

FRUITA VENDES

Creix la comercialització de nectarines a Mercabarna

L'única fruita lleidatana que augmenta davant de les pomes, les peres i els préssecs || Els seus preus també experimenten pujades

J. MARTÍNEZ

LLEIDA | Les vendes de nectarines lleidatanes han experimentat un notable apogeu durant l'any 2010 al Mercat Central de Fruites i Hortalisses de Mercabarna, fins a superar un 25,5 per cent la comercialització d'aquesta fruita el 2009, segons dades de la llotja barcelonina.

Així, dels 2,5 milions de quilos comercialitzats el 2009, s'han passat als 3,2 milions el 2010. És, a més, l'única fruita que s'elabora a Lleida que ha experimentat un creixement.

A més, el preu mitjà de la nectarina també ha experimentat un augment del 17,6 per cent (el 2009 el preu mitjà era de 0,85 euros per quilo i el 2010 va pujar fins a 1 euro/quilo).

Aquest creixement ha anat en paral·lel al descens de la venda d'altres fruites tradicionals de Lleida com la poma, que ha registrat un descens del 19,6 per cent, i de les peres, amb un 13,4 per cent. Així mateix, els quilos comercialitzats de préssecs van baixar un 7,2 per cent.

Per varietats, la poma golden va experimentar una caiguda de les vendes en quilos del 40,9 per cent l'any passat (8,9 milions de quilos), tot i que el preu mitjà va augmentar un 7,4 per cent (0,87 euros/quilo), malgrat que van augmentar les vendes de varietats de pomes roges un 11,8 per cent.

La pera blanquilla es va comercialitzar un 17 per cent menys (4,9 milions de quilos) i el seu preu també va disminuir un 23,8 per cent (0,80 euros/quilo). La pera d'hivern va arribar als 4,2 milions de quilos comercialitzats pels 1,7 milions de quilos de les d'estiu, un -8,4 per cent i -14,3 per cent, respectivament, segons dades elaborades per Mercabarna. Pel que fa als préssecs, el descens de les varietats grogues, de fins a un 14,8 per cent (3,2 milions de quilos) van fer caure la mitjana d'aquesta fruita, ja que les vendes de préssecs rojos van créixer al voltant d'un 10 per



Imatge d'arxiu de les instal·lacions de Mercabarna.

Préssecs i nectarines. La comercialització de nectarines ha augmentat el 2010 a la llotja de Mercabarna un 25,5 per cent, fins als 3,2 milions de quilos, i el seu preu mitjà, un 17,6%. Pel que fa a la comercialització de préssecs, aquesta ha descendit un 7,2% (6 milions de quilos) malgrat que el preu mitjà ha augmentat un 4,2%.

Pomes. La comercialització de pomes lleidatanes a Mercabarna ha caigut un 19,6%. La varietat Granny Smith és la més perjudicada, amb un descens del 61,1%. Pel que fa a la poma golden, ha descendit un 16,6%, tot i que el seu preu mitjà ha augmentat un 2,7% el 2010 respecte a l'any anterior. En el seu conjunt, el preu mitjà ha descendit un 0,6%.

Peres. Les peres han tingut una sort semblant a la de les pomes, amb un descens del 13,4% pel que fa a quilos comercialitzats a Mercabarna (10,9 milions de quilos). No obstant, la caiguda del preu mitjà obtingut en la seua comercialització a Mercabarna ha sigut més acusada que en les pomes, amb un descens del 20%.

cent (2,7 milions de quilos). En altres productes elaborats a Lleida s'ha de destacar el descens de les vendes de la ceba (-2,17 per cent) però augmentant-ne el preu mitjà fins a un 25 per cent. Així mateix, encara que les vendes d'albercocs van caure el 2010 un 25,5 per cent, el seu preu mitjà va augmentar un 32,5 per cent.

El president de la Mancomunitat de la Comarca de Pamplona (MCP), Javier Torrens, va explicar que gràcies a aquest sistema l'emissió de CO₂ disminuirà un 40 per cent al reduir-se el trànsit de camions de recollida tradicional.

EMPRESSES RECICLATGE

Ros Roca posa en servei la recollida pneumàtica a Pamplona

PAMPLONA | El nucli antic de Pamplona va posar en servei divendres el sistema de recollida pneumàtica de residus, amb 28 punts de recollida i 93 bústies per a matèria orgànica, envasos, paper i cartró, instal·lada per UTE FCC-Ros Roca.

El projecte ha sigut possible gràcies a l'acord firmat al febrer del 2008 entre la MCP, l'ajuntament de Pamplona, i l'UTE FCC-Ros Roca, pel qual aquesta última ha sigut l'encarregada

de la instal·lació de la xarxa de recollida i de la construcció de la central de recollida de Trinitarios, efectuada sobre una parcel·la de 944 metres quadrats cedida pel consistori pamplo-nès. La xarxa, amb una longitud de 6,5 quilòmetres, transcorre principalment per la galeria de serveis que hi ha al nucli antic de Pamplona.

