método de termosellado.



2018 será recordado como el año de mayor demanda entre los holandeses, ya que los operadores y los mayoristas vendieron a los detallistas casi 65.000 toneladas de sandía, muy centrada en los meses de verano. Más del 80 por ciento de la sandía que adquieren los holandeses se centra desde mayo hasta septiembre, con puntas en junio y julio.

**DIVERSIFICACIÓN.** Y cuando la sandía empieza a sumar toneladas entre los holandeses, surge ahora las dudas sobre el perfil de producto deseado. “La sandía se ha convertido en un producto presente en las barbacoas de los holandeses, cuando antes era un tema de melones. Cuando la barbacoa es la protagonista, la demanda se centra en los grandes calibres”, señalan desde Bakker, el ‘category management’ de Albert Heijn.

Cuando estos grandes calibres se acercan a las cadenas, se opta por cortar por piezas y por cuñas “para favorecer la salida del producto en los lineales”, señalan desde Bakker.

Holanda trabaja los calibres 4-6, pero aún no está definido que tipo de sandía se impondrá entre los consumidores. El formato descuento como Aldi y Lidl y la cadena Plus del grupo Superunie optan más por el calibre 4, mientras que los grupos Albert Heijn y Jumbo cuentan con más categorías pero se acercan más al calibre 6 cuando el mercado los permite.

Estos movimientos se deben a que Jumbo y Albert Heijn “cuentan más con un perfil de clientela de menos unidades familiares y el calibre 4 tiene más venta”, señalan desde Bakker. Y es que existe una relación muy directa entre el clientel de melón y el de sandía. “El habitual comprador de melón se acerca a la sandía con normalidad y en los últimos años observamos como se reduce la demanda de Galia y se mira más a la sandía”, señala Tim Ter Stege, ejecutivo de Bakker para fruta de verano.

**OSCILACIONES.** Uno de los temas que peor llevan los operadores holandeses es la dificultad de fijar el precio de la sandía española. “Es una de las frutas donde más percibimos la oscilación del precio de una semana a otra”, señala Ton Bouw, head sourcing de España de Hage –category management de Jumbo-. Como en el resto de los destinos UE, “el consumo de



## Los holandeses batieron el record de compra de sandía en el caluroso 2018 con casi 65.000 toneladas adquiridas

sandía en Holanda está estrechamente relacionada con el calor y se notan las diferencias entre una semana con altas temperaturas y semanas con temperaturas más frescas”, desvela Bouw.

Una de las tendencias a analizar es el desarrollo de la minisandía. “La mayoría de las familias está compuesto por un matrimonio con 1-2 hijos y una parte importante de los hogares lo forman los ‘singles’, que buscan este tipo de minisandía”, apunta Bouw.

Aún existen dudas sobre el perfil de sandía que se impondrá en los próximos años. De lo que no existe duda alguna es que la sandía forma ya parte de las categorías reclamo de los supermercados. “Es un producto que ha dado un salto de importancia para la distribución”, señala el ejecutivo de Hagé.

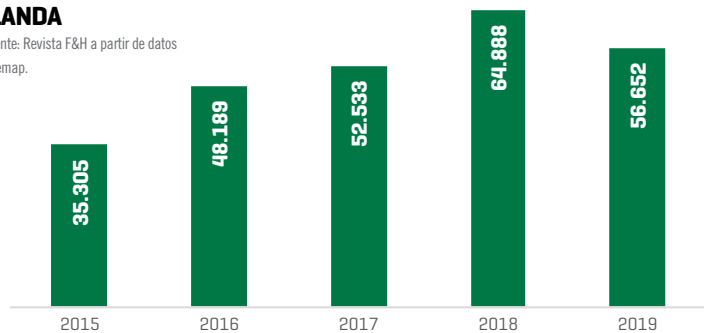
**IV GAMA + CORTADA.** El nivel de popularidad ha llegado al lineal de IV gama, hasta el punto de que Albert Heijn como Jumbo ofrecen unidades de venta sólo con sandía como el melón y la piña para el momento ‘lunch’ de los trabajadores durante los meses de verano. ■



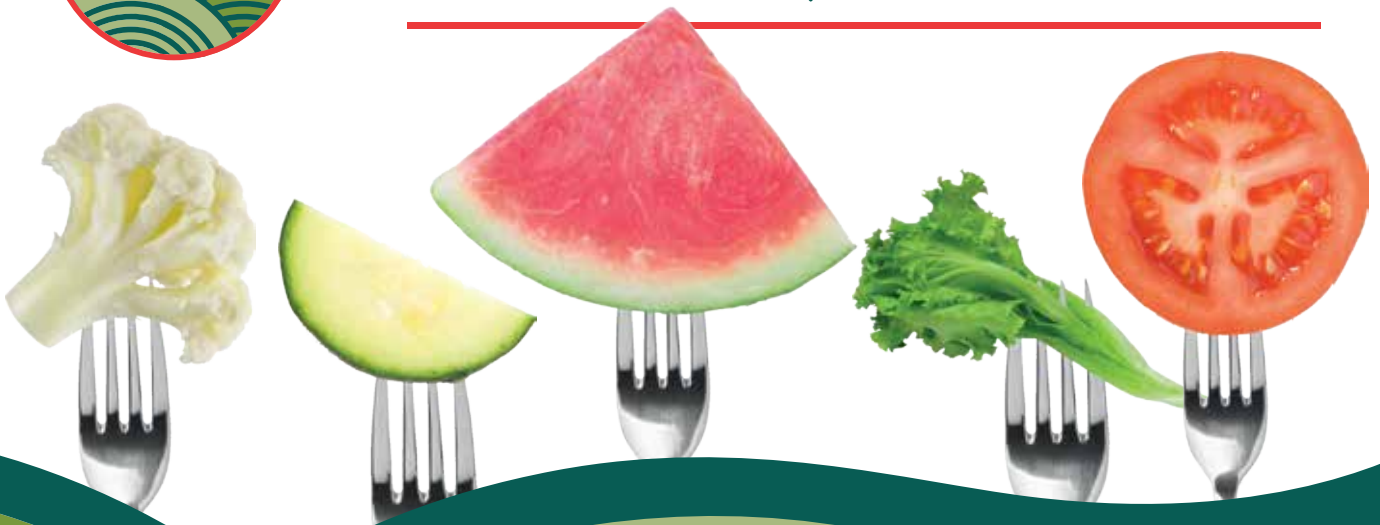
Las cadenas mantienen su apuesta por los grandes calibres para responder a la demanda de las barbacoas.

### EVOLUCIÓN DE LA VENTA DE SANDÍA EN HOLANDA

Tns. Fuente: Revista F&H a partir de datos de Trademap.



## Desde la tierra, cuidando los detalles, hasta tu casa



[www.agricolanavarrodeharo.es](http://www.agricolanavarrodeharo.es)

Carretera de Palomares a Cuevas del Almanzora km.2 Plomares, Almería

Email: [info@agricolanavarrodeharo.es](mailto:info@agricolanavarrodeharo.es) Tel: 950 618 096

# 7 expedientes abiertos con el Covid 19

El mercado mayorista más importante de Europa se pone a prueba con la pandemia Covid 19. Ocho mayoristas abren la tarta de lo que está y de lo que vendrá en el futuro. Entre los ocho profesionales suman 288 años de experiencia y analizan para F&H siete temas de medio plazo.



Las tiendas de barrio se han ganado la confianza de la vecindad.

## 1 LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El comercio de proximidad y el servicio a domicilio salen reforzados. Tras el Covid 19, el servicio a domicilio volverá a ser anécdota pero no las tiendas de barrio.

La palabra clave es confianza. “Los grandes centros comerciales y los grandes supermercados están cayendo porque hay miedo de contagio en estos establecimientos a pesar de todas las medidas que se están tomando”, señala Vicente Escandell de Frutas Escandell. No es una opinión. Es una realidad. Los grandes formatos ven caer sus ventas según las consultoras Kantar y Nielsen.

Mientras el comercio de proximidad “está doblando sus cifras y durante algunas semanas algunos tenderos independientes han incrementado un 300% sus ventas”, apunta Joan Llonch de Gavà Grup.

