

valencia• fruits

13 de mayo de 2025 • Número 3.107 • Año LXIII • Fundador: José Ferrer Camarena • 5 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTÍCOLA FUNDADO EN 1962



Los productores valencianos han sufrido en las últimas semanas varios episodios de granizo que han dejado pérdidas importantes en el campo. / AVA

El granizo no da tregua

Las tormentas acompañadas de pedrisco provocan daños en la agricultura española

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
En las últimas semanas, una oleada continuada de tormentas acompañadas de granizo han provocado daños importantes en los cultivos españoles, en zonas productoras como la Comunitat Valenciana o la Región de Murcia. Aunque al cierre de esta edición todavía no se conocían con exactitud las pérdidas totales que han provocado este conjunto de episodios, Agroseguro ya estaba haciendo un análisis de los efectos del pedrisco del último fin de semana en zonas como la Región de Murcia o la Comunitat Valenciana para abonar las indemnizaciones lo antes posible.
Este último mes está siendo particularmente dañino con unas lluvias muy intensas, que en numerosas ocasiones descargan pedrisco. En el campo valenciano, el último episodio se produjo el pasado 10 de mayo y ha afectado, según informa La Unió Llauradora, a 12.363 hectáreas de cultivo en las provincias de Valencia y Castellón con unas pérdidas iniciales estimadas en 7,6 millones de euros. Las comarcas más afectadas han sido Utiel-Requena, La Serranía, Camp de Túria y Camp de Morvedre en la provincia de

Valencia y la Plana Baixa y Alto Palancia en la de Castellón.
No obstante, no ha sido un episodio aislado. En las últimas semanas los productores han sufrido el ‘castigo’ provocado por diferentes granizadas. El 8 de mayo, un virulento episodio de pedrisco golpeó con especial dureza a varias comarcas del interior de la provincia de Valencia y algunas zonas de Castellón, con graves consecuencias para la agricultura. Las tormentas acompañadas de granizo provocaron daños en una superficie de más de 10.000 hectáreas de cultivo de las comarcas del Camp de Túria, La Serranía, la Vall d’Albaida, la Costera, la Canal de Navarrés y Utiel-Requena en la provincia de Valencia y la Plana Baixa en Castellón.
En esta oleada de tormentas, otra granizada a finales de abril provocó daños en 8.500 hectáreas de las comarcas de la Ribera Alta, l’Horta Sud y la Hoya de Buñol, con pérdidas totales en fruta de hueso justo al inicio de la campaña. Y el 4 de mayo, otro temporal descargó sobre la Vall d’Albaida, con un balance de dos millones de euros en daños en más de 2.500 ha.
El conseller de Agricultura de la Generalitat Valenciana, Miguel

Barrachina, visitó ayer los municipios de Villar del Arzobispo y Losa del Obispo, dos de las localidades más afectadas por las tormentas de granizo registradas la pasada semana en la comarca de Los Serranos. Barrachina instó al Gobierno de España, en concreto al Ministerio de Agricultura, a “declarar zona catastrófica los municipios afectados tanto por las tormentas de granizo como por las intensas lluvias de la pasada semana”.
La Región Murcia tampoco se ha librado de esta oleada de tormentas y el episodio de granizo registrado el día 8 de mayo provocó graves daños en diferentes cultivos, afectando especialmente a más de 600 hectáreas de frutales de hueso. Los daños más severos se produjeron en la pedanía de Yéchar y en La Puebla de Mula. También se declararon daños en otras zonas como El Ardal (Mula), con posibles pérdidas en almendros y viñedos; Caravaca de la Cruz, con avisos de daños en frutales y almendros; así como en Campos del Río y Albudeite.
Los episodios de granizo también afectaron gravemente al Altiplano durante el pasado 10 de mayo. La tormenta dejó un pano-

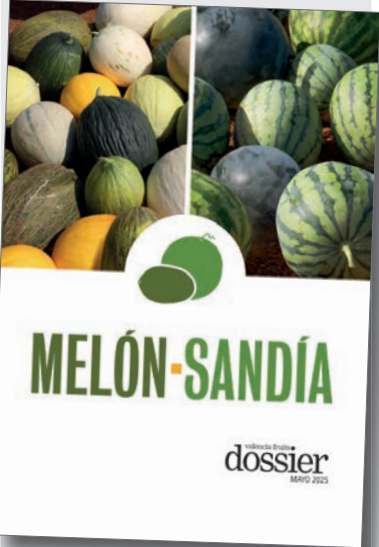
rama desolador en parcelas donde se ha perdido casi por completo la cosecha y hay importantes daños en la madera. La consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, ha solicitado al ministro Luis Planas ayudas para cultivos afectados por estas granizadas y aseguró que “la tormenta ha sido excepcional y se tienen que tomar medidas excepcionales ante los daños ocasionados”. Los cultivos más perjudicados en la zona del Altiplano han sido la pera, el viñedo y el almendro. “La pera está destrozada, hay importantes daños en viñedo y almendro. Pero lo que más me preocupa es que muchos agricultores me dicen que van a abandonar y nosotros como Gobierno regional no lo podemos consentir”, lamentó Rubira.
La consejera informó de que los técnicos han comenzado las valoraciones de zonas dañadas y esperan tener pronto los datos para trasladarlos a los ayuntamientos afectados para que puedan iniciar los trámites para solicitar la declaración de zona afectada gravemente por emergencias de protección civil.

Más info. en páginas 5 y 6



Esta semana

- 2** “75 años construyendo Europa”, artículo de Gonzalo Gayo
- 3** Suben un 2% las alertas por materias activas no autorizadas en productos importados
- 4** “El dumping social no es suficiente”, artículo de opinión de Cirilo Arandis
- 6** La fauna silvestre ocasiona graves daños en los cultivos de 100.000 hectáreas de la comunidad de Aragón
- 7** El debate en torno al Tajo-Segura vuelve a tensionar las relaciones entre comunidades
- 13** José Carlos Rendón Gómez, nuevo presidente de Asprocan



ÍNDICE	
Agrocomercio	3
Agrocultivos	5
Agrocotizaciones	8
Noticias de Empresas	12



Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN
■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ
■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ
■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

NERI TORRES VERGARA

■ neri.torres@valenciafruits.com

Administración
y Suscripciones

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ suscripciones@valenciafruits.com

Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

VICENT ESCRIG ANGLÉS

Valencia Fruits no se hace responsable
de las opiniones emitidas por sus
colaboradores.



SUCRO

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: IMPRICAV

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

Empresa Asociada:



Tribuna Abierta

75 años construyendo Europa

Por GONZALO GAYO

Felicidades Europa, cumplimos 75 años juntos, en paz, libertad y progreso. El 9 de mayo hemos celebrado el Día de Europa recordando ‘al padre de la UE’ cuando el entonces ministro de Asuntos Exteriores francés, y futuro presidente del Parlamento Europeo, Robert Schuman, propuso la creación de una Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA). Desde entonces hemos realizado un gran camino de esfuerzos con importantes avances para afrontar los retos de futuro, también para la agricultura europea y mediterránea. Es tiempo de agradecer al ‘padre de la Unión Europea’ la brillantez de una idea que abrió el camino para la paz y progreso de Europa, y que tuvo grandes discípulos que impulsaron su construcción durante 75 años. Decía Robert Schuman en su celebre declaración que “Europa no se hará de una vez ni en una obra de conjunto: se hará gracias a realizaciones concretas, que creen en primer lugar una solidaridad de hecho”.

Schuman puso la primera piedra y encendió la luz de una antorcha que hoy nos ilumina hacia un futuro que requiere de nuevos impulsos para construir más Europa, e incluso con una necesaria Constitución europea desde el liderazgo de una mujer como Ursula Von der Leyen.

En estos 75 años hemos contado con grandes talentos europeistas, desde Jean Monnet, considerado el arquitecto del proceso de integración europea; Konrad Adenauer; por impulsar la reconciliación franco-alemana; Alcide De Gasperi, promotor de la CECA y del federalismo europeo; y Paul-Henri Spaak, promotor del Tratado de Roma, considerados todos ellos como los padres de la UE. Sin olvidar también a otros tantos líderes claves en la historia de Europa como Helmut Kohl, François Mitterrand, Jacques Delors, Valéry Giscard d’Estaing, Felipe González, Romano Prodi, Mario Draghi, Angela Merkel, hasta llegar a la actual presidenta Ursula Von der Leyen.

Este martes 13 de mayo, la presidenta de Von der Leyen recibe a las asociaciones de las víctimas de la DANA en Valencia con 228 fallecidos en la mayor tragedia que se recuerda en Europa. Han transcurrido seis meses y medio con una Europa bajo mínimos en su implicación en las tareas de reconstrucción e inversiones que eviten que la tragedia se repita. Hoy resuenan más que nunca las palabras de Schuman hace 75 años apelando a la solidaridad como principio inquebrantable de la unidad europea.

Europa debe impulsar las infraestructuras necesarias para que la trage-



Huerta de Valencia. / G.GAYO

dia no se repita. Los proyectos existen y guardan silencio en cajones por falta de inversiones en los últimos 15 años. Los técnicos y expertos han detallado informes que habrían evitado la tragedia con embalses, desvíos de caudales y barrancos fuera de las poblaciones afectadas y laminado de aguas torrenciales en una zona que lleva años esperando soluciones mientras seguimos en una angustia permanente.

Los agricultores de las zonas afectadas lo perdieron todo, más de 1.400 millones de euros en pérdidas, mientras las ayudas llegan a cuenta gotas para quienes consiguen franquear un muro de papeles y burocracia. La gota que preocupa a los agricultores es la actual campaña de la Renta en la que Hacienda apenas reconoce un 25% de reducción de la base imponible estimada en las zonas afectadas por la DANA, siendo incluso inferior a la reducción del 30% para los sectores de ovino y caprino de leche y de carne en el resto de España. Es necesario repensar la solución entre ministerios por una cuestión de justicia cuando desde Agricultura disponen de todos los datos de agricultores afectados. De hecho, los productores de las zonas afectadas no tendrán que realizar ningún trámite previo para acceder a las ayudas del Gobierno. El Ministerio cuenta con las peritaciones realizadas y determinarán si han sufrido pérdidas de al menos el 40% en su producción, requisito establecido para tener

derecho a la ayuda. Es por ello que el Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA) ingresará de forma directa la cuantía a quienes les corresponda, hasta un máximo de 25.000 euros por explotación. Un simple volcado permitiría a Hacienda facilitar la vida a los agricultores afectados e incluso repensar una necesaria exención para las zonas afectadas.

Los agricultores valencianos necesitan hoy más que nunca a Europa y que las palabras de solidaridad del ‘padre de la UE’, Robert Schuman, no se las lleve el viento.

Las tres asociaciones de víctimas y afectados por la DANA piden a la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, y a la presidenta del Parlamento Europeo, Roberta Metsola, inversiones con fondos europeos para hacer frente a la devastación sufrida y evitar próximas tragedias con las inversiones en infraestructuras urgentes y necesarias.

Entre las ideas que trasladan figura una “ventanilla única” que atienda a los afectados desde la coordinación europea con distintas administraciones. Además, instan a que se cree una bolsa con los fondos europeos no ejecutados en 2024, para destinarlos a la zona afectada por la DANA y realizar las infraestructuras necesarias, impulso de los sectores productivos y agricultura.

Es por ello que solicitan se declare un PERTE relacionado con la DANA, ya que simplificaría trámites y procesos de contratación durante la reconstrucción. De momento, la Comisión Europea apenas ha aprobado una partida de 68 millones de euros destinados a los agricultores españoles de los que 50 millones irán con destino a los agricultores afectados damnificados por la DANA.

Por otra parte, en la conferencia celebrada la semana pasada en Bruselas sobre el futuro de la agricultura y la alimentación organizada por la Comisión Europea, también se abordó cómo afrontar futuras crisis como la sufrida con la DANA en Valencia. En pleno debate sobre las nuevas perspectivas financieras de la UE en el documento ‘Visión para la agricultura y la alimentación’, presentado recientemente por la Comisión, se insta a mejorar la resiliencia ante futuros riesgos y crisis.