La primera fase del servei, que suposa 12,5 milions d'euros dels 18,3 que suma el pro-

jecte, es completarà en les properes setmanes amb la incorporació de set punts més de recollida, amb 25 bústies. En fases successives està previst instal·lar 15 punts de recollida més.

El president de la Mancomunitat de la Comarca de Pamplona (MCP), Javier Torrens, va explicar que gràcies a aquest sistema l'emissió de CO₂ disminuirà un 40 per cent al reduir-se el trànsit de camions de recollida tradicional.

LIDERATGE

ALFREDO DIEZ*



Crisi & Resiliència

La crisi suposa un context en què els patrons vigents estan trencats per esdeveniments imprevisibles. Això ocasiona un trastorn que provoca perjudici per a molts i beneficis per a aquells pocs capaços de transformar-la en oportunitat.

La paraula *crisi* en l'idioma xinès té dos significats: amenaça i oportunitat. És sempre una ocasió d'evolució o de desintegració, és un període de transició on el que era ja se n'ha anat i el que ve encara no ha arribat.

Albert Einstein deia que la crisi és la millor benedicció que pot passar a persones i a països perquè porta progressos, i és en la crisi on neix la inventiva, els descobriments i les grans estratègies.

Alguns es pregunten per què hi ha persones i organitzacions que, davant d'una dificultat, en surten fins i tot més enfortides i millor que abans? Com ho fan?

La resiliència al·ludeix a la capacitat humana de ser transformat per les experiències adverses. En èpoques de crisi, el líder resiliència sap enfrontar les circumstàncies desfavorables, sobreposar-s'hi i sortir-ne enfortit. I això es deu al fet que:

-Manté l'energia ferma i saludable davant del canvi.

-Es recupera ràpidament dels contratemps.

-S'enforteix amb les adversitats.

El líder resiliència es pren la crisi com una oportunitat de creixement i el desafiament, amb una visió proactiva que contagia d'energia la resta del seu equip.

Moltes persones viuen massa canvis massa ràpid. La personalitat del supervivent és la que permet a les persones i organitzacions afrontar les adversitats i adaptar-se als canvis. És el seu compromís per aprendre i desenvolupar mètodes de resistència el que determina el seu èxit.

I això és així, ja que el món ja no pertany als que

en saben sinó als que n'aprenen. Qui en sap, pot saber alguna cosa ja antiquada. Qui n'aprèn, està innovant. Així mateix, l'únic avantatge competitiu sostenible que tenen les empreses en els períodes de crisi és l'habilitat d'aprendre i de capacitar-se amb més rapidesa que els seus competidors.

A través de l'aprenentatge ens recreem a nosaltres mateixos, ens capacitem per fer una cosa que abans no podíem i percebem novament el món i la nostra relació amb ell.

Per això, les organitzacions que cobriran rellevància en el futur seran les que descobreixin com aprofitar l'entusiasme i la capacitat d'aprenentatge de les persones en tots els nivells de l'organització.

Un referent en l'adaptació davant de la crisi va ser el psiquiatre jueu Viktor Frankl, pres als camps de concentració nazis, que va escriure el llibre *L'home a la recerca de sentit*, on relata com va superar el seu particular desafiament a Auschwitz.

El psicòleg Al Siebert comentava que Frankl havia estat a la seua universitat parlant sobre la seua experiència i no se'l veia amargat ni enutjat; era un home feliç. Malgrat el que havia patit.

És possible que Frankl sabés per endavant el que expressava Hill al seu famós llibre *Think and Grow Rich*, quan deia: "Tota adversitat implica la llavor d'un benefici equivalent o més gran."

No obstant, per experimentar aquest benefici és necessari buscar-lo i conrear-lo. La pregunta és llavors: Com estem veient l'actual crisi? Com a oportunitat o com a obstacle? I aquesta interpretació, quin benefici està portant per a les nostres vides i empreses?

A més, ens enfortim amb les adversitats o per contra, aquestes ens debiliten? I finalment, som individus resilient? I si no ho som, què estem fent per ser-ho?

(*) ALFREDO DIEZ. *Business Coach*, especialista en intel·ligència emocional, habilitats directives i desenvolupament del potencial. Mètode Harvard de negociació. Professor de lideratge personal de l'expert universitari en lideratge de la UdL.

ICE-UdL
EXPERT I ESPECIALISTA
UNIVERSITARI EN LIDERATGE
"La formació dels líders de la nova era"

www.ice.udl.cat/activitats
http://postgrauenlideratge.blogspot.com