En este sentido se expresa José María Ruiz de Plátanos Ruiz -mayorista y detallista- cuando apunta que “el frutero ha incrementado sus volúmenes de ventas porque la ciudadanía ha apostado más por el comercio de proximidad”.

Nada es por casualidad. “Han trabajado mucho de cara al segmento de jubilados y están llevando los pedidos a domicilio y es un público que está acostumbrado a ver al mismo tendero durante muchos años, ganándose su confianza desde siempre y ahora llega su recompensa”, argumenta Eduard Ràfols de Fruits Ràfols.

**LA VENTA AMBULANTE.** Hay dos canales que han caído por completo: Horeca y la venta ambulante. Y se nota ya que la actividad ha decaído en Mercabarna en torno a un 20 por ciento, aunque el nivel de demanda se ha mantenido fuerte, gracias al comercio de proximidad.

La venta ambulante es una salida natural para ciertos calibres y calidades que ahora no tienen fácil salida.

Los mayoristas de Mercabarna señalan que “este tipo de clientela volverá cuando pase la pandemia, ya que cuentan con una clientela muy fiel en diferentes localidades y existe una serie de mercados de calle muy asentados en varios puntos de Cataluña”, recuerda Santi Fernández de Suker Fruits. ■

**ALCALÁ LA REAL**

**GOLBANO**

**ROYAL ALCALA**

**GOLBANO**

**Espárragos Naturales**

**¡¡ Pruébalos !!**

Polígono Llano Mazuelos. C/ Selene, 1  
23692 Alcalá La Real (Jaén)  
Tel. 917 856 554 - Movil 649 809 494  
info@esparragosalcala.com



## 2 EXPORT-IMPORT

La exportación-importación es un canal consolidado entre los mayoristas españoles. El Covid 19 no ha supuesto tantos cambios. "Ya eramos telemáticos", señalan los profesionales del comercio internacional.

La mayoría de las categorías hortofrutícolas que cruzan los Pirineos desde Mercabarna han seguido su ritmo de siempre. "Aunque hay 'brokers' con presencia física en los mercados, la mayoría de las operaciones se hacen por vía telemática desde hace años. Nos parecemos más a operadores de Perpignan que a mayoristas", señala Diego Martínez del Grupo Diego Martínez -91% de sus partidas a exportación-.

Y es que "la Red de Mercas ha dado la cara y ha dado respuesta a todas las necesidades del mercado", señala Eduard Ràfols de Fruits Ràfols.

Los productos de mayor rotación han mantenido el ritmo de las exportaciones y sólo algunas categorías de más valor como la fresa no han encontrado su espacio durante el Covid 19.

**IMPORT.** La importación también cumple. La campaña de cítricos del Hemisferio Sur está a punto de aterrizar en España, gracias a que "tenemos programas pactados con productores de prestigio



La campaña de cítricos sudafricanos se adelanta en 15 días.

cuya mercancía cumple los requisitos, certificados y calidad que exige la UE. Desarrollamos importantes acuerdos en origen para el suministro de cítricos de Sudáfrica y Latinoamérica", expone Carles Martí de CMR Group.

De toda la gama 'import' para el presente verano en España se presupone que los cítricos van a tener una presión alta en la demanda "hasta que la alarma sanitaria no desaparezca", puntualiza Martí. ■

**Los cítricos mantendrán una demanda alta mientras siga la alerta sanitaria**



**sabor**



**vida**



**ESCANDELL**

Frutas Escandell, s.a.  
Mercabarna  
Tel. 93 335 31 91 - Fax 93 335 02 74  
info@frutasescandell.com  
www.frutasescandell.com



**frescor**



**salud**

la mejor **selección** de variedades de **frutas y hortalizas**





oscarrodríguez.biz



**Diego Martínez**  
Grupo DyM

**Exportación.** “Hay tres familias de producto que están funcionando con total normalidad. Los cítricos, la gama de hortalizas y la fruta de pepita no tienen complicaciones en las salidas. Las operaciones internacionales están funcionando telemáticamente, pero esto no es nuevo, ya que hay muchos compradores que no acuden semanalmente al mercado y trabajan mediante programas”.

**Demanda local.** “Son las operaciones que más han caído y, sobre todo, por la desaparición del detallista de origen asiático. El profesional chino ha desaparecido, aunque a partir de mayo se vuelve a recuperar y esto le dará un nuevo impulso al mercado. Estoy convencido que el canal de la gran distribución ha salido reforzado en España con el Covid 19”.

**Futuro.** “La confianza va a ser clave para que la actividad vuelva a cierta normalidad. El miedo es muy poderoso y a la sociedad le va a costar trabajo incorporarse a un restaurante o disfrutar de una terraza para recuperar los números del consumo”.



**Vicente Escandell**  
Frutas Escandell

**La distribución.** “La tienda tradicional y el comercio de barrio han recuperado protagonismo. El trato de confianza entre el tendero y el cliente se ha recuperado y, sobre todo, entre aquellos detallistas que están sirviendo a domicilio. Una parte de la ciudadanía le ha tomado miedo acudir a los grandes supermercados e hipermercados por posible contagio”.

**Exportación.** “Las operaciones internacionales han ido a menos en los productos más delicados y a más en otros productos ‘commodity’. Y estos productos como patatas o cítricos han copado gran parte de la logística hacia los mercados UE. La mayoría de los compradores UE están en sus hogares, aunque hay una serie de compradores italianos que han decidido estar confinados en Barcelona para mantener la actividad con normalidad”.

**Gestión del trabajo.** “La venta de pasillo ha perdido mucha fuerza y se trabaja ahora mediante WhatsApp y ‘tirando’ mucho de fotografía para mostrar la calidad de los productos a los compradores. Las empresas que han generado confianza en el mercado de cara a sus clientes, salen muy reforzadas”.



Los detallistas chinos retoman su actividad en mayo.

### 3 LA MAYORÍA ÉTNICA

Los detallistas étnicos han pasado de ser estratégicos a ser mayoría. El pasillo es dominado por ‘paquis’, asiáticos y chinos. Los detallistas de origen chino fueron los primeros en desaparecer por el Covid 19 y su desaparición “ha coincidido con una reducción de la actividad en Mercabarna del 20%”, expone Vicente Escandell de Frutas Escandell. Los detallistas chinos volverán a primeros de mayo y “volverá la normalidad a la venta de pasillo”, describe Jaume Flores de Frutas y Hortalizas Flores.

**EL HUECO CHINO.** Es cierto que el cierre de los detallistas chinos ha coincidido con la recuperación de las tiendas de proximidad, “ya que el mismo mercado impulsa a los emprendedores a tomar decisiones y con la desaparición del tendero asiático han entrado con fuerza los comercios de barrio”, desvela Eduard Ràfols de Fruits Ràfols. Sólo han sido los detallistas chinos los que han desaparecido del pasillo por su cultura de prudencia. El resto de los étnicos se ha mantenido en el mercado. ■



**Edgar García +  
Eduardo Nieto**  
Hermanos Fernández  
López

**Pasillo.** Las pequeñas fruterías de proximidad han llegado a triplicar sus ventas con fuerte demanda en cítricos, manzanas, patatas y hasta el jengibre. Hay más compra telemática y se mantendrá en el tiempo.

**Gestión de compra.** Durante las dos primeras semanas vimos que el comportamiento de compra de los comerciales de la gran distribución se acercaba en algún aspecto al comportamiento del comercio tradicional. Se percibía más flexibilidad en cuanto a la aceptación de cambios sobre el producto en calibre o coloración.







# Los tres misterios desvelados del tomate de 'penjar' La Dulce Pagesa

'La Dulce Pagesa' es hoy la marca que acoge el tomate de 'penjar' Premium para Cataluña. No se trata sólo de la variedad autóctona que acoge la marca, sino de un protocolo único y de trabajar el 100 por ciento de este tomate durante los 12 meses.

**L**a Dulce Pagesa' es la marca 'premium' en tomate de 'penjar' del mercado catalán y nacional. La marca, propiedad de la firma Hortícola Ikersa, ha entrado entre los mayoristas de Mercabarna con buena aceptación al ofrecer un producto muy diferente al resto de las marcas que operan en el mercado.