Cumplimos 75 años de Europa, con orgullo y una agenda repleta de retos que incluya también, algún día, una Constitución Europea para hacer frente a los retos de futuro y que necesita del empuje de las mujeres que hoy presidente la Comisión Europea y el Parlamento Europeo para seguir escribiendo la historia.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Productores canarios de frutas tropicales y subtropicales se unen en la organización Tropicán

La nueva entidad nace de la ampliación del colectivo de productores de aguacates Asguacan e integra otros cultivos como la papaya, el mango y la piña tropical

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Siete organizaciones de productores tropicales y subtropicales de Canarias han constituido la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas Tropicales y Subtropicales de Canarias (Tropicán). La nueva organización se presentó el 7 de mayo en un acto celebrado en la sede de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Soberanía Alimentaria en Santa Cruz de Tenerife, que contó con la participación del titular del departamento, Narvay Quintero, junto al presidente de la entidad, Francisco José Echandi, y su gerente, María Gabriela Pérez. La presentación contó también con la asistencia de representantes del resto de las organizaciones de productores que componen Tropicán y de organizaciones profesionales agrarias.

Con el objetivo de adaptar la entidad al contexto actual de crecimiento en los cultivos de frutas tropicales y subtropicales, Tropicán se constituye como colectivo a partir de la ampliación de la estructura de la organización de productores de aguacates Asguacan, que queda integrada por siete Organizaciones de Productores y de Fruta y Hortalizas (OPFH), para abarcar otros culti-



La superficie de cultivos tropicales y subtropicales se ha incrementado de manera significativa en Canarias en los últimos años. / ARCHIVO

vos de este subsector, como la papaya, el mango y la piña tropical.

En los últimos años, la superficie dedicada a los cultivos tropicales y subtropicales se ha incrementado de manera significativa en Canarias, de forma que la extensión dedicada a aguacate se ha triplicado desde 2007 hasta 2023 (al pasar de 816 a 2.484 hectáreas), mientras que la papaya ha pasado de 255 a 414 hectáreas en este periodo. Durante la cita se destacó especialmente la producción de esta fruta, que en 2023 supuso 22.660 toneladas, de las

cuales más del 40% se dedican al envío exterior (el 94% con destino a península).

De este modo, en la nueva organización estarán representados más de 1.100 agricultores de Canarias —Bonnyssa, Cocampa, Coplaca, SAT Fruta Tropical del Noroeste, SAT Tejinaste, Garañaña, Unextomates— que en 2023 alcanzaron una producción total de 19.169 toneladas, de las cuales 14.408 toneladas corresponden a papaya, 2.770 a aguacate, 1.165 a piña tropical y 826 a mango. En este sentido, el consejero del

área, Narvay Quintero, destacó el potencial de crecimiento de estos cultivos en Canarias y felicitó a la directiva y al resto de miembros de la entidad “por el trabajo que han venido desarrollando (inicialmente desde Asguacan, que es el germen de la agrupación), que culmina con la constitución de esta entidad, y la ilusión renovada de seguir impulsando este subsector a través de una apuesta decidida por la excelencia de las producciones, la innovación, la investigación, y la mejora de la competitividad”.

“La unidad del sector es determinante para afrontar los retos que tenemos por delante y también abordar las oportunidades que se presentan, especialmente de este subsector, que son muchas”, agregó. En este sentido, el titular del Ejecutivo canario puso en valor la orientación exportadora de la papaya y el aguacate y las oportunidades de comercialización exterior que se presentan para el mango, mientras “la piña tropical es un producto de excelente calidad que se dirige al consumo canario”.

Por su parte, el presidente de Tropicán, Francisco José Echandi, subrayó que “es bueno para el sector la unión de los tropicales y subtropicales, lo que nos condu-

cirá a tener una sola voz ante las administraciones públicas y en aquellas actividades en las que participemos”.

“Pedimos a la Consejería que nos ayude a mantener viva esa llama de la ilusión, compartiendo los problemas y ayudándonos en la búsqueda de soluciones, para seguir creyendo en este sector”, añadió.

Asimismo, la gerente de Tropicán, María Gabriela Pérez, recordó que “el reciente reconocimiento al Aguacate de Canarias a través de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) ejemplifica los logros que pueden alcanzarse a través de la acción conjunta y especialmente en el contexto de esta nueva asociación, que incluye a productores de papaya, mango, piña tropical, así como otros cultivos menores, pero igualmente importantes”.

De acuerdo con el objetivo de impulsar el sector, Tropicán desarrollará también acciones encaminadas a la promoción de la excelencia de estos productos y la mejora de la competitividad. Entre estas medidas se incluye la posibilidad de solicitar nuevos sellos de calidad o el establecimiento de una marca común para los productos tropicales y subtropicales de Canarias.

Además, la entidad incluye entre sus objetivos el apoyo a la investigación y la innovación agraria mediante el refuerzo de la colaboración con instituciones, como el Instituto Canario de Investigaciones Agrarias (ICIA), para continuar desarrollando estudios técnicos científicos sobre los cultivos, manejo, mejora varietal y adaptación climática.

Por otra parte, la asociación se incluye entre sus fines el análisis de las normativas aplicables que afecten al sector o el estudio de los seguros agrarios y la mejora de sus coberturas.

Suben un 2% las alertas por materias activas no autorizadas en productos importados

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Unión Europea sigue “sin mover ficha” pese a que los datos del sistema europeo de alertas en alimentos reflejan que en los cuatro primeros meses del año ha habido un nuevo incremento del 2% en las interceptaciones de frutas y hortalizas de países terceros con materias activas no autorizadas o con un Límite Máximo de Residuos (LMR) superior al permitido en la UE, según denuncia La Unió Llauradora.

De las 304 interceptaciones de 2024 se ha pasado a las 311 de este año y todo ello a pesar de que en el mes de abril, concretamente, han descendido. La comparativa revela que, lejos de disminuir, las interceptaciones van al alza ante la pasividad de las autoridades comunitarias, que no hacen nada por evitarlo, pese a la confirma-

ción de sus propios datos oficiales y las denuncias continuadas de organizaciones como La Unió.

Tras un análisis de las materias activas rechazadas se concluye que todas tienen un uso no autorizado para los productores de la Unión Europea o superan el LMR autorizado en la UE, por lo que se trata de una clara competencia desleal y un potencial peligro sanitario para las personas consumidoras.

La organización valenciana resalta, además, el aumento de las alertas de un producto emergente en el campo valenciano: el aguacate. De 3 alertas en 2024 se ha llegado hasta las 7 de este 2025, lo que significa un incremento del 133%, todos ellos por uso abusivo de cadmio desde Perú, principal país exportador de aguacates al mercado comunitario, seguido



En aguacate los rechazos han subido en el primer cuatrimestre un 133%. / UNIÓN

de Marruecos. Precisamente, La Unió denunciaba hace unas semanas que el aumento de las importaciones de aguacates estaba lastrando los precios que recibían los productores valencianos. Por ello, “resulta paradójico que mientras la Comisión Europea lleva reduciendo el uso de cadmio en los fertilizantes fosfatados, desde países terceros se siga enviando productos agroalimentarios con esa materia activa”.

El sindicato propone de nuevo a la Comisión Europea un aumento al 50% del control de identidad y físicos a las frutas y hortalizas de los países con mayor número de interceptaciones. Reclama, asimismo, que se amplíe el periodo de

estas medidas a un año. Si durante cualquiera de los meses de este periodo, se observa un incremento del 5% de las alertas en algún producto, la organización plantea el cierre de las importaciones de estos países y de los productos agrícolas con restos de pesticidas no autorizados en la UE o que superen los LMR establecidos.

La Unió insiste en la necesidad de establecer mecanismos de reciprocidad en los estándares de producción entre los productos importados y europeos. “Desconocemos la situación de las cláusulas espejo, ya casi olvidadas, ni tampoco de ningún tipo de compromiso sobre la reducción de materias activas en

terceros países como se lleva a cabo en la Unión Europea”, indica el secretario general de La Unió, Carles Peris.

Peris señala que “las autoridades comunitarias deberían plantearse su política de reducción de materias activas sin alternativas para los agricultores para luchar contra plagas o enfermedades, mientras no sea capaz de obligar a que los productos importados lleguen en las mismas condiciones. Si determinadas sustancias o productos fitosanitarios son malas aquí para los consumidores, también deberían ser las que nos entran con los productos importados”.

La Unió reitera que los productos importados cumplan con los mismos estándares de producción que los que se exige a los agricultores europeos. “Nosotros realizamos verdaderos esfuerzos en la reducción del uso de pesticidas que nos han provocado más dificultades para controlar las plagas y mayores costes productivos que debemos asumir, mientras los productos importados entran sin respetar los estándares productivos que nos exigen las autoridades de la Comisión Europea”, afirma La Unió.

OPINIÓN

El dumping social no es suficiente



Por CIRILO ARNANDIS (*)

Diferentes plataformas de noticias españolas se están haciendo eco, a través de la página web de noticias marroquí "Express-tv", y de su versión en inglés, de la decisión del gobierno del Reino de Marruecos de subvencionar las exportaciones de cítricos al mercado comunitario, entre otros destinos de Europa. La decisión del ejecutivo de nuestros vecinos al sur de la península se concretaría, al cambio, en una ayuda de algo más de 9 céntimos de euro por kilo exportado a la Unión Europea, Reino Unido, Islandia, Noruega y Suiza. Llama la atención esta noticia por cuanto este concepto de subvenciones está prohibido en la Unión Europea, atendiendo a lo pactado en el seno de la Organización Mundial del Comercio (OMC), ya que se trata de una ayuda que claramente distorsiona el mercado, justo en un país que ya disfruta de otro tipo de ventajas competitivas, de las cuales no disponen los productores europeos de cítricos.

El objetivo de esta medida, según la noticia, es la de mejorar la competitividad de los productos marroquíes en estos mercados del viejo continente, que se califican como estratégicos en el mismo comunicado. Según indica la información difundida, la medida se establece para el periodo comprendido entre 2024 y 2028, por lo que en la actual campaña 2024/2025, ya estaría en marcha esta subvención en el país vecino. El presupuesto dispuesto es significativo, más de 6 millones de euros, para el primer ejercicio, que se van incrementando en cada uno de los años hasta llegar, en 2028, a la cantidad de 125 millones de dirhams, o su equivalente en euros al cambio actual, 12 millones de euros. El medio indica que si las peticiones superan el presupuesto habrá que prorratear la ayuda unitaria, por lo que también se indica que estas cantidades se podrán revisar cada año en función del volumen exportado.

El gobierno marroquí parece dispuesto a poner toda la gasolina necesaria para incrementar sus exportaciones a Europa, mercado vital por cuestiones lógicas. Y ello pese a disfrutar de la ventaja que supone su acceso a mercados como el ruso o norteamericano, a los cuales, en nuestro caso, los cítricos españoles no accedemos. El primero por estar vetado por Moscú, como consecuencia de las reacciones de Bruselas al primer episodio de las disputas de Rusia en Ucrania, la anexión de la península de Crimea. El segundo, por el progresivo desplazamiento del mercado norteamericano de los operadores españoles en beneficio de los marroquíes al ser, "más competitivos". Y es que ya no es suficiente tener menos costes sociales y laborales, lo que venimos en llamar el dumping social, ni tener menos restricciones a la



El Gobierno de Marruecos trata de impulsar los envíos de cítricos a la UE subvencionando las exportaciones. / ARCHIVO

"Diferentes plataformas de noticias españolas se están haciendo eco, a través de la página web de noticias marroquí 'Express-tv', y de su versión en inglés, de la decisión del gobierno del Reino de Marruecos de subvencionar las exportaciones de cítricos al mercado comunitario, entre otros destinos de Europa"

"El gobierno marroquí parece dispuesto a poner toda la gasolina necesaria para incrementar sus exportaciones a Europa, mercado vital por cuestiones lógicas. Y ello pese a disfrutar de la ventaja que supone su acceso a mercados como el ruso o norteamericano, a los cuales, en nuestro caso, los cítricos españoles no accedemos"

"No sé si es el momento de analizar, no ya las medidas de acceso a los mercados, si no las ventajas competitivas que en el plano comercial se otorgan cada uno de los países productores que desean acceder al mercado comunitario. A fin de cuentas, disminuir tus costes de modo artificial es una nueva ventaja competitiva a la que hay que sumar las ya asumidas del dumping social, y las reivindicadas de la reciprocidad en la normativa a la hora de producir"

hora de poder utilizar productos fitosanitarios, sino que ahora habría que inyectar dinero en vena para ser competitivos.