Hay varios elementos diferenciadores y exclusivos de 'La Dulce Pagesa' desde el punto de vista organoléptico, productivo y comercial que proyectan un tomate de 'penjar' con plenas garantías "para los paladares y los consumidores más exigentes que desean valorar un tomate de un rojo intenso, mayor intensidad en el sabor, más carne, más azúcares y mejor comer", describe Carmen Palenzuela, gerente de Hortícola Ikersa.

Desde el punto de vista organoléptico, Ikersa sólo trabaja 'La Dulce Pagesa' con la única variedad autóctona protegida por el Ministerio de Agricultura, por lo que el material y la semilla es exclusiva de la empresa Hortícola Ikersa.

Este valor diferenciador de la varie-

**Las condiciones de las fincas a diferentes alturas permiten disponer de la mayor homogeneidad del tomate de 'penjar' durante los 12 meses**

dad Ikersa ofrece un tomate de unas cualidades excepcionales y únicas en grado de satisfacción, larga vida y calidad de fruta y carne. Además de operar únicamente con una variedad, se suma que el 100 por ciento de la producción de la variedad Ikersa para 'La Dulce Pagesa' se va a realizar siempre en las mismas condiciones climáticas y de suelo y tierra a nivel nacional como internacional para garantizar el mismo estándar 'top' de calidad al consumidor.

**LOS ARGUMENTOS.** Las condiciones de estas fincas vienen determinadas por contemplar "tierras vírgenes, una salinidad muy baja del agua y un clima excepcional y sostenible durante los 12 meses, marcadas por las diferencias de altura para garantizar siempre la frescura al cultivo y fruto durante la noche y el calor a lo largo del día, condiciones ideales que demanda la variedad Ikersa", destaca la gerente de Hortícola Ikersa.

Este tipo de estrategia de trabajar la variedad a diferentes alturas es clave para disponer de tomate de 'penjar' durante todo el año y superar los periodos más críticos de humedad y falta de luz, que van de diciembre a febrero, al trabajar en zonas de producción internacionales con ma-



Carmen Palenzuela, gerente de Hortícola Ikersa.





por luminosidad y horas de sol”, desvela Palenzuela.

**DETALLE COMERCIAL.** La estrategia comercial de ‘La Dulce Pagesa’ viene determinada por el valor y por este motivo esta marca sólo se va a servir en el segmento mayorista, “donde el producto ya alcanza notoriedad entre los mayoristas especializados en la gama alta”, señalan desde Hortícola Ikersa.

‘La Dulce Pagesa’ va a contemplar para el ejercicio 2020-2021 de una oferta de 4.000 toneladas y duplicará su oferta hasta las 8.000 toneladas en el ejercicio 2021-2022.

La primera partida de ‘La Dulce Pagesa’ con la nueva estrategia llegó a Mercabarna el pasado 16 de Febrero de 2020. “Estamos ante un proyecto ambicioso de elevar el estándar de calidad de un tomate donde las imitaciones y la calidad mediocre tiene que desaparecer para que este tomate sea disfrutado por todos y se extienda más su consumo en los próximos años”, desvela José Manuel Andújar, breeder de la variedad Ikersa. ■



José Manuel Andújar, breeder de la variedad Ikersa.

**SANTI FERNÁNDEZ**  
DIRECTOR DE SAKER FRUITS

## “HACE AÑOS QUE EL MERCADO NO TIENE UN TOMATE DE ‘PENJAR’ DE TAN ALTA CALIDAD”

El mayorista de Mercabarna Saker Fruits (Pabelló B - Paradas 2046-2047) comercializa en exclusiva el tomate de ‘penjar’ La Dulce Pagesa de la productora Ikersa. Este tomate está en el mercado desde el pasado febrero con la estrategia de producir a diferentes alturas y “los clientes y los detallistas lo han recibido estupendamente por su calidad y buen comer”, señala Santi Fernández, director comercial de Saker Fruits.

Es un tomate que ha alcanzado un nivel de calidad único. “Invito a los detallistas que no conozcan el producto de ‘La Dulce Pagesa’ que se acerquen porque hace años que el mercado no tiene un tomate de ‘penjar’ de tan alta calidad”, apunta Fernández.

La parada de Saker Fruits es testigo de como las partidas de ‘La Dulce Pagesa’ salen a todos los clientes tradicionales y “como la clientela repite porque no es difícil vender un tomate de tanta calidad como el de ‘La Dulce Pagesa’”, apunta el directivo de Saker Fruits.

**El director de Saker Fruits señala que el mercado no ha tenido un tomate de ‘penjar’ de tan alta calidad como ‘La Dulce Pagesa’**

**Argumentos.** El tomate de ‘La Dulce Pagesa’ viene de zonas excepcionales para la producción de tomate, ya que “las fincas seleccionadas son de tierra para la

producción de tomate y una luz y un sol para poder producir durante los 12 meses con una calidad similar”, expone Santi Fernández.

El director de Saker no duda en obtener ventas lineales durante los 12 meses “porque la calidad que se obtiene no encuentra diferencia entre meses”. Además, Santi Fernández añade que “vamos a tener un verano con un nivel de ventas muy alto, porque las condiciones van a facilitar un turismo más local y el tomate de ‘penjar’ de ‘La Dulce Pagesa’ es un producto ideal para “disfrutarlo durante los momentos especiales que las familias van a disfrutar en este verano en sus casas de veraneo”.

Santi Fernández es el director comercial de Saker Fruits.





**Jaume Flores**  
Frutas y Hortalizas  
Flores

**Funcionamiento.** "Hay dos tipos de empresas en Mercabarna. Las que dependen exclusivamente del pasillo y las que cuentan con plataformas en la ZAC -Zona de Actividades Complementarias-. Las empresas con plataformas en la ZAC han tenido tres semanas con un alto funcionamiento porque han servido a la gran distribución. La ZAC ha suplido la falta de venta de pasillo".

**Demanda.** "El comercio de proximidad ha doblado cifras durante el Covid 19. Se ha visto favorecido por un abril muy lluvioso en la provincia de Barcelona, lo que ha facilitado que el consumidor se abastezca más de las tiendas más cercanas al hogar. Otro canal de distribución que está respondiendo bien son los mercados municipales de Barcelona. Ninot, Carmelo, Concepción o San Antonio están operando a tope y realizando servicio a domicilio gracias a la App 'Manzaning'".

**Hábitos.** "Categorías como coliflores, brócolis o espinacas están funcionando perfectamente. Se nota la vuelta a la comida familiar donde se prima los productos de I gama y se demanda menos los productos elaborados".



**Eduard Ràfols**  
Fruits Ràfols

**Distribución.** "La Red de Mercas en España ha dado la cara durante el Covid 19. Todos los españoles han tenido claro que alimentos frescos no iban a faltar en ningún lineal. Han faltado otras cosas para salvar vidas, pero la industria y la distribución agroalimentaria han respondido".

**Comportamiento.** "Nadie puede acusar a los canales de distribución de haber especulado con el precio. La demanda en muchos productos se disparó y a pesar de este escenario se han trabajado con precios accesibles. Los mayoristas hemos sido responsables con el escenario y el precio no se ha tocado".

**Futuro.** "Aunque el trabajo telemático se ha impuesto con la situación excepcional del Covid 19, la mayoría de la clientela retornará los hábitos culturales y comerciales de acudir al mercado para supervisar el género y peinar el mercado en busca de posibilidades y oportunidades".

## DOSSIER MERCABARNA

### 4 PRODUCTO OFF & PRODUCTO ON

Las hortalizas y la fruta de verano garantizan una alta demanda pero se vislumbra dudas sobre la fruta del Hemisferio Sur salvo los cítricos de verano.

La pandemia está registrando cambios significativos en los hábitos de consumo y en la selección hortofrutícola en la cesta de la compra. Los productos de I gama y corte tradicional le están pisando el terreno a los productos más innovadores.

El empresario Joan Llonch (Gavà Grup) que cuenta con empresas que se dedican tanto a productos a granel como producto procesado señala que "los productos más tradicionales ganan terreno. Muchos consumidores han aprendido a cocinar y se convertirá en costumbre comer en casa".

La opinión es generalizada entre los mayoristas de Mercabarna al señalar que el consumo en los hogares va a subir y es el momento de "las coliflores, los brócolis, las espinacas y las verduras y hortalizas en general", recuerda Jaume Flores de Frutas y Hortalizas Flores.