Desde hace ya varias campañas, Marruecos está enviando cada vez menos cítricos a Europa. Así, a la vista de datos oficiales elaborados por las autoridades comunitarias, a la vez que nuestra producción de cítricos pierde cuota de mercado en Europa, en beneficio de las producciones procedentes de países terceros, Marruecos, a la vez,

está remitiendo cada año menos tonelaje a este mismo mercado. Si nos atenemos a años naturales, por lo que respecta a las naranjas, ha pasado de exportar 75.000 toneladas al mercado de la Unión Europea en 2020, a poco más de 10.000 toneladas en 2024, ocupando el octavo lugar entre los países que acceden a nuestro mercado único. En relación con los pequeños cítricos, se ha pasado de 101.000 toneladas a 91.000 toneladas en el mismo periodo. Si bien la reducción no es tan

severa como en naranjas, sí que es cierto que la tendencia es ligeramente a la baja cada campaña. Con estos datos, Marruecos sigue ocupando el segundo lugar en el ranking de países que acceden a la Unión Europea, superado tan solo por Sudáfrica, que duplica estos datos.

Desde que Donald Trump irrumpió en el comercio internacional con la imposición de aranceles de un modo, si no caprichoso, al menos sin lógica que atiende a algún criterio o base objetiva, lo cierto es que ya no sé dónde estamos. No sé en estos momentos si cada país puede hacer lo que quiera o todavía están en vigor las normas establecidas en el seno de la Organización Mundial del Comercio. Son muchas las ocasiones en las que se ha solicitado a Bruselas reciprocidad en las relaciones comerciales, atendiendo a las exigencias que debían cumplir las producciones comunitarias, y no aquellas que procedían de países terceros, siendo una de las causas de las protestas del campo en la práctica totalidad de Estados socios de la Unión Europea durante 2024. Es quizás, en este contexto controvertido, en el que nuestros vecinos del sur hayan encontrado un escenario propicio para tomar decisiones unilaterales que les confieran ventaja en su comercio internacional.

Es de todos conocido el afecto que se le tiene a Marruecos en el seno de la Unión Europea y siendo más concreto, en el seno de sus instituciones, que siempre se han plegado, cuando no se han rendido, a veces de forma más que evidente, a las demandas y pretensiones de Rabat. Un ejemplo reciente lo tenemos en las prisas que se dio la Comisión en cambiar la normativa sectorial cuando el Tribunal de Justi-

cia de la Unión Europea (TJUE) se posicionó en relación con el acceso al mercado comunitario de frutas y hortalizas procedentes del Sahara Occidental. En este caso se podría apelar a cuestiones geoestratégicas y a interpretaciones en relación con Resoluciones de la ONU. Estas excusas no son válidas en el caso de la sospecha permanente que tienen los productores de tomate europeos, y en especial los españoles, sobre el control de las cantidades de este producto que se remiten desde Marruecos, y que deben de ser contabilizadas en base a la normativa existente, para si fuera el caso, adoptar las medidas previstas para proteger las producciones comunitarias. El hecho es que crece la llegada de tomate marroquí a Europa, que desciende la cuota de mercado española y que Bruselas no está adoptando ninguna medida.

No hace mucho, tuve ocasión de reunirme, hasta en dos ocasiones, con el nuevo comisario de Agricultura de la Unión Europea en su visita a España, Christophe Hansen. De estas entrevistas, he de decir, y así lo he manifestado en reiteradas ocasiones, que me lleve una grata impresión de las políticas que pretende impulsar dentro de sus competencias. Incluso más, Hansen manifestó en estas reuniones que estas políticas están avaladas por la propia presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen. Y es aquí donde quiero llegar, pues es fácil que esta cuestión de las ventajas comerciales que Marruecos se otorga de modo unilateral, no sean competencia del comisario de Agricultura, pero lo que sí es cierto es que lo serán del comisario con atribuciones en materia de Comercio, el eslovaco Maroš Šefčovič, e incluso de nuestra comisaria y vicepresidenta Teresa Ribera, con atribuciones en materia de competencia de los mercados. De todos modos, y de modo colegiado, será competencia de la Comisión Europea y de su presidenta.

Hace un tiempo escribía sobre este mismo tema, pero en aquella ocasión en relación con la noticia por la cual se iban a conceder ayudas por el mismo motivo a otro país competidor directo nuestro. En aquella ocasión el protagonista era Egipto. Quizás haya que redactar un nuevo capítulo en relación con los aranceles que todavía deberíamos pagar si los cítricos españoles desean acceder al mercado turco. No sé si es el momento de analizar, no ya las medidas de acceso a los mercados, si no las ventajas competitivas que en el plano comercial se otorgan cada uno de los países productores que desean acceder al mercado comunitario. A fin de cuentas, disminuir tus costes de modo artificial es una nueva ventaja competitiva a la que hay que sumar las ya asumidas del dumping social, y las reivindicadas de la reciprocidad en la normativa a la hora de producir.

() Presidente de Frutas y Hortalizas de Cooperatives Agro-Alimentàries*

Agrocultivos

El granizo vuelve a castigar a la agricultura valenciana

La oleada de tormentas de las últimas semanas han dejado importantes pérdidas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Una oleada continuada de tormentas de granizo viene castigando al campo valenciano en las últimas semanas. El último episodio se produjo el pasado 10 de mayo y afectó, según informa La Unió Llauradora, a 12.363 hectáreas de cultivo en las provincias de Valencia y Castellón con unas pérdidas iniciales estimadas en 7,6 millones de euros.

Las comarcas más afectadas por este nuevo episodio de tormentas con pedrisco han sido Utiel-Requena, La Serranía, Camp de Túria y Camp de Morvedre en la provincia de Valencia y la Plana Baixa y Alto Palancia en la de Castellón.

La Unió indica que la producción agrícola en todas esas zonas afectadas es muy diversa con cultivo de cereal, almendros, olivar, cítricos y viña. Este último cultivo es el más dañado con 7.664 hectáreas, seguido del almendro con 2.270 ha, olivar con 1.144, cereal con 825 y 460 ha de cítricos.

La comarca con mayor radio de afección y pérdidas es Utiel-Requena con una superficie de más de 10.500 hectáreas y una cantidad de casi 7 millones de euros. Los términos municipales más afectados son por este orden: Camporrobles, Sinarcas, Requena, Utiel, Venta del Moro y Caudete de las Fuentes.

A esta comarca le sigue la Serranía con 640 hectáreas afectadas y 429.000 euros de pérdidas, el Alto Palancia con 505 hectáreas y 354.000 euros, Camp de Túria con 390 ha y 338.000 euros, la Plana Baixa con 251 ha y 448.000 euros y el Camp de Morvedre con 54 ha y 87.000 euros.

En la comarca de la Plana Baixa castellanense lamentablemente hay menos hectáreas afectadas de las que en un principio se temía, señala La Unió, “aunque los daños son muy importantes en cítricos porque a los efectos del pedrisco se le sumaron ráfagas de viento de hasta 51 km/h. Los árboles de encuentran en plena brotación y la combinación lluvia y viento ha provocado la caída de ramas y hojas, así como el arrastre de tierra. La granizada coincide así con el proceso natural de la *porgà* en la que el árbol descarta los primeros brotes de fruta, por lo que los citricultores afectados podrían tener una merma importante en la futura cosecha. También una parte de la hoja joven de las brotaciones está en el suelo”.

OLEADA DE TORMENTAS

Durante las últimas semanas los productores han sufrido los daños provocados por diferentes episodios de granizo que se han producido en la Comunitat Va-



Daños del pedrisco en plantaciones de cítricos y fruta de hueso. / LA UNIÓN LLAURADORA Y RAMADERA

lenciana. El pasado 8 de mayo, un virulento episodio de pedrisco golpeó con especial dureza a varias comarcas del interior de la provincia de Valencia y algunas zonas de Castellón, con graves consecuencias para la agricultura. Las tormentas acompañadas de granizo provocaron daños en más de 10.000 hectáreas de cultivo de las comarcas del Camp de Túria, La Serranía, la Vall d'Albaida, la Costera, la Canal de Navarrés y Utiel-Requena en la provincia de Valencia y la Plana Baixa en Castellón.

Según las primeras valoraciones de la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja), el granizo causó pérdidas por valor

de 40 millones de euros en más de 13.000 hectáreas, y especialmente en términos municipales como Villar del Arzobispo, Llosa del Obispo, Chulilla, Bugarra, Pedralba y Casinos, donde se llegaron a acumular más de diez centímetros de hielo en cuestión de minutos.

En algunos casos, y según los datos de la organización agraria, los daños alcanzan entre el 70% y el 100% de la cosecha, “dejando escenas desoladoras con árboles completamente pelados y la producción y hojas destrozadas en el suelo, tras una tormenta extremadamente rápida y agresiva”.

AVA-Asaja señala que entre las variedades más perjudicadas

se encuentran los cítricos, con más de 5.000 hectáreas afectadas; 2.900 ha de frutales (entre los que se incluyen almendra, kaki o frutillas de hueso), 1.700 ha de olivar y 1.200 ha de viñedo, entre otras especies.

Por su parte, La Unió Llauradora señala que el pedrisco del pasado 8 de mayo afectó a un radio cercano a las 10.000 hectáreas de cultivo y, en una estimación inicial de urgencia, las pérdidas podrían ser superiores a los 4 millones de euros.

La producción agrícola en todas las zonas afectadas es muy diversa con cultivo de cereal, almendros, olivar, hortalizas, cítricos, kaki, frutales, viña y algunos

viveros. Los mayores daños se concentraron, según la organización agraria, en las comarcas de la Serranía, con dos localidades muy afectadas como son Pedralba y Villar del Arzobispo, y en la de la Vall d'Albaida; sobre todo en Aielo de Malferit, Alfarrasí, Atzeneta d'Albaida, Carrícola, Guadasséquies, l'Ollería, Llutxent, Otos y la Pobla del Duc. En la Plana Baixa castellanense los daños se centran en parcelas de cítricos.

La Unió precisa que la mayor afección se centra en la fruta de hueso. El pedrisco afectó de forma muy negativa, ya que por pequeño que fuera el granizo su impacto produce marcas que en estos momentos ya casi a punto de la recolección provocan la podredumbre del fruto. Sólo ya con las lluvias se produce el temido cracking o partitura de la piel.

Por lo que se refiere a los cítricos, el pedrisco dejó marcas muy pronunciadas en algunos casos que posiblemente ocasionen la caída del fruto y los que no caigan quedarán marcados no siendo ya comerciales. En cuanto a los almendros, los frutos van a quedar marcados y posiblemente se reduzca su calibre y calidad de los que queden en el árbol, además de lanzar almendras al suelo.

En el cultivo del kaki todavía es pronto para analizar los efectos, pero La Unió indica que ya se observan daños, tanto en el fruto como en los brotes, que en estos momentos son muy tiernos y pueden afectar a la futura madera del árbol, además de a la producción. Lo mismo ocurre con la vid. Las hortalizas han sufrido bastante puesto que es un producto muy tierno y sensible que en muchos casos está iniciando el crecimiento. En cuanto al olivar, este año se preveía una buena cosecha apreciándose una gran floración que también se verá afectada por estas tormentas.

Por otra parte, las lluvias en otras zonas, donde no cayó pedrisco, son beneficiosas para todos los cultivos, excepto para la fruta de hueso que esté cerca de la maduración y a punto de la recolección, a las que este tipo de lluvias tormentosas le provocan el agrietado del fruto y su inutilización para la venta.

Las lluvias suponen además un ahorro de los riegos con la energía eléctrica al alza y la recarga de las reservas hídricas (embalses y acuíferos), así como una regeneración de los pastos y de las balsas para la ganadería extensiva que evitaría los graves problemas que se vivieron a lo largo del pasado año. También las lluvias limpian los árboles ante posibles plagas o enfermedades.

En esta oleada de tormentas, otra granizada a finales de abril provocó daños en 8.500 hectáreas de las comarcas de la Ribera Alta, l'Horta Sud y la Hoya de Buñol, con pérdidas totales en fruta de hueso justo al inicio de la campaña. Y el pasado 4 de mayo, otro temporal descargó sobre la Vall d'Albaida, con un balance de dos millones de euros en daños en más de 2.500 hectáreas.

Agilizar las peritaciones

En este escenario de pérdidas por pedrisco, tanto AVA-Asaja como La Unió exigen a Agroseguro que agilice las peritaciones para que los afectados reciban cuanto antes las correspondientes indemnizaciones. Desde AVA-Asaja se denuncia la dramática situación de muchos agricultores que han sufrido dos impactos consecutivos de pedrisco, viendo dañadas las parcelas que habían logrado salvar en las primeras tormentas. Asimismo, instan a las administraciones a activar ayudas fiscales y directas dirigidas a los productores que aún no habían contratado el seguro por estar abierto el período habitual de suscripción; así como a facilitar la distribución de fungicidas para evitar la aparición de hongo en los campos afectados.

Desde La Unió señalan que estas adversidades climatológicas están cubiertas por el actual sistema de seguros agrarios. Sin embargo, han mostrado su preocupación ante la posible falta de cobertura en cítricos por el momento en el

que se ha producido el siniestro. “Posiblemente cuando se perite la parcela, el árbol habrá porgado ya y no se podrán demostrar los daños, de ahí nuestra reclamación para que se perite inmediatamente”, indica la organización agraria.

También en relación con los seguros agrarios, La Unió propone al Ministerio de Agricultura que no se apliquen las franquicias en los seguros agrarios por los daños extraordinarios causados por estos pedriscos en zonas declaradas como afectadas gravemente por una emergencia de protección civil.

Desde la organización agraria también reclamarán para las personas afectadas la concesión de ayudas directas, la condonación del IBI de las parcelas cultivadas y construcciones presentes en ellas, la bonificación de las cuotas de la Seguridad Social durante un año, el establecimiento de préstamos con interés subvencionado y también una serie de actuaciones y ayudas para las cooperativas comercializadoras afectadas. ■

El pedrisco arrasa más de 600 hectáreas de frutales en la Región de Murcia

El Gobierno regional urge la evaluación de daños y reclama al Ministerio ayudas ante el grave impacto, aún sin cuantificar, de las tormentas en diferentes zonas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las tormentas de granizo registradas en la Región de Murcia durante los últimos días han provocado graves daños en diferentes cultivos, afectando especialmente a más de 600 hectáreas de frutales de hueso. La Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca ha iniciado la evaluación de los daños, especialmente en la pedanía muleña de Yéchar, uno de los puntos más castigados, junto a La Puebla de Mula. Sara Rubira visitó el pasado viernes los campos afectados en Yéchar, donde indicó que “en estos momentos los técnicos de la Consejería están cuantificando las zonas dañadas”, si bien confirmó que el impacto más severo se ha producido en dicha pedanía y en La Puebla de Mula. También se están evaluando los efectos del granizo en otras zonas como El



Imagen de la consejera Sara Rubira visitando uno de los campos de cultivo de frutales dañados en Yéchar. / CARM

Ardal (Mula), con posibles daños en almendros y viñedos; Caravaca de la Cruz, con avisos de

daños en frutales y almendros; así como en Campos del Río y Albudeite.

El Ejecutivo regional afirma que aún es pronto para cuantificar los daños con exactitud

El Ejecutivo regional está acelerando la valoración de los daños con el objetivo de facilitar cuanto antes la información a los ayuntamientos implicados, por si procede la declaración de zona afectada gravemente por emergencias de protección civil.

Rubira subrayó que “aún es pronto para cuantificar estos daños, pero ya nos hemos puesto en contacto con Agroseguro para que se agilicen los trámites y los agricultores puedan percibir pronto la compensación por las pérdidas”. Según detalló, el 80% de los frutales en la zona de Yéchar están asegurados. Asimismo,

mo, recordó que “seguimos trabajando en la mejora del seguro agrario para hacerlo una herramienta útil para los agricultores ante estas inclemencias meteorológicas”. En este sentido, avanzó que el Gobierno regional se ha comprometido a incrementar la partida presupuestaria destinada a seguros agrarios hasta los 6 millones de euros, además de reforzar la ayuda regional existente.

■ DAÑOS EN EL ALTIPLANO

Las tormentas de granizo también han afectado gravemente al Altiplano durante el pasado fin de semana. La consejera visitó este domingo algunas de las zonas afectadas por la tormenta del sábado, que dejó un panorama desolador en parcelas donde “se ha perdido casi por completo la cosecha y hay importantes daños en la madera”.

La consejera ha solicitado al ministro Luis Planas ayudas para cultivos afectados por estas granizadas y aseguró que “la tormenta ha sido excepcional y se tienen que tomar medidas excepcionales ante los daños ocasionados”. Los cultivos más perjudicados en esta zona han sido la pera, el viñedo y el almendro.

“La pera está destrozada, hay importantes daños en viñedo y almendro. Pero lo que más me preocupa es que muchos agricultores me dicen que van a abandonar y nosotros como Gobierno regional no lo podemos consentir”, lamentó Rubira.

La fauna silvestre ocasiona graves daños en los cultivos de 100.000 hectáreas de Aragón

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La fauna silvestre (conejos, jabalíes, corzos, ciervos, entre otras especies) está ocasionando graves daños en los cultivos de unas 100.000 hectáreas de Aragón. Las pérdidas de cosecha pueden llegar a situarse entre un 20 y un 30% en fincas de cereal, pero llegan a triplicarse en cultivos leñosos, donde conejos y roedores atacan directamente los troncos de los árboles frutales.

La Unión de Agricultores y Ganaderos de Aragón (UAGA-COAG) ha anunciado movilizaciones para reclamar al Gobierno aragonés medidas que frenen la expansión de las citadas especies, especialmente del conejo, así como la compensación de los daños causados a los agricultores afectados.

Javier Fatás, responsable nacional del Área de Fauna de UAGA-GOAG, ha señalado que “no sólo se comen las cosechas, excavan sus madrigueras dentro de las parcelas, provocando el hundimiento del terreno y dificultando el paso de maquinaria agrícola”.

A su vez, la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) ha trasladado al Ministerio de Agricultura su “máxima preocupación” por la proliferación descontrolada de especies de fauna silvestre que está causando graves pérdidas en las explotaciones agrarias. Según dicha organización, hay más de un millón de hectáreas afectadas y pérdidas de hasta el

90% en algunos cultivos en todo el territorio español.

Por eso, COAG ha reclamado al Ministerio un paquete de medidas urgentes, entre las que destacan una mayor coordinación del Gobierno central y las comunidades autónomas en gestión de fauna silvestre y cinegética y compensaciones a los agricultores más afectados.

Fatás ha puntualizado que dichas medidas “buscan una gestión sostenible y equilibrada de la fauna silvestre, compatible con la protección de la biodiversidad y el desarrollo agrario”.

■ AFECCIONES EN ARAGÓN

UAGA ha señalado que, en la provincia de Zaragoza, comarcas como Bajo Gállego, Monegros, Ribera Alta, Central, Ribera Baja, Campo de Belchite, Cariñena, Valdejalón ven como “desde hace más de 20 años los conejos arrasan sus parcelas de cereal, forrajes y leguminosas”. En Huesca, el problema se concentra en las comarcas de Monegros y Bajo Cinca, donde la superficie afectada supera las 50.000 ha.

También la viña sufre la acción de los conejos, principalmente en primavera, cuando empiezan a salir los brotes en las cepas. En la comarca de Cariñena, los viticultores denuncian los importantes daños que provocan en las ‘viñas en vaso’, cepas viejas cuya producción tiene precisamente más valor añadido.

Los frutales tampoco se salvan de la acción de estos anima-

les y, en las Comarcas de Bajo Cinca y Valdejalón, causan desde hace tiempo daños irreparables a los árboles.

En la Comarca Sierra de Albarracín, la presión de los ciervos de la Reserva de Caza de Montes Universales sobre las parcelas sembradas con trigo y cebada sigue en aumento, y son ya unas 10.000 las hectáreas afectadas, 5.000 ha dentro de la reserva y otras tantas alrededor.

Según UAGA, los agricultores de las localidades limítrofes a la reserva están dejando de sembrar las parcelas más afectadas porque las medidas que se han propuesto desde el Gobierno de Aragón para el control de los ciervos “son infructuosas y las indemnizaciones por las pérdidas no cubren ni de lejos los daños. Cultivar en esa zona ha dejado de ser viable”.

Asimismo, los agricultores de las comarcas de Calatayud, Cariñena, Caspe, Bajo Aragón y Matarranya, entre otras, ven como los corzos y cabras montesas dañan la corteza de los frutales, viñas, almendros y olivos ocasionando incluso la muerte del árbol.

Al igual que los conejos, los jabalíes han ido aumentando su presencia por casi todo el territorio de Aragón, pero hay zonas donde su presión sobre las parcelas de cereal, tanto de invierno (trigo y cebada) como de primavera (maíz), es muy notorio.

En comarcas como Jacetania, Bajo Aragón, Jiloca y Matarranya



La fauna silvestre daña la corteza de los árboles frutales. / JO

ña “la situación se ha vuelto insostenible”.

Además, estos animales, debido a su envergadura y dureza, causan también importantes daños en los vallados de granjas y parcelas.

Las aves también contribuyen significativamente a las pérdidas agrícolas. La perdiz, por ejemplo, causa daños especialmente en los primeros días tras la siembra, obligando a los agricultores a cubrir los cultivos con mantas protectoras para evitar pérdidas que pueden alcanzar hasta el 40% de lo sembrado.

Asimismo, tórtolas y palomas provocan daños notables, comprometiendo no sólo la cosecha del año, sino también la de temporadas futuras.

Más allá de la merma en las cosechas, UAGA alerta de que la fauna silvestre es transmisora de enfermedades como la sarna, garrapatas, parásitos intestinales (tenia), clamidias. De ahí que, en las zonas donde hay sobrepoblación de conejos, jabalíes o ciervos, este riesgo es extremadamente alto, tanto para el ganado

que pasta por esos montes como para las mascotas de las personas que salen de excursión.

En ese sentido, la organización agraria señala que la sobrepoblación de cualquier especie silvestre es una seria amenaza para el equilibrio de la flora y fauna de un lugar, llegando incluso a arrasar con toda la biodiversidad.

■ REIVINDICACIONES

Para intentar controlar la plaga de conejo, UAGA solicita permisividad y potenciación de la caza. Uso de medidas alternativas más contundentes desde la Administración como biocidas, monóxido de carbono y jaulas trampa. Y cursos de formación a los agricultores sobre el manejo de estas sustancias, así como investigación y estudio de la especie y su acción sobre los diferentes cultivos, y actuaciones de control en las infraestructuras que les sirven de refugio.

Además, dicha organización agraria reclama la adopción de medidas compensatorias a las explotaciones por las pérdidas sufridas en los cultivos.

El debate en torno al Tajo-Segura vuelve a tensionar las relaciones entre comunidades

Murcia, Comunidad Valenciana y Andalucía alzan la voz contra unas nuevas reglas que reducirán un 40% los envíos de agua y que Castilla-La Mancha considera imprescindibles para garantizar el caudal ecológico del río

■ J.L. REDACCIÓN.

Los gobiernos de Murcia, Comunidad Valenciana y Andalucía han escenificado un nuevo frente común en defensa del trasvase Tajo-Segura y en contra de las nuevas reglas de explotación propuestas por el Ministerio para la Transición Ecológica. Los presidentes Fernando López Miras y Carlos Mazón, junto al consejero de Agricultura andaluz, Ramón Fernández-Pacheco, arroparon la semana pasada a los regantes en un acto organizado por el Sindicato Central de Regantes (Scrats) en el que se comprometieron a utilizar todos los recursos políticos, técnicos y jurídicos a su alcance para frenar lo que consideran un ataque frontal a la agricultura del sureste peninsular.

Las nuevas reglas, que aún se encuentran en fase de alegaciones, implicarían una reducción progresiva del agua trasvasada desde los actuales 320 hectómetros cúbicos anuales hasta los 193 en el año 2027, lo que supone un recorte del 40%, incluso en momentos en los que la cabecera del Tajo cuenta con más agua que nunca respecto a los registros de la última década.

■ FRENTE COMÚN

El presidente murciano ha solicitado una reunión urgente con Pedro Sánchez y con el comisario europeo de Agricultura, Christophe Hansen, para intentar frenar un recorte que, según ha señalado, “pondrá en riesgo de exclusión social” a 300.000 familias que de forma directa o indirecta dependen de esta infraestructura, al tiempo que ha acusado a Sánchez de “romper de forma unilateral el consenso alcanzado en 2014”. El presidente murciano ha subrayado que lo más grave es que se hace en un momento en el que los embalses del Tajo almacenan más de 1.600 hectómetros cúbicos, mientras las cuencas hidrográficas están, en su mayoría, al 80% de capacidad, salvo el Segura, que no supera el 30.