No sólo de hortalizas y verduras vive el consumidor, sino de los productos de temporada y de verano. "Vamos a tener un verano con una alta demanda porque muchos ciudadanos van a pasar el verano en sus hogares y la comida se va a convertir en un entretenimiento", adelanta Santi Fernández de Suker Fruits.

Este empresario, especializado en tomate de 'penjar' de la firma Hortícola Ikersa, desvela que "vamos a tener uno de los veranos más atípicos en los mercados mayoristas y un agosto de actividad".

Y es que agosto suele ser un mes débil de operaciones en todos los mercados mayoristas de España, salvo en Mercamàlaga, donde es el mes de más volumen.

### Los mayoristas recuerdan que "es el momento" de la I gama como brócoli, coliflor o espinacas



La demanda de melón y sandía será alta por la imposibilidad de la ciudadanía de acudir de vacaciones.



## El consumo de cítricos en el verano español se prevé alto por la alerta sanitaria

**COMPLETAMENTE 'ON'.** Los mayoristas señalan que la campaña de sandía y melón se presenta especialmente atractiva. "No habrá turismo internacional pero si habrá mucho ciudadano confinado sin posibilidad o sin voluntad de salir de vacaciones fuera de su área de

influencia habitual", adelanta Fernández.

La campaña de fruta de hueso despierta más dudas por la mano de obra. "La falta de temporeros en Cataluña y Murcia podría complicar los volúmenes habituales que se necesitan para cubrir las necesidades del mercado. Salvando este problema, esta campaña dispondrá de demanda durante este verano", apunta Diego Martínez del Grupo Diego Martínez.

Y como primer adelanto de lo que puede acontecer en el hueso, "está la campaña de cereza. Además de los problemas por la granizada que han dejado algunos daños en fincas del Jerte, la clave estará en la capacidad de las empresas extremeñas por contar con la mano de obra necesaria para que la cereza no se quede en los árboles", recuerda Joan Llonch.

**IMPORT.** Las dudas pueden venir por la fruta del Hemisferio Sur tanto en verano como en invierno salvo los cítricos. Carles Martí



Algunos mayoristas de Mercabarna adelantan un agosto muy atípico.

de CMR Group, uno de los grandes importadores de cítricos lo tiene claro: "en las circunstancias actuales, y gracias a su alto contenido en vitamina C, la sobredemanda en los hogares continuará hasta que la alerta sanitaria no desaparezca. No obstante, los importadores debemos estar muy atentos a los cambios de tendencias, en un futuro próximo, adecuando lo más rápidamente posible el potencial desajuste entre oferta y demanda". ■

**flores**  
FRUTAS Y HORTALIZAS

FRUTAS Y HORTALIZAS FLORES S.L.  
Pabellón A. 1060-62 y 1029-30  
Mercabarna

[www.hortalizasreverd.com](http://www.hortalizasreverd.com)

HORTALIZAS  
**Reverd**  
La mayor selección de frutas y hortalizas

Descubre una  
nueva gama de productos





**Santi Fernández**  
Saker Fruits

**Escenario.** “La desaparición del canal Horeca está provocando problemas en las categorías y calibres que este tipo de clientela absorbía. Nos está obligando a reprogramar porque han desaparecido los colegios y los comedores que absorbían los calibres pequeños y las calidades más estándar, y ahora ese género se está quedando sin salida”.

**Relación proveedores.** “El consumidor demanda calidad en los productos que adquiere y las partidas de calidad más estandarizadas, que antes se dirigía a la restauración y al Horeca, ahora no encuentran espacio y esto influye en la relación con el proveedor y en las liquidaciones”.

**Verano 2020.** “Este verano va a ser muy diferente en las zonas costeras. Creo que los mercados de frutas y hortalizas van a tener más trabajo, porque la ciudadanía local va a estar la mayor parte de su tiempo en los hogares y no se desplazarán a otras zonas para veranear, mientras que los turistas nacionales si acudirán a sus segundas residencias costeras. Este tipo de turismo hace un consumo más racional”.



**Carles Martí**  
CMR Group

**Mayorista en Covid 19.** “Es indiscutible el valor que los mercados mayoristas aportan. Su buen funcionamiento, al que todos y cada uno de nosotros, desde el remitente hasta el consumidor, contribuimos en el espíritu de un lograr un bien común para la sociedad. Sólo Mercabarna abastece a 10 millones de consumidores con 2 millones de toneladas de productos comercializados al año”.

**El modelo.** “La presencia física siempre ha sido inherente a la propia actividad del mayorista. Es un punto de conexión de los operadores para efectuar sus transacciones. Es posible que con los condicionantes actuales se ha disminuido la presencia física entre operadores internacionales y especializados, pero se trata de una circunstancia temporal”.

**Los cítricos.** “Excepcionalmente en las circunstancias actuales, y gracias a su alto contenido en vitamina C y buena percepción de los consumidores como fuente de salud, hasta que la alarma sanitaria no desaparezca esta sobredemanda en los hogares posiblemente continuará”.

## DOSSIER MERCABARNA

### 5 GESTIÓN EMPRESARIAL

El dinamismo de la industria hortofrutícola y el carácter emprendedor de sus actores obliga a un modelo de gestión presencial en las inversiones y programas.

Los operadores en origen visitan las áreas de consumo y las empresas de destino acceden a sus proveedores. Es un modelo basado en el control de los detalles.

El Covid 19 ha provocado un ‘shock’ del modelo, ya que “no podemos viajar para ver los cultivos ni tratar con proveedores ni clientes y esta situación complica los programas y las soluciones ante los problemas”, señala Santi Fernández de Saker Fruits.

Pero el Covid 19 ha mejorado el rendimiento de los equipos de trabajo. “Lo que antes eran reuniones de 2-3 horas en planificar, ahora son reuniones de 30 minutos por vía telemática porque nos centramos más en las reuniones”, señala un Diego Martínez del Grupo Diego Martínez, acostumbrado a reuniones y a viajar constantemente a las zonas de producción donde la firma tiene intereses.

Creo que después del Covid 19 “vamos a ganar en calidad de vida a medio plazo porque no hace falta tanta presencia física para que los proyectos funcionen”, detalla Martínez. ■



El WhatsApp ha pasado a ser el nuevo nexos comunicativo.



## 6 CONFIANZA DEL MERCADO

La confianza se ha perdido actualmente. Es el mensaje que lanzan los mayoristas ante la posibilidad de que la ciudadanía recupere sus hábitos sociales antes del Covid 19.

El futuro no se presenta claro para los mayoristas. La clave está en la confianza que alcance la ciudadanía en recuperar sus hábitos de acercarse a un bar o a un restaurante o bien a centrar su vida social en el hogar.

Otros tantos apuntan como afectará al negocio la falta de turistas. Un caudal de consumidores con un potencial de demanda alto. Muchas preguntas sin respuestas inmediatas pero todas coinciden en una realidad: confianza.

“Consumir se va a consumir. Sólo habrá que ver si la ciudadanía española optará por recuperar sus hábitos de acercarse a la restauración o centrará su consumo en el hogar”, se pregunta Joan Llonch de Gavà Grup.

Independientemente de la vía que tome la ciudadanía, el director de Gavà Grup cree que la demanda de los hogares va a subir a corto y medio plazo, “y va a optar por un consumo de más calidad, con más asiduidad a la hora de comprar para gestionar mejor el desperdicio alimenticio”.



Los mayoristas no dudan en que las frutas y hortalizas mantendrán sus niveles de consumo en Europa.

**LA ALIMENTACIÓN.** El mercado español va a destinar más dinero a la alimentación y “menos dinero a viajar, vestir y el ocio se va a centrar en comer mejor”, apunta Diego Martínez del Grupo Diego Martínez.

Ahora mismo “se ha perdido la confianza y la mayoría de los españoles no ven claro acercarse a un bar o un restaurante y retomar el tipo de vida social que desarrollaba antes del Covid 19”, asegura Martínez. ■



Buscamos luz para  
un futuro mejor

**¿Nos ayudas?**

**AGRODOLORES**  
www.agrodolores.com



Agrodolores Jimenado  
Ctra. RMF 14, Km. 0,20  
30708 Jimenado (Murcia)

Ctra. San Cayetano-El Mirador  
30730 San Javier  
Tel. +34 968 174 806

Ctra. Pozo Aledo, Km. 4  
30739 Dolores de Pacheco  
Tel. +34 968 173 000



**José María Ruiz**  
Plátanos Ruiz

**Covid 19.** “La aparición de la pandemia ha influido en el negocio. Por encima del modus operandi de relacionarnos con la clientela y los proveedores, han ganado peso valores ya existentes como la confianza y la reputación entre empresa y cliente”.