Desde la Comunidad Valenciana, el president de la Generalitat, Carlos Mazón, ha incidido en que su territorio es uno de los más eficientes en la reutilización del agua, con el 40% de toda la que se recupera en España, tras lo que se ha preguntado si se ha invertido en obras de mejora de aprovechamiento y gestión del agua en la cuenca cedente el dinero que paga la receptora por ese recurso.

Por su parte, el consejero andaluz Fernández-Pacheco ha advertido de que este recorte afectará a 29.000 hectáreas de cultivo en Almería y podría traducirse en pérdidas superiores a

los 30 millones de euros anuales para el sector agrario. Así lo ha asegurado durante su participación en Murcia en el acto convocado por Scrats, donde además ha criticado que “precisamente cuando más recursos hídricos hay, el Ministerio de Transición Ecológica, de forma unilateral y sin aceptar la participación ni la colaboración de las regiones más afectadas, toma una decisión que viene a reducir a la mitad el agua destinada desde el trasvase Tajo-Segura a la que es huerta de Europa”. Ha acusado al Ejecutivo central de impulsar una “política de sequía” que perjudica directamente a territorios agrícolas productivos y ha reivindicado que el agua, lejos de ser un privilegio, es un derecho que debe garantizarse allí donde genera riqueza, empleo y alimentos.

Fernández-Pacheco ha asegurado que esta decisión “pone en peligro no sólo miles de hectáreas de cultivo sostenible y eficiente”, sino también “la soberanía alimentaria de Andalucía”, y ha advertido de que “secar el sureste español tiene efectos directos sobre nuestro campo, nuestro PIB, el volumen de nuestras exportaciones y el empleo de miles de familias que viven de forma directa e indirecta de la agricultura”.

■ CASTILLA-LA MANCHA MARCA DISTANCIA

Frente a estas posiciones, Castilla-La Mancha ha mostrado su respaldo a las nuevas reglas y ha reprochado la falta de propuestas técnicas de los gobiernos que ahora protestan. La consejera de Desarrollo Sostenible, Mercedes Gómez, ha asegurado que la manifestación de los regantes está “dirigida políticamente” por “gobiernos que no han hecho ningún tipo de aportación técnica” y ha subrayado que el Tajo debe ser un “río vivo” con caudales ecológicos suficientes. Ha recordado que la cuenca cedente no tiene cubiertas el cien por cien de sus necesidades y ha defendido que la nueva planificación hidrológica, en vigor desde 2023, cuenta con el aval de cinco sentencias judiciales.

La titular de Desarrollo Sostenible ha incidido en que el Ejecutivo regional seguirá “aportando suficiente información”, así como “colaborando y apoyando” al Gobierno de España “si se hacen bien las cosas y se atienden estas demandas” que se vienen haciendo “de forma reiterada” desde que Emiliano García-Pagge está al frente del Gobierno de Castilla-La Mancha.

En medio de este cruce de posiciones, los regantes del sureste se sienten abandonados. El presi-

dente de la Federación Nacional de Comunidades de Regantes, Juan Valero, ha recordado que la mayor parte de los regadíos del Tajo se abastecen de afluentes y no del cauce principal, y ha criticado la imposición de caudales ecológicos como el de Aranjuez, que si se extendieran a otras zonas dejarían sin agua a los propios agricultores de la cuenca alta. En su opinión, las nuevas reglas no obedecen a criterios técnicos ni ambientales, sino a decisiones políticas que ponen en jaque a toda la economía agroalimentaria del Levante. Desde Scrats, también se insiste en que el trasvase no afecta a ninguna necesidad pendiente en la cuenca cedente y que su recorte sería un golpe estructural para regiones que han convertido el agua en desarrollo.

Mientras tanto, el Ministerio para la Transición Ecoló-



El Miteco mantiene el calendario de aplicación de las nuevas reglas y ha autorizado un trasvase de 180 hm³ para el trimestre abril-junio de 2025. / ARCHIVO

Los gobiernos de Murcia, Comunidad Valenciana y Andalucía han escenificado un nuevo frente común en defensa del trasvase Tajo-Segura y en contra de las nuevas reglas de explotación

Castilla-La Mancha ha mostrado su respaldo a las nuevas reglas y ha reprochado la falta de propuestas técnicas de los gobiernos que ahora protestan

gica mantiene el calendario de aplicación de las nuevas reglas y ha autorizado un trasvase de 180 hectómetros cúbicos para

el trimestre abril-junio de 2025, gracias a las lluvias de marzo que han permitido situar al sistema en nivel 1, el más favorable.

Patatas Beltrán
Wherever you are

FUERZA

Patatas Beltrán
Wherever you are
HOSTELERÍA

CULTIVAMOS PATATAS QUE DAN prestigio

La Primera empresa de patatas con la integración vertical:
+Campo
+Almacenaje
+Venta

patatasbeltran.com
© f y d

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 21 al 27 de abril de 2025, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante. Últimos precios recibidos.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Otras Variedades	1,00
Coco Otras Variedades	3,00
Dátil Medjoul	3,50
Kiwi Kiwigold	2,75
Pulpa Verde	1,30
Lima Mejicana	2,10
Mango Tommy Atkins	2,50
Manzana Otras Variedades	1,30
Pink Lady	2,20
Royal Gala.....	1,60
Nuez	3,00
Papaya Papayón.....	2,55
Pera Conferencia.....	1,50
Piña Golden Sweet.....	1,45
Plátano Americano Otras Variedades ...	1,20
De Canarias 1	1,40
De Canarias Extra	2,60
Macho	1,05
Pomelo Rojo.....	1,20
Uva Blanca Otras Variedades	4,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Holas Lisas vERDE	0,80
Hojas Rizadas Lyon	0,90
Ajo Tierno o Ajete.....	2,50
Apio Verde	0,90
Apionabo	0,90
Berenjena Morada	0,60
Boniato o Batata.....	0,75
Bróculi o Brócoli o Brécol	1,20
Calabaza de Invierno	0,60
De Verano	0,90
Otras Variedades	0,85
Cardo	1,20
Cebolla o Cebolleta Tierna	3,50
Chirivía.....	0,90
Col de Hojas Lisas	0,40
Lombarda o Repollo Rojo	0,60
Hojas Rizadas.....	0,50
Coliflor	1,00
Endivia	1,90
Escarola.....	1,00
Espinaca.....	1,00
Lechuga Cogollo	1,60
Hojas de Roble	2,00
Iceberg	1,90
Romana	0,80
Maíz o Millo	0,95
Perejil	0,90
Pimiento rojo Najerano	2,50
Puerro	3,50
Remolacha Común o Rojo	0,90
Resto de Hortalizas	0,80
Tomate Liso Rojo Pera.....	0,75
Yuca o Tapioca o Mandioca	1,50
Zanahoria o Carlota Nantesa	0,70
Otras Variedades	0,70
PATATAS	Euros/kg
Blanca Spunta Granel	1,00
Roja Red Pontiac Granel	2,40

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 28 de abril de 2025, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna. Últimos precios recibidos.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	3,00
Aguacate	4,00
Almendra	7,00
Pomelo.....	1,30
Avellana.....	6,50
Kaki.....	2,20
Carambolas.....	4,00
Castañas	3,00
Cerezas	12,00
Cocos.....	0,80
Membrillo.....	1,50
Dátiles.....	3,50
Feijoa.....	8,00

Higo	11,00
Higos Chumbos.....	3,50
Frambuesa	1,50
Grosellas	10,00
Kiwis	3,00
Lichis	4,50
Lima	2,00
Limón.....	0,90
Fresa	10,00
Fresón	2,80
Granada	1,80
Mandarina Clementina	1,70
Satsuma.....	1,00
Otras	2,50
Mangos.....	2,25
Maracuyá	6,00
Melón Galia	1,15
Amarillo	0,40
Piel de Sapo	1,50
Otros.....	1,00
Moras.....	10,50
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca	2,50
Amarilla	2,50
Níspero	2,50
Nueces	3,00
Olivas	1,80
Papayas.....	3,00
Pera Blanquilla	1,15
Verano	1,20
Invierno.....	1,40
Temprana.....	1,00
Piña.....	1,00
Pitahaya	7,00
Plátanos Canario.....	2,80
Importación.....	1,30
Manzana Bicolor	1,10
Amarilla	1,20
Verde	1,25
Roja	1,40
Otras	1,35
Melocotón Amarillo.....	3,25
Rojo Pulpa Blanca.....	3,50
Rojo Pulpa Amarilla.....	3,50
Ciruela	2,75
Uva Blanca.....	4,20
Negra.....	3,00
Rambután	11,50
Sandía con semilla	1,20
Sin semilla.....	1,00
Naranja	1,25
Chirimoya.....	3,60
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	1,90
Redonda	2,00
Ajo Seco.....	4,20
Tierno.....	1,10
Apio	1,00
Acelgas	1,10
Batata	1,10
Borrajá	1,00
Bróculi	1,00
Brécol.....	1,50
Calçots.....	0,16
Calabaza.....	0,60
Calabacín	0,85
Cardo	1,10
Alcachofa.....	1,10
Cebolla Seca	0,35
Figueras	0,75
Tierna.....	1,00
Pepino.....	1,20
Col Repollo	0,60
Bruselas	2,80
Lombarda	0,50
China	0,90
Coliflor	1,20
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,70
Larga.....	0,85
Otras	0,90
Endivia	1,20
Escarola.....	0,90
Espárragos Blancos	8,00
Verdes	2,10
Espinaca.....	1,00
Haba	1,20

Hinojo	1,00
Perejil	0,60
Judía Bobi	4,00
Perona.....	4,50
Fina.....	2,00
Otras	3,50
Nabo.....	0,80
Zanahoria.....	0,60
Patata Blanca.....	0,60
Temprana.....	0,55
Roja	0,55
Pimiento Lamuyo	1,35
Verde	1,90
Rojo	1,70
Guisante	7,50
Puerro	1,15
Rábano	0,50
Remolacha	0,80
Tomate Maduro	1,40
Verde	1,25
Chirivía.....	1,00
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	6,50
Rovellón-Níscalo	14,00
Champiñón	3,00
Olivas	11,00
Maíz	0,50
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 6 al 9 de mayo de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	4,00-3,40
Cerezas	10,00-8,50
Fresones	3,25-3,00
Limonos	1,50
Manzana Golden	1,05
Starking	S/C
Roja	S/C
Naranja Navel	1,00
Nísperos.....	3,00-2,50
Pera Blanquilla	1,80
Sandías	1,40-1,20
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofa.....	1,75
Lechugas	0,54
Cebollas Grano de Oro.....	0,90
Espárragos	1,50
Judías Verde Perona	3,50-2,50
Patatas Calidad	0,52
Primor	0,90
Tomate Maduro	0,85
Verde	S/C
Zanahorias	1,40

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 28 de abril al 4 de mayo de 2025. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguaates	3,77
Albaricoque.....	3,93
Almendra	10,10
Ciruela	3,24
Chirimoya.....	3,57
Fresa / Fresón	2,60
Kiwi / Zespri	3,81
Limón.....	1,18
Mandarina Clementina / Fortuna /	
Nadorcott.....	1,78
Mango	2,72
Manzanas O.V.....	1,86
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,46
Royal Gala / Cardinale	1,58
Starking / Red Chief / Galaxia	1,54
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,66
Granny Smith	1,79
Reineta / Canadá Gris.....	2,17
Pink Lady	2,077
Melón / Galia / Coca	1,61

Naranja Navel	1,15
Salustiana	0,78
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,07
Valencia Late / Miaknight	1,05
Níspero / Nipola	2,44
Nuez	4,30
Papaya	2,63
Pera Conferencia / Decana	1,98
Blanquilla o Agua.....	1,81
Ercolini / Etrusca.....	2,60
Piña.....	1,63
Plátano.....	2,70
Pomelo Rubi Star.....	1,40
Banana	1,54
Sandia	1,27
Uva	3,55
Otros Frutos Secos.....	12,84
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	0,88
Ajo Seco.....	4,80
Tierno o Ajete.....	15,75
Alcachofa.....	0,85
Apio	1,25
Berenjena.....	0,85
Bróculi / Brecol.....	1,48
Calabacín	0,67
Calabaza / Marrueco.....	0,85
Cebolla / Chalota	0,98
Cebolleta.....	1,15
Champiñón	2,80
Col Repollo	0,73
China	1,50
Coliflor / Romanescu.....	0,92
Escarola.....	1,40
Espárrago Verde	4,69
Espinaca.....	0,85
Guisante	2,90
Haba Verde	1,56
Judía Fina	3,53
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	2,64
Boby / Kora / Striki	4,00
Lechuga O.V.	0,69
Cogollo	1,94
Iceberg.....	0,98
Nabo	1,12
Pepino	0,76
Perejil	1,92
Pimiento Verde.....	1,19
Rojo Asar	1,53
Puerro	1,30
Rábano / Rabanilla.....	3,20
Remolacha	2,50
Seta.....	4,23
Tomate O.V.....	1,40
Cherry	2,31
Daniela.....	1,13
Zanahoria.....	0,91
Hierbabuena	1,90
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,80
Añeja	0,62

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 5 al 9 de mayo de 2025, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	4,51
Fuerte.....	4,85
Otras Variedades	3,50
Albaricoque Otras Variedades	6,79
Moniqui	6,75
Ciruela Otras Familia Black.....	3,75
Reina Claudia.....	3,63
Santa Rosa.....	3,75
Coco Otras Variedades	1,15
Dátil Deglet Nou	4,45
Fresa	8,95
Fresón Otras Variedades.....	9,95
Granada Otras Variedades	3,15
Guayaba Otras Variedades	3,85
Higo Chumbo.....	5,45
Kaki Otras Variedades	4,45
Kiwi Kiwigold	6,45
Pulpa Verde	4,45
Limón Fino o Primafiori	1,24
Otras Variedades	1,24

Verna	1,24
Mandarina Clemenlate	2,44
Clemenule.....	1,95
Manga Kent	9,87
Mango Tommy Atkins	2,95
Manzanas Fuji.....	2,19
Golden	2,10
Granny Smith	1,84
Royal Gala.....	2,07
Otras Variedades	2,45
Reineta.....	1,95
Melocotón Baby Gold.....	6,75
Merryl y Elegant Lady.....	6,75
Melón Piel de Sapo	2,75
Amarillo	1,95
Naranja Valencia Late.....	1,24
Otras Variedades	1,23
Lane Late	1,25
Navel	1,20
Navel Late.....	1,15
Navelina.....	1,25
Nectarina Carne Blanca	6,75
Níspero Algerie o Argelino.....	4,55
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	2,22
Papayón (2-3 kg/ud)	2,22
Paraguayo Otras Variedades.....	4,05
Pera Conferencia	2,22
Limonera	2,20
Ercolini / Morettini.....	2,77
Otras Variedades	1,60
Piña Golden Sweet.....	8,35
Plátanos Canarias Primera	2,05
Canarias Segunda.....	1,55
Extra.....	2,35
Pomelo Rojo.....	1,59
Amarillo	1,59
Sandía Sin Semilla	1,68
Con Semilla.....	1,80
Uva Red Globe.....	3,20
Blanca Otras Variedades	3,45
Negra Otras Variedades	3,45
Aledo	2,05
Resto de frutas	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	2,75
Ajo Blanco.....	5,15
Tierno o Ajete.....	2,35
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,85
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	1,08
Berros.....	2,14
Boniato o Batata.....	1,98
Bróculi, Brecol o Brócoli	2,91
Calabacín Blanco	1,65
Verde	1,50
Calabaza De Verano.....	1,22
De Invierno	1,15
Cardo	1,15
Cebolla Grano Oro o Valenciana	1,29
Morada	1,59
Recas o Similares	0,85
Tierna.....	0,95
Col China o Pekinensis.....	0,85
Lombarda o Repollo Rojo	1,00
Repollo Hojas Rizadas.....	0,45
De Bruselas	1,65
Coliflor	1,40
Endivia	1,25
Escarola Rizada o Frisée	1,04
Espárrago Verde o Triguero.....	2,40
Espinacas	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Roja	2,50
Guisante	3,45
Haba Verde o Habichuela.....	1,75
Hinojo	2,45
Judía Verde Boby.....	2,99
Verde Otras Variedades	6,43
Verde Elda.....	5,90
Lechuga Otras Variedades	0,30
Romana	0,45
Maíz o Millo	0,80
Pepino Largo o Tipo Holandés	1,20
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	2,55
Rojo Lamuyo.....	2,32
Verde Italiano.....	2,43

MERCADOS NACIONALES

Verde Padrón	3,78
Otras Variedades	2,45
Puerro	1,26
Rábano y Rabanilla	0,65
Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	2,45
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry.....	2,75
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	1,35
Liso Rojo Canario	0,85
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	2,56
Jengibre	4,35
Ñame o Yame	4,55
Yuca o Mandioca o Tapioca	2,20
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel) Euros/kg	
Blanca, Otras Variedades.....	0,87
Otras Variedades	1,15
Roja Otras Variedades	0,86
Blanca Spunta.....	0,88

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 6 al 9 de mayo de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Albaricoques	4,00
Cerezas	18,00
Fresones	3,07
Limones	1,00
Manzana Golden	1,71
Roja	S/C
Melón Piel de Sapo	2,33
Naranja Navel	1,35
Nísperos	4,08
Pera Blanquilla	2,00
Sandías	1,65
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofa	1,20
Lechugas	0,88
Cebollas Grano de Oro	0,64
Espárragos	6,28
Judías Verde Perona	2,75
Patatas Calidad	0,55
Primor	1,00
Pimientos Verdes.....	1,80
Tomate Maduro	S/C

Mercamurcia

Información de precios orientativos de mayorista a detallista, puestos en mercado y con envasado estándar de frutas y hortalizas, , referidos a la semana del 5 de mayo de 2025, ofertados en Mercamurcia.

FRUTAS Euros/kg	
Aguate Fuerte.....	3,75
Hass	3,50
Otras Variedades	3,00
Albaricoque Otras Variedades	2,50
Almendra Seca.....	8,00
Cereza Otras Variedades	7,00
Chirimoya Fina de Jete	3,50
Otras Variedades	3,25
Ciruela Red Beaty.....	4,25
Otras Familia Black.....	4,00
Otras Variedades	3,50
Coco en Seco	0,80
Datil Deglet Nour	4,50
Medjooul	8,00
Otras Variedades	3,70
Fisalis Tomatillo	3,50
Golden Berry	6,00
Amarillo Enano	6,00
Fresón Otras Variedades.....	3,00
Granada Otras Variedades	4,50
Guayaba o Cas.....	3,80
Otras Variedades	3,20
Kiwi Pulpa Verde	4,00
Otras Dulce	5,50
Otras Variedades	4,20
Lima Mejicana.....	2,50
Limón Verna	0,70
Mandarina Ortanique.....	2,00
Otras Variedades	2,50
Mango Haden.....	3,25
Tommy Atkins	2,25
Otras Variedades	2,00
Manzana Golden	1,10
Starking o Similares.....	1,40
Reineta.....	1,90
Granny Smith	1,70
Royal Gala.....	1,60
Fuji.....	1,70
Pink Lady	2,40
Verde Doncella.....	1,80
Melocotón Fresquilla o Pavia.....	4,00
Otras Variedades	4,00

Melón Piel de Sapo	2,00
Galia	1,80
Naranja Navel	0,85
Valencia Late.....	0,60
Navel Late.....	0,85
Otras Variedades	0,90
Nectarina Otras Variedades	3,50
Níspero Otras Variedades	2,00
Nuez Nacional.....	4,25
Papaya Solo y Sunrise.....	2,50
Papayón	2,00
Otras Variedades	1,90
Paraguay UFO 4.....	3,50
Pera Ercolini / Morettini.....	2,75
Agua o Blanquilla	2,00
Limonera	1,50
Conferencia.....	1,80
Piña Africana.....	1,50
Golden Sweet	1,90
Otras Variedades	1,40
Plátano de Canarias Extra.....	3,00
De Canarias 1	2,60
De Canarias 2	2,40
Americano o Banana	1,45
Macho	1,80
Pomelo Rojo.....	1,30
Rambután	2,50
Sandía Con Semilla	1,50
Sin Semilla	1,25
Otras Variedades	1,50
Uva Sin Semilla Negra.....	3,50
Sin Semilla Blanca.....	4,50
Tamarindo	3,00

HORTALIZAS Euros/kg	
Acelga de Hojas Lisas Verde.....	0,75
Ajo Blanco.....	4,50
Tierno o Ajete	4,00
Morado	4,25
Otras Variedades	3,80
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,15
Violeta	0,65
Otras Variedades	0,60
Apio Verde	0,95
Amarillento	1,00
Berenjena Morada	0,80
Otras Variedades	0,70
Boniato o Batata.....	1,30
Brocolo o Brocoli o Brecol	1,80
Calabacín Verde	0,60
Blanco	0,90
Calabaza de Verano	0,55
De Invierno	1,50
Otras Variedades	0,45
Cardo	1,75
Cebolla Grano de Oro o Valenciana	0,95
Babosa.....	0,60
Morada	1,00
Recas y Similares.....	1,25
Blanca Dulce de Ebro.....	1,60
Francesa o Echalote	1,50
Otras Variedades	1,10
Tierna	0,80
Chirivía	1,20
Col Repollo de Hojas Rizadas.....	1,00
Lombarda o Repollo Rojo	1,00
Coliflor	1,00
Endivia	2,40
Escarola Rizada o Frisée	1,25
Lisa	1,20
Espárrago Verde o Triguero.....	3,25
Espinaca	1,20
Guindilla Verde.....	2,25
Roja	4,25
Guisante	3,00
Haba Verde o Habichuela.....	1,00
Judía Verde fina	3,00
Verde Bobby	2,40
Verde Perona	2,20
Verde Otras Variedades	1,75
Laurel	1,00
Lechuga Batavia.....	0,50
Romana	0,70
Iceberg	0,60
Cogollo	1,25
Hoja de Roble	1,00
Lollo Rosso	1,00
Otras Variedades	0,30
Maíz o Millo	1,50
Nabo.....	1,00
Pepino Corto o Tipo Español	0,55
Perejil	1,00
Pimiento Verde Italiano	1,20
Rojo Lamuyo	1,40
Amarillo Tipo California.....	1,10
Verde Cristal	1,00
Rojo California	1,25
Verde Padrón	3,40
Ñoras Secas	20,00
Puerro	0,95
Rábano y Rabanilla	1,50
Remolacha Común o Roja	0,80

Seta Champiñón	2,40
Girgola o Chopo	3,60
Shii-Take	4,00
Tomate Liso Rojo Daniela / Long Life /	
Royesta	0,90
Liso Rojo Rama	0,90
Liso Rojo Pera	0,80
Cherry	2,10
Liso Verde Rambo	1,00
Liso Rojo Tipo Canario.....	0,70
Liso Verde Mazarrón	1,25
Asurcado Verde Raf.....	3,00
Kumato	2,50
Otras Variedades	1,25
Zanahoria en Rama.....	1,20
Nantesa	0,90
Jengibre	3,50
Ñame o Yame	1,70
Oca o Quimbombó	3,80
Tamarillo Otras Variedades	4,50
Yuca o Mandioca o Tapioca	3,00
Hortalizas IV Gama	3,80
PATATAS Euros/kg	
Blanca Liseta Granel.....	0,85
Blanca Liseta Confecc	0,85
Blanca Spunta Confecc	1,00
Blanca Agria Granel	0,85
Blanca Agria Confecc	0,90
Roja Otras Variedades Granel.....	0,95

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 6 al 9 de mayo de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Albaricoques	5,59-4,12
Cerezas	4,63-4,13
Fresones	2,69-2,88
Limones	1,05-1,13
Manzana Golden	1,90-1,69
Melón Piel de Sapo	2,11-1,84
Starking	S/C
Roja	S/C
Naranja Navel	0,65
Nísperos	2,68-2,30
Pera Blanquilla	1,78-1,60
Sandías	1,10-1,00
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofa	1,08-0,95
Lechugas	0,74-0,68
Cebollas	
Grano de Oro	0,81-0,85
Coliflor	S/C
Espárragos	5,99-5,61
Judías Verde Perona	3,80
Patatas Calidad	0,95-0,85
Primor	0,95-1,00
Pimientos Verdes.....	1,28-1,05
Tomate Maduro	1,10-1,14
Verde	1,34-1,29

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 6 al 9 de mayo de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS Euros/kg	
Albaricoques	6,50-3,00
Cerezas	14,00-6,00
Fresones	3,00-2,50
Limones	0,90
Manzana Golden	1,00
Melón Piel de Sapo	1,60
Naranja Navel	0,80
Níspero	2,50
Pera Blanquilla	1,50-1,80
Sandías	1,40-1,30
HORTALIZAS Euros/kg	
Alcachofa	0,75-0,40
Lechugas	0,80
Cebollas Grano de Oro.....	0,52-0,80
Coliflor	S/C
Espárragos	5,50-4,50
Judías Verde Perona	6,00-3,80
Patatas Calidad	0,55
Primor	1,00
Pimientos Verdes.....	1,80-1,00
Tomate Maduro	0,75-0,70
Verde	1,50-1,40

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 8 de mayo de 2025. Información de EFEAGRO.