**El pasillo.** “Después de los primeros días con un alto grado de incertidumbre, las ventas a pie de pasillo en Mercabarna han continuado, porque el mercado no ha cerrado ningún día. Hemos observado un mayor volumen de ventas por parte del frutero tradicional, especialmente de mercados detallistas y fruterías, porque el comprador está apostando más por el comercio de proximidad”.

**Demanda 'bio'.** “La línea 'bio' va ganando adeptos en todas las categorías. En la maduración del plátano representa un pequeño porcentaje del negocio que dibuja una línea ascendente durante los últimos años”.



**Joan Llonch**  
Gavà Grup

**Tendencias.** “Los consumidores han aprendido a cocinar y ahora son capaces de hacerse paellas, guisos y guisados y esto no pasaba antes. Comer en casa se va a convertir en tendencia y pasará a ser costumbre. El consumo en los hogares va a crecer bastante y, sobre todo, los productos de I gama se van a beneficiar mucho. Los productos de importación van a reducir su espacio. Lo hemos visto con las sandías de Centroamérica”.

**El turismo.** “España sumó el año pasado sobre los 85 millones de turistas y este año no sumaremos ni la mitad. El turismo será nacional y no siempre, ya que muchos españoles decidirán quedarse en casa y lo mismo ocurrirá con el ciudadano doméstico. Este año va a ser un agosto diferente en la mayoría de los Mercas, y más en un mercado como Mercamadrid, donde Madrid se ha quedado casi siempre vacía en agosto”.

**Distribución.** “Las tiendas de barrio han dado el 'do' de pecho y han visto incrementar las ventas en más de un 300 por ciento. Hemos visto como pequeños tenderos se llevaban dos cajas de algunas categorías y ahora han pasado a llevarse 10 bultos. El ama de casa busca donde no le engañen y estos comercios ofrecen productos de mejor gama”.

## DOSSIER MERCABARNA

### 7 LA NECESIDAD DE CONTAR CON EL HORECA

El canal Horeca es el perfecto comodín capaz de devorar las partidas de un estándar bajo o los calibres que el mercado convencional no desea. Se ha convertido en una necesidad por la capacidad de equilibrar las liquidaciones.

El canal Horeca es un comodín necesario para los mayoristas españoles y no tanto por la demanda que suma, sino más bien por el perfil de producto que demanda.

Y es que el canal Horeca demanda un tipo de calibre y estándar de producto que sólo tiene hueco en la restauración. “El Horeca nos permite establecer un equilibrio de confianza con el productor, porque la restauración busca un producto de estándar básico y pequeño calibre, que no tiene salida en otro canal”, apunta Santi Fernández de Saker Fruits.

Es norma habitual que el canal de la restauración y de las colectividades como los comedores escolares pidan tomate económico para restaurante.

“Sin el canal Horeca hay que reprogramar muchas partidas que terminan por no tener salida”, señala Fernández. Y es que un cultivo arroja tanto primeras, segundas y producto para el canal Horeca, y “ahora resulta complicado explicarle a un productor que una parte de la partida no tiene salida”, desvela el director comercial de Saker Fruits.





**ROMPER LA BARAJA.** Con el cierre del Horeca se produce un problema en las relaciones con los proveedores, porque el calibre pequeño o “un calabacín torcido que entra perfectamente en el Horeca, ahora no tiene mercado y su liquidación es cero”, advierte Santi Fernández.

“Y las empresas que dan servicio al Horeca y las empresas para cruceros y para comedores son los que acumulan la mayoría de los ERTEs en Mercabarna y su negocio actualmente es el 10 por ciento de lo que suelen hacer”, señala Jaume Flores de Frutas y Hortalizas Flores.

Hay una serie de productos especialmente sensibles con el cierre de este canal. Es el caso de los berries y las fresas. “La restauración consume mucho tipo de fresas de diferentes calidades y ahora ese canal está desaparecido y encontrar un mercado alternativo para esta fresa no es fácil”, señala Vicente Escandell de Frutas Escandell.

**El canal Horeca absorbe unos calibres que no demanda ningún otro tipo de canal**



▼  
Perfil de producto apto para el canal Horeca.

## Algunas partidas se cierran a liquidación cero a los productores por la inexistencia del Horeca

El otro producto donde el Horeca y los comedores escolares absorben es la banana. La penetración de la banana en el comercio español responde a este tipo de canal. Ahora la banana compite con el plátano en el mismo lineal y no con mucho éxito. Al plátano canario le ha salido un competidor inesperado: las ‘promos’ de fresa. ■

• **fraggaria** •

fresas · arándanos · frambuesas · moras

*¡el gusto es mio!*

**ràfols**  
ALL FRUITS, FULL PARTNER

tel. 935 562 830 · www.rafolsfruits.com · info@rafolsfruits.com

# ORIGEN



Adulto de *Trichogramma* parasitando huevos de Tuta.

## —CONTROL BIOLÓGICO—

# Las soluciones de Agrobío

Protocolos de sueltas en cucurbitáceas, lucha contra la araña roja y la Tuta, plantas refugio, ... son algunos de los avances tecnológicos que la firma lanza para esta campaña.

POR DANIEL  
LAFUENTE |  
revista@fyh.es

La empresa almeriense Agrobío ha puesto en marcha medidas específicas de apoyo a la transferencia de tecnología para dar respuesta a las necesidades del campo y dotarlo de esta forma con las mejores herramientas.

Una de las nuevas estrategias de control biológico pasa por alimentar a los auxiliares en los meses críticos del invierno, de modo que se mantengan sus poblaciones durante todo el ciclo productivo.

La firma sigue trabajando en dotar de protocolos de control biológico en los cultivos que más lo precisan, por ello es clave incidir en alimentar a los insectos auxiliares con ácaros presa para solucionar, por ejemplo, el problema del trips en un ciclo largo de pepino.

**CONTROL DE ARAÑA ROJA.** Es uno de los temas que más preocupa a los agricultores que cuentan con fincas de sandías al aire libre o en producciones ecológicas.

Para Agrobío, el control biológico de la araña roja está basado en sueltas de depredador *Phytoseiulus persimilis*, que ejerce un control muy satisfactorio de los focos en los que aparece la araña.

El inconveniente de este depredador es que sólo se alimenta de araña roja con lo que no

puede establecerse en los cultivos de forma preventiva.

Una solución a este problema es *A. andersoni*. Ana Arévalo, explica que este ácaro, "depreda araña roja, pero también se alimenta de polen, ácaros e incluso larvas de trips por lo que se puede establecer en los cultivos de forma preventiva, antes de que aparezca la araña roja. Además se puede usar en combinación con *P. persimilis* y *A. swirskii* con buenos resultados.

**PLANTAS REFUGIO.** Otra línea de trabajo es la estrategia preventiva del uso de plantas refugio de cereal para multiplicar poblaciones de parasitoides de pulgones dentro del invernadero.

Las plantas refugio, como sistemas de cría dentro de los cultivos pueden mitigar algunos de estos inconvenientes descritos, ya que combinan aspectos del control biológico aumentativo, basado en sueltas inundativas procedentes de insectarios, con el control biológico por conservación, que implica la adopción de estrategias para conservar y favorecer las poblaciones naturales de entomófagos y parasitoides presentes en las zonas productoras. Este sistema de plantas refugio es una estrategia preventiva de plagas cuyo objetivo es mantener una población de enemigos naturales multiplicándose dentro del cultivo.

**TUTA ABSOLUTA.** Además de aplicar las pertinentes medidas culturales, el equipo técnico de Agrobío sigue aconsejando las sueltas de *Nesidiocoris* sobre plantas de tomate en semillero, varios días antes del trasplante y también en el momento de la siembra en el invernadero del productor. De esta forma, se adelanta la suelta varias semanas.