CEREALES Euros/Tm	
ALFALFA	
Alfalfa	
Rama campo 1ª.....	S/C

Informe Semanal de Mercados de Cítricos

Resumen informativo semanal de los mercados de cítricos de la Comunitat Valenciana. Información facilitada por la Generalitat Valenciana a través de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca, durante el periodo comprendido del 28 de abril al 4 de mayo de 2025. Precios origen. Semana 18/2025.

PRECIOS DE CÍTRICOS EN ORIGEN

Esta semana, las compras se han centrado en las naranjas blancas Valencia Late y Valencia Midnight. Aunque también se han realizado transacciones de naranjas Navel Powell, éstas han sido más escasas ya que la campaña de esta variedad está finalizando. Sigue el interés por las últimas variedades de naranja de la temporada y las cotizaciones han continuado estables o, incluso, han repuntado en algunos casos. Los precios de las naranjas blancas Valencia Late y Midnight continúan situándose muy por encima de la campaña anterior y ligeramente superiores a los valores de la campaña 2022/2023. Respecto a la campaña del limón, siguen realizándose transacciones de limón Verna y las cotizaciones no han variado respecto a las semanas anteriores. En general, las compras están muy adelantadas y queda poca naranja por comprar, especialmente en las provincias de Castellón y Valencia.

PRECIOS DE CÍTRICOS A LA SALIDA DEL ALMACÉN

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

Rama campo 2ª	S/C
AVENA	
Avena	
Blanca	179,00
Rubia	189,00
Forraje Avena	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso –62 kg/hl.....	182,00
Pienso +62 kg/hl	188,00
CENTENO	
Centeno	188,00
GIRASOL	
Pipa	
Alto Oléico	S/C
Pipa de Girasol.....	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre	
Secadero	227,00
PAJA	
Paja Empacada	S/C
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	260,00
Duro Proté=12%	250,00
Extensible Chamorro.....	S/C
Forrajero	214,00
Gran Fuerza w 300	274,00
Media Fuerza w –300.....	258,00
Panificable	222,00
Triticales	206,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	S/C
Yero Grano	S/C

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 6 de mayo 2025. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES Euros/Tm	
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	155,00
CEBADA	
Importación.....	205,00
Nacional P.E. (62-64).....	225,00
Centeno	S/C
COLZA	
Importación 34/36%	272,00
GARROFA	
Harina	311,00
Troceada	352,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	216,00
GIRASOL	
Importación	
34%.....	256,00
Semillas de Girasol	500,00
Importación 28/3	222,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación	257,00
Importación.....	229,00
Importación CE	230,00
MUO	
Importación.....	350,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%.....	326,00
Harina	
Soja Nacional 47%	326,00
Aceite Crudo de Soja	1.133,00
Salvados de Soja	206,00
SORGO	
Importación.....	S/C

TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	188,00
Forrajero	237,00
Panificable,	
mín. 11	247,00
Triticales	S/C
FRUTOS SECOS Euros/Tm	
ALMENDRAS	
Común 14 mm.....	8.400,00
Largueta 12/13 mm	7.050,00
Largueta 13/14 mm	8.050,00
Marcona 14/16 mm.....	13.000,00
Marcona 16 mm.....	13.070,00
AVELLANA	
Negreta	
en grano	11.000,00
PIÑÓN	
Castilla	44.000,00
Cataluña	43.500,00
LEGUMBRES Euros/Tm	
GUISANTE	
Forrajero	S/C
Forrajero	
Importación.....	S/C
ACEITE	
Palmiste	
Importación.....	190,00
Crudo	
de Palma	1.005,00

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cítricos, del 6 de mayo de 2025. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CÍTRICOS Euros/Tm	
Naranja Salustiana Calidad 1	S/O
Naranja Navel Powell, Barfield	
y Chisslet Calidad 1.....	S/O
Naranja Valencia Delta Calidad 1 0,38-0,45	
Naranja Valencia Midnight y	
Barberina calidad 1.....	0,44-0,50
Naranja Valencia Midnight y	
Barberina calidad 2.....	0,36-0,43
Naranja Industria Grupo Navel.....	S/O
Industria Grupo Blanca	0,29-0,31
<i>Nota: Los precios son orientativos, en árbol, origen Córdoba. Sin IVA incluido. Para la naranja de industria los precios son sobre camión.</i>	
Mercado estancado con poca actividad y operaciones. Se espera finalizar la actividad de la lonja en las próximas semanas. Repetición general de las cotizaciones de Valencia Delta calidad 1ª en base a operaciones puntuales y repetición de las cotizaciones de las variedades Valencia Midnight y Barberina de Calidad 1ª y 2ª. Repetición de las cotizaciones de industria del grupo Blanca y Salustiana. La parte superior de las horquillas se corresponden con calibres altos y extras.	
<i>La próxima sesión se celebrará el martes 13 de mayo de 2025.</i>	
Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 22 de abril de 2025. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.	
CEREALES Euros/Tm	
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	S/O
Grupo 2.....	S/O
Grupo 3.....	S/O
Grupo 4. A	S/O
Grupo 4. B	S/O
Grupo 4. C	S/O
TRIGO BLANDO	

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 18, del 28 de abril al 4 de mayo de 2025, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona	Consumo Fresco	0,50-0,85	Castellón	Blanca	0,22-0,43	Valencia	Lamuyo Verde	0,40-1,54	Alicante
(Kg/árbol, cotización más frecuente)			Consumo Fresco	0,26-0,62	Valencia	Escarola			Dulce Italia	1,01-1,04	Alicante
NARANJAS NAVAL			Industria Corazones	0,20-0,60	Alicante	Ancha Lisa	0,48	Castellón	Tomate		
Navel Powell	0,40-0,50	Alicante	Industria Corazones	0,25-0,45	Castellón	Hoja Rizada	0,33-0,47	Valencia	Acostillado	0,53-1,11	Alicante
Navel Powell	0,45-0,47	Castellón	Industria Troceado	0,22-0,35	Alicante	Haba			Valenciano	1,13	Alicante
Navel Powell	0,35-0,50	L. Valencia	Industria Perolas	0,15	Alicante	Muchamiel	0,68-0,85	Castellón	Raff	1,27	Castellón
NARANJAS BLANCAS						Valenciana	0,46-0,47	Alicante	FRUTOS SECOS		
Valencia Late	0,35-0,50	Alicante	Berenjena			Judía			(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)		
Valencia Late	0,35-0,50	Castellón	Rayada	0,37-0,62	Alicante	Blanca	5,10	Castellón	ALMENDRAS		
Valencia Late	0,30-0,40	Valencia	Boniato Rojo	0,52-0,74	Alicante	Roja	4,25	Castellón	Comuna	4,56-4,66	Alicante
Valencia Late	0,30-0,44	L. Valencia	Blanco	0,84-0,89	Alicante	Verde Boby	2,54-3,00	Alicante	Comuna	5,00-5,10	Castellón
Valencia Midnight	0,45-0,50	Alicante	Calabacín	0,33-0,59	Castellón	Verde Perona	3,80-4,68	Castellón	Largueta	4,86-4,96	Alicante
Valencia Midnight	0,40-0,46	Castellón	Calabaza			Lechuga			Marcona	5,41-5,51	Alicante
Valencia Midnight	0,34-0,56	Valencia	Tipo Cacahuete	0,37-0,44	Alicante	Romana	0,30-0,35	Castellón	Marcona	5,75-6,10	Castellón
Valencia Midnight	0,35-0,60	L. Valencia	Cebolla Tierna	0,56	Castellón	Romana	0,26-0,31	Valencia	Plantea	4,56-4,66	Alicante
LIMÓN			Spring	0,55	Castellón	Trocadero	0,44-0,80	Castellón	CEREALES		
Limón Verna	0,50-0,65	Alicante	Spring	0,42-0,62	Alicante	Patata			(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
FRUTAS			Col			Blanca	0,36-0,70	Alicante	ARROZ		
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)			China	0,50-0,60	Castellón	Blanca	0,70	Castellón	Cáscara redondo	0,60	Valencia
Níspero Algar	2,20	Alicante	Lombarda	0,30-0,60	Castellón	Blanca	0,37-0,48	Valencia	INDUSTRIALES		
HORTALIZAS			Brócoli	0,20-0,39	Alicante	(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)			ACEITE		
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)			Brócoli Industria	0,10-0,15	Alicante	Pepino			Oliva Lampante >2º	2,60-2,90	Castellón
Acelga	0,44-0,65	Alicante	Repollo Hoja Lisa	0,24-0,37	Alicante	Blanco	0,56-0,74	Alicante	Oliva Virgen 0,8º-2º	3,15-3,30	Castellón
Ajo Tierno	1,05-1,12	Alicante	Repollo Hoja Lisa	0,30	Castellón	Blanco	0,72-0,85	Castellón	Oliva Virgen Extra	3,40-3,50	Castellón
Tierno	1,76-2,20	Valencia	Repollo Hoja Lisa	0,29-0,39	Valencia	Pimiento			Garrafa		
Apio Verde	0,36-0,61	Alicante	Repollo Hoja Rizada	0,30-0,64	Castellón	California Amarillo	0,50-1,45	Alicante	Entera	0,45-0,50	Castellón
Alcachofa			Coliflor			California Rojo	0,50-1,09	Alicante			
Consumo Fresco	0,20-1,04	Alicante	Blanca	0,22-0,45	Alicante	California Verde	0,50-0,80	Alicante			
			Blanca	0,35-0,50	Castellón	Lamuyo Rojo	0,40-1,31	Alicante			

Grupo 1.....	S/O
Grupo 2.....	S/O
Grupo 3.....	S/O
Grupo 4.....	S/O
Grupo 5.....	S/O
OTROS PRODUCTOS	
Tricale.....	S/O
Cebada	S/O
Avena.....	S/O
Maíz.....	S/O
Sorgo	S/O
Habas.....	S/O
Guisantes	S/O
Girasol Alto	
Oleico.....	S/O
Girasol.....	S/O
Colza.....	S/O
Próxima sesión 13 de mayo de 2025.	
Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 6 de mayo de 2025. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.	
ALMENDRAS Euros/Tm	
Floración Tardía Monovarietal	S/O
Soleta.....	5,31
Belona.....	5,31
Guara.....	5,25
Antoñeta.....	S/O
Constantí	S/O
Comuna Tradicional.....	5,16
Ecológica.....	S/O
Próxima sesión el 20 de mayo de 2025.	

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 7 de mayo de 2025, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Pienso	198,00
Cebada	185,00
Triticale.....	188,00
Centeno	166,00
Avena.....	165,00
Maíz	219,00
FORRAJES Euros/Tm	
Alfafa	
Paquete Rama	S/C
Paquete Deshidratado.....	S/C
Paja 1º Cebada	47,00
Veza	
Forraje de 1º.....	S/C
Forraje.....	S/C
PATATAS Euros/Tm	
Agria	S/C
Jaerla.....	S/C
Kennecec.....	S/C
Red Pontiac.....	S/C
Red Scarlett.....	S/C
Yona.....	S/C
ALUBIAS Euros/Tm	
Pinta.....	S/C
Riñón de León	S/C
Canela.....	S/C
Redonda	S/C
Negra	S/C
Palmeña Redonda.....	S/C
Planchada	S/C
Plancheta	S/C

GIRASOL	Euros/Tm
Girasol.....	S/O
Girasol Alto	
Oleico.....	S/O
En lo que llevamos de año 2025, el precio de los cereales ha entrado en una espiral bajista, y pronosticar un suelo o un cambio de tendencias no es fácil, pero lo que si dejan claro estos precios es que la rentabilidad de los agricultores está en entredicho como ejemplo el trigo llegó a cotizar a primeros de enero a 227 €/t y hoy ha cotizado a 198 €/t, lo que supone una caída cercana al 13%. La demanda sigue baja y la vista está puesta en la cercanía de la próxima cosecha que en España se espera buena, y respecto al resto de países productores no hay incidencias destacables. En cuando al maíz en la provincia de león (principal productora de este cereal de España) se está produciendo un retraso importante en las siembras, debido a las incesantes lluvias, lo que previsiblemente afectará a los rendimientos futuros. Así hoy en la sesión de la lonja de León, bajada de 2 €/t en trigo y 3€/t en maíz y cebada. Se puede consultar más información en nuestra página web www.lonjadeleon.es.	