Desde Agrobío, también aconsejan las sueltas de *Trichogramma achaeae*, un fuerte adversario contra la Tuta. De hecho, Agrobío fue pionero en el desarrollo de esta herramienta biológica. Su método de acción se basa en parasitar los huevos de esta polilla del tomate de manera que impide el desarrollo de nuevas generaciones de la plaga, con una alta eficacia. ■

**Agrobío aconseja las sueltas de *Trichogramma achaeae*, un fuerte adversario contra la Tuta**



# Biobest potencia la polinización en kiwi

Conseguir altos ratios de polinización en el momento clave es básico para obtener buenas producciones en el kiwi. Biobest cuenta con la única colmena impermeable a lluvia y humedad.

La colmena Multi-Hive responde a las necesidades del cultivo del kiwi.

**A**l ser una especie dioica, el kiwi produce árboles con únicamente flores masculinas y otros con flores femeninas. Aunque las flores femeninas tienen también antenas, su polen no es viable, por lo que es necesaria la polinización cruzada de pies masculinos a pies femeninos y en ello juega una parte vital la polinización a través de insectos.

Como ni las flores masculinas ni las femeninas producen néctar, las abejas melíferas no se sienten atraídas a los kiwis, sino que prefieren buscar néctar en la vegetación espontánea. Por todo ello, hay más productores de kiwi que se decantan por utilizar las colmenas de abejorros de Biobest para maximizar la polinización del cultivo.

Estas colmenas contienen un depósito de lí-

quido azucarado (Biogluc®) que simula el néctar que los abejorros no tendrían disponible en las flores de kiwi, haciendo posible el uso de estos insectos en este cultivo. El depósito debería permanecer siempre abierto.

El intervalo de tiempo en el que el kiwi puede ser polinizado es muy corto. Normalmente las flores masculinas y femeninas no se abren al mismo tiempo pero sí existe una breve brecha de tiempo durante la cual ambos tipos de flores permanecen abiertas. Normalmente son unas tres semanas. Aunque siempre dependiendo de la zona geográfica y de las variedades, ya que este período podría ser incluso más corto. El kiwi es un cultivo de exterior y es necesario disponer de unas colmenas resistentes a los elementos. Biobest dispone de las colmenas Multi-Hive, las únicas en el mercado totalmente impermeables. Cada una compuesta por tres nidos de *Bombus terrestris*. Para maximizar los ratios de polinización, se recomienda utilizar 3-4 Multi-Hives/hectárea. Estas colmenas llegarían muy cercanas a su pico máximo de capacidad de trabajo, asegurando que durante la ventana de tiempo disponible para la polinización del kiwi, las colmenas estén trabajando al máximo rendimiento. ■



Especialistas en investigación, innovación y producción de

## PIMIENTO CALIFORNIA

Top Seeds trabaja muy, muy cerca de nuestros clientes, colaboradores y consumidores para ofrecer variedades de California con excelente sabor, la mejor calidad y alto rendimiento.

Top Seeds Ibérica  
To Pick The Best





Control biológico en cannabis medicinal.



Seto vegetal con varias especies de plantas reservorio en un invernadero con pimiento.

**—KOPPERT—**

## Fuerte crecimiento en cultivos ecológicos

El control biológico para cannabis medicinal y en cultivos al aire libre, principales novedades en esta campaña.

**POR JUAN ARIAS** |  
jarias@fyh.es

**L**os altos niveles de requisitos que son obligatorios, junto con la escasez de extractos naturales disponibles, son dos factores que están contribuyendo enormemente a la expansión del control biológico en la agricultura ecológica de invernadero. Durante esta campaña 2020/21, Koppert registra un importante crecimiento en fincas ecológicas.

El éxito de Koppert en la gestión de plagas en agricultura ecológica viene determinado por dos aspectos fundamentales. En primer lugar, Koppert dispone de un amplio catálogo de enemigos naturales que cubre las plagas que más preocupan a los productores ecológicos.

En segundo lugar, Koppert aplica a cada caso concreto "toda su experiencia acumulada durante décadas a través de su equipo de asesores técnicos de campo, con un alto nivel de cualificación profesional y en constante actualización de conocimientos", afirman.

Plagas como el pulgón, por ejemplo, son gestionadas por Koppert con "mucha eficacia" mediante el uso combinado de parasitoides y plantas. Se pueden utilizar plantas de cereal de porte alto como maíz o sorgo o planta banker comercial de porte bajo (trigo,

avena, cebada) para el control biológico de pulgones, apoyado siempre con el uso de plantas aromáticas que son necesarias para alimento de los depredadores adultos que ayudan a controlar pulgones grandes como *Macrosiphum*.

**ANTES Y DESPUÉS AL AIRE LIBRE.** Koppert también experimenta un fuerte crecimiento en cultivos al aire libre. La introducción del fungicida biológico Trianum en todo tipo de cultivos extensivos está marcando un antes y un después en muchas zonas de producción.

En este sentido, viñedo y patata son solo algunos de los cultivos en los que Trianum contribuye de forma decisiva al control de patógenos de suelo, al mismo tiempo que aumenta la fertilidad de los mismos.

Mención especial merece la introducción de Trianum en olivar para hacer frente a *verticillium*, que es una de las plagas más importantes del sector.

La aplicación de Trianum ha demostrado tener importantes beneficios para evitar la aparición de la enfermedad. En el caso de árboles que ya se encuentran afectados, Trianum evita la aparición de los síntomas más graves.

Las sueltas de enemigos naturales contra plagas como el trips en cebolla o psila en puerro y zanahoria, y la introducción del control biológico en cultivos como el espárrago son solo algunas de las novedades que Koppert ofrece en las producciones al aire libre.

**CANNABIS MEDICINAL.** Por otro lado, el control biológico en cultivos protegidos de cannabis para uso medicinal es otra de las áreas de actividad en las que Koppert está ganando presencia en España. A nivel mundial, Koppert ya es líder en soluciones específicas para cannabis medicinal con una amplia experiencia desarrollada en varios países, como en el caso de Portugal y Canadá, entre otros. ■

**Koppert dispone de un amplio catálogo que cubre las plagas que más preocupan a los productores ecológicos**



-BIOLINE IBERIA-

## Herramientas contra vasates y Tuta absoluta

La empresa se centra en los sistemas de suelta controlada y adaptada a los diferentes cultivos.

Una de las principales áreas en las que trabaja el equipo técnico de Bioline Iberia es el control de la Tuta Absoluta, sin duda, uno de los principales quebraderos de cabeza de los productores de tomate.

En este sentido, Manuel Ángel Gómez, responsable de Desarrollo de Bioline Iberia, explica que, además de las recomendaciones culturales, "nos centramos en los sistemas de suelta controlada de los organismos de control biológico adaptados siempre a los distintos cultivos". Gómez explica que, "además de los sobres normales, trabajamos con otros que están más evolucionados y son innovadores". En cuanto a la lucha contra la Tuta absoluta, añade que "estamos trabajando en el control de la misma con algunas formulaciones que tenemos patentadas

**Trabajamos en estrategias para el control de vasates que están empezando a dar buenos resultados**

como *Trichogramma achaeae*, pero siempre con el objetivo de dar soluciones a todo lo que se nos va presentando con la aparición de las distintas plagas". No obstante, deja claro que el *Trichogramma* es "una herramienta complementaria" que se debe utilizar junto a otras como las sueltas de *Nesidiocoris* sobre plantas de tomate en semillero, aplicación de nematodos en suelo o la confusión sexual, entre otros.

Pero la Tuta no es el único problema al que quieren dar solución desde Bioline Iberia y, en este sentido, también trabajan en proporcionar herramientas para frenar el vasates. Según Gómez, están "trabajando en estrategias para el control de este ácaro que están empezando a dar buenos resultados".

**NUEVAS INSTALACIONES.** Esas soluciones se gestan, entre otros lugares, en el nuevo edificio que Bioline Iberia tiene en El Ejido, Almería. Se trata de una infraestructura de 4.000m<sup>2</sup> y que se ha transformado en una importante biofábrica. De hecho, se han instalado decenas de salas de alta tecnología para la producción de insectos auxiliares en las que se espera alcanzar una cifra de 100 billones de organismos beneficiosos para el control biológico de plagas. También cuenta con modernos equipos de embalaje y, fruto de este proyecto, ya se han creado 27 puestos de trabajo. ■

### Fungicida biológico

# TRIANUM<sup>®</sup>

## Protege y alimenta el corazón de tu planta



AUTORIZADO PARA  
AGRICULTURA  
ECOLÓGICA



TRIANUM-P

KOPPERT

Biofungicida de máxima protección contra patógenos de suelo.

Raíces fuertes y sanas que aumentan la producción.

Exclusiva cepa T-22 de *Trichoderma harzianum* producida por Koppert.

# KOPPERT

BIOLOGICAL SYSTEMS

[www.trianum.es](http://www.trianum.es)

## → CROACIA

**Spar busca pequeños horticultores para su marca 'Urtovi Hrvatske'**

La cadena Spar está cerrando acuerdos con pequeños horticultores croatas para satisfacer sus necesidades bajo la marca 'Urtovi Hrvatske' (Jardín de Croacia). El acuerdo trata de sumar empresarios que le puedan satisfacer de hoja, tomate, puerro, acelga, espinaca y cebolla para asegurar producto en sus lineales a partir de finales de mayo.

El detallista ha solicitado a pequeños horticultores que se comuniquen con la central de compras del grupo en Croacia, ya que busca ampliar más cooperaciones.

Además de los productos citados anteriormente, Spar ya cuenta con acuerdos con productores que le suministran brásicas, frijoles, ajos y manzanas.

## → REINO UNIDO

**Las nuevas tiendas de Co-op se ajustan a las demandas del Covid 19**

La cadena británica Co-op invirtió 342 millones de libras en nuevas tiendas durante 2019 que responden perfectamente a las necesidades de los consumidores.

Co-op puso en marcha la apertura de nuevas tiendas de proximidad en áreas residenciales y en el centro de las ciudades y 133.000 hogares adicionales están comprando en las tiendas de esta cadena desde que estalló la crisis del Covid 19.

Además, los productos alimenticios son los que lideran las ventas de las cadenas de supermercados y Co-op elevó el espacio y el grado de penetración de los productos agroalimentarios sobre el resto.

La cadena no quiere marcar previsiones pero el cinco por ciento de cuota de mercado en productos frescos con el que cerró 2019 espera poder superarlo a raíz de las ventas desde enero hasta marzo.

No obstante, "en el contexto de Covid 19, vamos a revisar la estrategia que hemos incorporado en nuestros negocios para alinear nuestros objetivos", señalan desde la cadena.

## Waitrose vuelve a ser la cadena preferida por los británicos

Waitrose, la mejor, y Asda, la peor. Es la encuesta realizada a 14.000 británicos por la firma Which? para conocer la opinión de los clientes menos fieles de cada una de las enseñas británicas.

POR RAFAEL I. LOSILLA | rlosilla@fyh.es

**W**aitrose vuelve a copar el interés de los británicos y se convierte en la cadena preferida por los ingleses a pesar de que su cuota de mercado se encuentra muy por debajo de Tesco y Sainsbury's, y a pesar de que los comercios 'discount' como Lidl y Aldi le han superado.

Y es precisamente la cadena preferida entre sus consumidores no habituales, según la encuesta realizada por Which!.

Esta encuesta se realizó durante 2019 a más de 14.000 clientes, valorando la opinión de los encuestados no habituales de las diferentes cadenas.

De Waitrose se valoran cuatro puntos: el amplio surtido en todas las categorías; la facilidad para acceder a los productos; la profesionalidad y simpatía de sus empleados y la rapidez con la que se pagan los productos, sin esperar grandes colas.

No pasa lo mismo con Lidl y Aldi, donde las largas colas son habituales, pero la clientela no habitual

valora sobremedida la diferencia precio-calidad. Actualmente, Lidl y Aldi han ganado popularidad por el precio y los clientes no habituales acuden a satisfacer sus 'promociones'.

Marks & Spencer fue la segunda cadena más valorada pero no pudo superar a Waitrose en los intangibles como la amabilidad de los trabajadores y la facilidad para encontrar los productos. Si lo hizo en el amplio rango de productos frescos.

**EL PEOR.** Asda aparece como la cadena que genera peor sensación en la compra entre los clientes no habituales de este supermercado. La cadena se quiere mostrar como un 'discount' sin serlo y la clientela lo castiga por este extremo.

Asda es la cadena que más mercado ha perdido desde que entraron Lidl y Aldi en circulación y se ha dejado dos puntos de cuota de mercado

**Los clientes no habituales de los 'discount' sólo valoran el precio de los productos.**

en los últimos cuatro años, debido a que una parte de su clientela se le ha desplazado a los 'discount' germanos.

Desde entonces, Asda no ha sido capaz de recuperar mercado ni por el tramo alto de Tesco y Sainsbury's ni por el tramo bajo de los 'discount'. ■





## Grand Frais se hace con parte de la clientela de los mercados centrales

La enseña francesa Grand Frais cierra un marzo con un incremento de ventas superior al 10 por ciento, gracias a que muchos mercados centrales se cerraron y se produjo “una transferencia natural del consumidor de los mercados centrales a tiendas especializadas como Grand Frais”, señala Hervé Vallat, director de Prosol, el ‘category’ de la cadena en frutas y hortalizas.

Y eso que la cadena tuvo que adelantar algunos programas con la oferta local en fresas y en tomates, “con unos precios muy superiores al resto de las cadenas francesas”, apunta Vallat a la publicación francesa LSA.

El ejecutivo de Prosol señala que “hemos trabajado muchos años en fidelizar a la clientela y ahora se ven los resultados”.

A pesar del Covid 19, la cadena no va a frenar sus planes de expansión para 2020 cuando haya finalizado la crisis. De hecho, Vallat señala que “tenemos que aprovechar el momento de fortalecer más nuestra posición y esta crisis es un acelerador y un marcador de tendencias para las empresas que tenemos salud financiera como la nuestra”. ■



Las ventas de Grand Frais se incrementaron un 10% en marzo.

## → El Covid 19 alimenta los números de Dia

La centralidad y la urbanidad de las tiendas Dia está aupando los números de la cadena española, hasta el punto de que el objetivo que se había marcado el ‘discount’ Lidl en España de estar a la altura de la cuota de mercado de la cadena del ruso Mikhail Fridman se han desvanecido.

La diferencia de ventas entre el periodo preCovid y el Covid 19 son significativas y algunos de sus proveedores hortofrutícolas como Hermanos Lucas, Frespalma, Los Filabres o Naranja Torres, entre otras firmas lo pueden atestiguar.

Y sin tener que lanzar ‘promos’ agresivas, ya que excepto las fresas, que están copando la góndola de promociones con descuentos de hasta el 30%, el resto de las categorías se venden sin ofertas.

La cadena se ha centrado en los productos de mayor rotación y sin que ninguna categoría cope un espacio desproporcionado en los lineales, salvo en el caso de los cítricos, donde la cadena ofrece marca ‘premium’ y su marca blanca en malla, además de naranjas y clementinas a granel.

De hecho, Dia ha modificado su lineal posicionando fresas y cítricos en la apertura de sus lineales.

Muy pronto descubrirás todas nuestras variedades en...

# Un País de Tomates 2.0

syngenta

# LÍNEA VERDE

## MADJID AIDH

Director comercial  
de Alterbio

### “Las tiendas ‘bio’ están 2-3 días frenadas y retoman con mucho fuerza”

El director comercial de Alterbio muestra como están respondiendo en sus pedidos los comercios ‘bio’ con respecto a los ‘super’ en Francia.



## → BIO COMPANY Modifica sus controles sobre los frescos en tienda

Las 60 tiendas Bio Company existentes en las regiones de Berlín y Brandenburgo han cambiado sus protocolos para mejorar el lineal de frescos de sus tiendas.

Este cambio de protocolo consiste en reforzar el personal del lineal hortofrutícola en todas las tiendas. Este refuerzo iría encaminado a retirar de manera más asidua las piezas deterioradas en los lineales.

Antes del lanzamiento del nuevo protocolo esta labor no estaba reglada, salvo al finalizar la jornada de trabajo. Ahora se hace de manera mecánica y en cada tienda se determina un responsable, que se encargará de velar por la calidad del producto y de tomar medidas para mantener su frescura.

Las ventas de frutas y hortalizas ‘bio’ en Francia han tenido un marzo atractivo a pesar de la Covid 19 y “con crecimientos diarios del 50% en algunos comercios, aunque al final las ventas cerraron con incrementos del 20%”, señala Madjid Aidh, director comercial de Alterbio.

El mercado ha respondido con “mucho nervio como el convencional, y después ha ido llegando la calma”, apunta el ejecutivo galo. Durante ese periodo se han manejado grandes movimientos logísticos donde “la gran distribución han hecho pedidos de productos ‘bio’ a diario, mientras que las tiendas ecológicas paraban durante 2-3 días y retomaban sus pedidos con mucha fuerza”, apunta Aidh.

**LA DEMANDA.** Los productos de mayor rotación lideran las ventas de la gama ‘bio’. “Se venden más patatas, cebollas, zanahorias, cítricos o manzanas que nísperos o chirimoyas”, apunta.

Y es que los productos exóticos o “demasiado caros” se quedan con poca salida, así como los productos del Hemisferio Sur “de los que no se vende casi nada ahora”.

Y a todo lo anterior, se une que las llamadas que se están haciendo “para ayudar al máximo a la producción francesa”, recuerda Adih.

Otros de los productos que más espacio de venta tienen en los lineales son aquellos que tienen “mucho vitamina C”, recuerda el profesional de la operadora Alterbio. ■





—AGROPONIENTE—

# Prevé superar las 82.000 toneladas de melón y sandía

El Grupo comercializó la pasada campaña 70.2 millones de kilos de sandía y 12 millones de kilos de melón, en sus diferentes variedades.

POR JUAN ARIAS | jarias@fyh.es

**E**n cuanto a la sandía, este año se volverá a comercializar la negra con y sin pepitas, la blanca, la amarilla y también especialidades como la Sandía Fashion y una sandía 'snack' o 'mini' sobre la que la compañía posee una co-exclusiva, Kisy, que se pela de manera similar a una naranja. En cuanto a melón, la producción se centra en variedades como Piel de Sapo, Galia, Amarillo, Cantaloup y Kukino.

Un año más, la exportación volverá a ser fundamental en cuanto a los canales comerciales de estos productos. De hecho, la pasada campaña, más de un 60% de la producción terminó fuera de las fronteras españolas, con especial incidencia a la sandía.

Todo ello con marcas que ya gozan de una muy asentada presencia en los mercados, como Dulce de Vega o Bombón de Agroponiente para el melón y Gold Quality, Delicias, La Premium o Fashion en sandía, a las que ahora se une también Kisy.

Según el director de Negocio, Antonio Román, "la realidad es que nuestra apuesta por



la sandía y también por el melón ha sido siempre muy decidida, haciendo especial hincapié en cuidar de manera muy sensible el sabor; apostando por variedades que lo potenciasen y con constantes controles de calidad y esmero en los procedimientos de corte, para asegurar que cada partida estaba recolectada justo en el momento idóneo para su máxima calidad".

**LA COVID19 NO LES FRENA.** Ese buen hacer de Grupo Agroponiente ha hecho que ni siquiera la crisis del coronavirus haya frenado su caudal comercial. En este sentido, todos los canales comerciales de la compañía se mantienen abiertos y, aunque en algunos segmentos del mercado la actividad ha decrecido, en otros se ha multiplicado incluso en un 300%.

Igualmente, la empresa ha llevado a cabo ajustes e incrementado servicios en determinados formatos comerciales, a fin de facilitar a los clientes la ejecución de operaciones, adaptándose a las medidas que conlleva el Estado de Alarma.

El director comercial de Subasta en Grupo Agroponiente, Juan López, constata que, aunque, "ha caído el volumen con el pequeño comercio, con los grandes supermercados se ha incrementado, en ocasiones, hasta un 300%".

Según explica, "nuestro volumen general de ventas se mantiene en una línea parecida a la que estábamos teniendo, aunque con variaciones en cuanto a los diferentes segmentos y tipología de canales y, por supuesto, a la manera de organizarnos, que requería de determinadas adaptaciones que hemos realizado con total rapidez y flexibilidad". ■

**Ha caído el volumen con el pequeño comercio, con las grandes cadenas ha crecido, en ocasiones, hasta un 300%**

## → Centro de Investigación de Yuksel Seeds

La firma turca cuenta en el Poniente almeriense, en El Ejido, con más de 8 hectáreas de producción en hidropónico y en suelo para sus diversas opciones de tomates, pimientos, pepinos y berenjenas. La idea es ayudar a los productores de la zona a controlar mejor sus cultivos y mostrar las posibilidades que ofrecen las diferentes variedades. El objetivo es adaptarse a los desafíos climáticos y la presión de las enfermedades, producir optimizando la huella hídrica y el uso de fertilizantes, al tiempo que se realiza una gestión integrada de plagas para obtener la mejor calidad y rendimiento.



# EMPRESAS

# PRIMER CORTE

## El agosto que no se comportará como tal

FGH458

ABRIL 20

48

**D**esde hace ya varios años agosto es sólo el mes de vacaciones para la acomodada clase de la cosa pública, la denominada justicia, la básica clase política como miembros de la casta de la cosa pública en la mayoría de los casos y los más acomodados.

Agosto ha dejado de ser ese mes 'full time' de vacaciones, ya que la mayoría de los españoles dividen su periodo vacacional y la responsabilidad de la cosa privada no permite a la mayoría estar desaparecido del puesto de trabajo durante cuatro semanas, salvo que seas un prescindible.

El agosto de 2020 se presenta bien diferente y no por la falta de turistas internacionales –que los habrá– sino porque las vacaciones de muchos españoles se harán en los hogares habituales y las grandes ciudades no diferenciarán un mayo de un agosto.

Es por este motivo que muchos de los mayoristas de Mercabarna consideran que este agosto no será agosto y que la actividad se mantendrá con bastante normalidad.

Agosto suele ser un mes duro para los mercados mayoristas, ya que el grueso de ciudadanos cambia el asfalto de las grandes ciudades por lugares más placenteros.

Pero la mayoría de los mayoristas señalan que

muchos ciudadanos van a trasladar la imagen del turista a su propio hogar, cambiando playa por piscina, montaña por jardines urbanos y barbacoas en las segundas residencias por una plancha en la cocina con el picnic en la terraza. Y eso determina los hábitos de compra y el nivel de trabajo. Dicen los mayoristas de Mercabarna con intereses en Mercamadrid, que en este mercado se va a notar mucho más la ausencia de vacaciones, ya que Madrid es una ciudad desierto durante los meses de verano.

**EXPECTATIVAS.** El escenario macroeconómico que se dibuja hasta el cuarto trimestre de 2021 no es de Coca-Cola sino de La Casera Cola y la mayoría de los operadores en destino entienden que se producirá un giro en los hábitos de consumo, pero no un debilitamiento de los volúmenes.

De hecho, la mayoría de los horticultores del sureste español están apostando por una estrategia conservadora en sus tomas de decisiones y en sus cultivos, acercándose más a productos refugio y seguros, que a líneas atractivas y de valor 'premium'.

La hoja iceberg retoma su mando e interés, al igual que el tomate suelto y la rama y muchos analistas de consumo ven de nuevo un fuerte 'punch' de las manzanas, las peras y los cítricos en detrimento de los productos de contraestación de los meses de invierno.

Es cierto que el impacto económico en la sociedad española va a ser mayor que en las economías del Norte de Europa, pero no mucho más diferente que en Reino Unido, Francia o Italia.

Y también es cierto que el post-Covid 19 va a acelerar la total transformación del modelo hipermercado y la vuelta a los supermercados de proximidad y a las tiendas de barrio de gestión familiar.

¿Y el ecológico?. Es la gran incógnita. A corto plazo ha tenido un comportamiento inesperado, pero el grueso de los profesionales y analistas tratan de escapar de la pregunta porque no encuentran respuestas. ■

“

**Los mayoristas de Mercabarna consideran que este agosto no será agosto y la actividad se mantendrá con normalidad**



**RAFAEL LOSILLA**  
DIRECTOR F&H





Familia **CORONADO**  
Familia **FELIZ**



**Coronado** PARA JUNIO

*meridie***m**seeds  
mejores semillas

# Claque RZ

## Un espectáculo en temprano