Lonja de Murcia

Información de los precios de las almendras, del 30 de abril de 2025. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidior, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona	5,96
Largueta.....	5,41
Comuna	5,07
Ferragnes	5,21
Garrigues	5,28
Guara.....	5,14
Ramillete.....	5,27
Comuna Ecológica	5,58

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 5 de mayo de 2025. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALMENDRA	
Guara	5,00
Comuna	
Ecológica	5,15
Pelona	3,75
Belona	5,15
Constantí.....	5,00
Vairo.....	4,95
Lauranne	4,90
Común	4,75
Largueta	5,00
Marcona.....	5,55
PIÑÓN	
Alameda.....	44,00
Castilla	44,00
AVELLANA Euros/Libra	
San Giovanni	1,90
Negreta DOP	2,65
Negreta +12mm.....	2,63

Corriente +12mm	2,25
Tonda +12m.....	2,18
Negreta -12mm	1,92
Corriente -12mm	1,86
Tonda -12mm	1,84

Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 5 de mayo de 202d. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Blando	209,00
Cebada	
P. E. (+64).....	198,00
Avena.....	168,00
Centeno	S/C
Tricale	199,00
Maíz, (14º)	229,00
LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Guisantes	S/C
Garbanzo	
Pedrosillano	S/C
Lenteja	
Armuña.....	S/C
OLEAGINOSAS Euros/Tm	
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol	
(Alto Oleico).....	S/C
Colza	S/C
FORRAJES Euros/Tm	
Forraje Extra	S/C
Forraje de Primera	S/C
Alfafa	
Empacada.....	S/C
Veza (Henificada).....	S/C
Paja Paquete	
Pequeño.....	S/C
Paja Paquete	
Grande.....	51,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 29 de abril de 2025. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1.....	S/O
Grupo 2.....	S/O
Grupo 3.....	S/O
Grupo 4.....	S/O
Grupo 5.....	S/O
Pienso	
Importación.....	230,00
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	S/O
Grupo 2.....	S/O
Grupo 3.....	S/O
Grupo 4.....	S/O
Triticale	
Nacional.....	227,00
Importación.....	S/O
Avena	
Importación.....	220,00
Nacional.....	S/O
Cebada,	

Igual y más de 64	218,00
Menos de 64.....	213,00
Importación Origen Puerto.....	220,00
Maíz	
Importación origen Puerto	233,00
Nacional.....	S/O
Habas	
Nacional.....	330,00
Importación.....	S/O
Guisantes	
Nacional.....	334,00
Importación.....	S/O
Girasol	
Alto oleico +80%	S/O
Convencional	S/O
Colza.....	S/O
NOTA: Toda la información de precios de esta Lonja es propiedad de la misma.	
Próxima sesión el 13 de mayo de 2025.	

Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados en la Lonja de Segovia del día 8 de mayo de 2024. Información facilitada por EFEEA-GRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALFAFA	
Alfafa	
Empacada.....	145,00
AVENA	
Avena.....	168,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	186,00
CENTENO	
Centeno	167,00
COLZA	
Colza.....	S/C
GIRASOL	
Girasol.....	S/C
PAJA	
Paja	
Empacada.....	40,00
TRIGO	
Trigo	
Nacional.....	199,00

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 24 de abril de 2024. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2024-2025).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero	247,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	201,00
Pienso –62 kg/Hl	194,00
AVENA	
Rubia	S/C
Pienso	199,00
TRIGO	
Duro Pr>12.....	S/C
Pienso	
+72 Kg/Hl.....	224,00
Fuerza +300w +14 pr	S/C
Fuerza -300 +12,5 pr	S/C
Panificable Pr>11, W<200	235,00
Chamorro.....	S/C
Triticale.....	207,00

Centeno	S/C
Guisante	280,00
Yeros	S/C
Garbanzo	
sin limpiar	S/C
Veza	S/C
Alfafa 1º	200,00
Paja 1º + p grande.....	58,00
Avena en Rama	S/C
Nota: Pocas ventas de cereal. Reajsute a la baja en todos los cereales.	
Próxima cotización 14 de mayo de 2025.	

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 28 de abril al 4 de mayo de 2025, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euro / Kilo
Trigo Media Fuerza.....	22,43
Trigo Pienso.....	21,88
Cebada Malta	22,90
Cebada Pienso	19,70
Maíz	S/C
Tricale.....	20,30
Semana de estabilidad en los precios de los cereales, con escasas y cortas variaciones, aunque todas negativas en las principales lonjas nacionales, en parte causadas por las festividades y también consecuencia del apagón eléctrico del lunes sobre la logística del sector. Tranquilidad obligada en los mercados y vigilancia atenta en los campos, que a finales de semana vieron regresar las lluvias con intensidad. Un exceso de humedad que dificulta los tratamientos fungicidas en los cereales y retrasa la siembra del girasol en los secanos de Rioja Alta. Mientras, de forma generalizada en todas nuestras comarcas, se contempla con esperanza un potencial de cultivo extraordinario, que deberá ratificarse durante este mes recién comenzado.	
FORRAJERAS Euro / Kilo	
Heno de Alfafa	17,00
CHAMPIÑÓN Y SETAS Euros/Kg	
Champiñón	
Granel pie cortado	2,95
Bandeja pie cortado.....	3,60
Industria 1 Raíz	1,06
Industria 2 Pie cortado.....	1,03
Seta	
Ostra Granel.....	3,50
Ostra Bandeja	4,25
Shii-Take granel.....	5,00
Nueva repetición de precios en todas las categorías de hongos. Con la llegada de mayo, los cultivadores de champiñón para industria van terminando la campaña con la cosecha de las últimas floradas.	
HORTALIZAS Euros/Kg	
Acelga Amarilla.....	0,70
Verde	0,65
Borrajá	0,90
Lechuga	
Rizada	3,65
Cogollos.....	3,00
Apio	S/C
Cardo	S/C

MERCADOS NACIONALES

Repollo.....	S/C
Coles de Bruselas.....	S/C
Coliflor	8,80
Brócoli.....	0,60
Romanescu	S/C
Alcachofa.....	2,00
Industria.....	0,90
Espárrago Fresco IGP Navarra	3,40
Haba Calzón	1,80
Grano.....	0,85
Durante los primeros días de la semana, el mercado ha fluido favorablemente ante una oferta ajustada de género. Sin embargo, el final de la semana coincidió con el puente de mayo dejando buena parte de la producción en las cámaras. En los primeros días de mayo se han empezado a recoger las primeras pellas de primavera, prosigue asimismo la recolección de brócoli y de alcachofas, con mayor presencia en la presentación de kilos y para industria. También comienza la campaña de habas, tanto en grano como en calzón.	
FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO PERA	
Limonera	
60+.....	0,90
Ercolini 50+	0,90
Blanquilla	
DOP	0,60
Conferencia DOP 75+.....	S/C
70-75 mm.....	S/C
65-70 mm.....	S/C
Conferencia 65-70 mm.....	S/C
Industria.....	0,11
GRUPO MANZANA	
Industria.....	0,13
Golden 70+	0,55
Fuji 70+	0,75
La campaña de la fruta de pepita va llegando a su fin, tanto en nuestra comunidad, donde ya son pocos los operadores que aún disponen de género, como en el ámbito nacional y europeo, cuyas producciones se estima que duren hasta mediados de mayo. Esta falta de género ha permitido subir ligeramente los precios de salida de almacén en la pera conferencia. Mientras, en el sur de España, comienza la campaña de fruta de hueso con la llegada de los primeros albaricokes tempranos.	
FRUTOS SECOS	Euro / Kilo
ALMENDRAS	
Común.....	0,93
Largueta.....	1,17
Marcona	1,27
Floración	
Tardía.....	1,56
Ecológica.....	1,23
Lonja de Valencia	
Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 5 de mayo de 2025	
Campaña 2024-2025.	
GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	Sin existencias
Navel.....	Sin existencias
Navel Lane Late	Sin existencias
Navel Powell, Barnfield y Chislett 0,35-0,50	
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	Sin existencias
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	Sin existencias
Barberina y Mid-night	0,35-0,60
Valencia Late y V Delta	0,30-0,44
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
GRUPO SATSUMAS	
Okitsu	Sin existencias
Owari	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubi y Orogrós.....	Sin existencias
Orunules	Sin existencias
Marisol	Sin existencias
Arrufatina.....	Sin existencias
Clemenules y Orogrande.....	Sin existencias
Hernandina	Sin existencias
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	Sin existencias
Tango.....	Sin existencias
Leanrí.....	Sin existencias
Nardocott.....	Sin existencias
Ortanique.....	Sin existencias
Orri.....	Sin existencias
Nota: Recolección a ritmo de la producción que queda. La próxima publicación del boletín de cotizaciones será el martes, 12 de mayo de 2025.	

Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos 28 de abril al 4 de mayo de 2025.

CEREALES

■ **De invierno:** En **Cádiz, en las comarcas Costa Noroeste y La Janda** los **trigos** se encuentran granados con cambio de color, amarilleando y esperando la maduración de granos, esperando el comienzo en quince días. La altura es importante, con la subida de las temperaturas se han secado bastante. Se observan parcelas de **triticales** de la variedad **Bondadoso** que están muy desarrollados y avanzados en su fenología. En **Córdoba**, las parcelas más adelantadas se encuentran en fase de grano lechoso comenzando grano pastoso, las más tardías en fase de espigado. Las **avenas** se encuentran en fase de espigado. Los rendimientos se esperan desiguales según las zonas afectadas por enfermedades como roya y septoria. Si se han podido tratar con fungicida y aplicar herbicida los rendimientos van a ser mejores. La aplicación de cobertera influirá en las producciones. En **Granada**, en las zonas más adelantadas se observan parcelas en fase de espigado que se encuentran con las espigas ya formadas. En las más tardías se encuentran en fase de hoja bandera e hinchamiento de la misma. Se han tratado contra enfermedades pero en muchos sitios no se ha podido entrar. En **Huelva**, con la subida de las temperaturas medias, el **cereal** avanza en su maduración. Las parcelas más tempranas se encuentran comenzando la fase de grano pastoso, hay fincas amarilleando por exceso de humedad y continúa lloviendo una semana más. En **Málaga**, los **trigos** y **cebadas** en zonas de interior, **comarca Axarquía y Montes de Málaga** se encuentran con buena altura, un metro o más; se han revocado en algunas parcelas. Están espigados verdes, comenzando a granar. Llevan un retraso de 10 días debido a las intensas lluvias en la zona. En **Sevilla**, cada vez hay más zonas con el estado de grano pastoso, los **cereales** se encuentran cambiando de color, amarilleando.

LEGUMINOSAS

En **Córdoba**, los **garbanzos** se encuentran en fase de desarrollo de hojas. Los **guisantes** y **habas** comienzan la maduración de granos.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

La campaña de la **patata temprana** ha comenzado en algunas **zonas como La Vega-Sierra Norte (Sevilla)**, parcelas en la **zona de Torre la Reina (Guillena)**. En otras parcelas se encuentran en fase de engorde del tubérculo.

CULTIVOS INDUSTRIALES

En el cultivo del **girasol**, se observan en la principal provincia productora, **Sevilla**, parcelas muy adelantadas. Las lluvias han beneficiado el cultivo y crece exponencialmente. Se han aplicado pases de regabinas entre borrasca y borrasca para eliminar la gran cantidad de malas hierbas pero las plantas han crecido demasiado. En **Huelva**, el cultivo del **girasol** se encuentra en fase de crecimiento vegetativo con hojitas verdaderas. Las siembras más adelantadas se encuentran comenzando la inflorescencia. El apagón ha provocado problemas de riegos en algunas parcelas de tomates de industria en esta fase de cultivo en que se encuentran. Ya estaban afectados por los fríos e inundaciones y ahora se le complica la nascencia.

CULTIVOS HORTÍCOLAS AL AIRE LIBRE

En **Almería**, se observan parcelas de **lechugas Iceberg** con la campaña avanzada en la **comarca del Bajo Almanzora**. Se han dado tres aplicaciones para mildiu y tres para botritis entre otras enfermedades. El riego está siendo de unos 40 minutos al día. En **Cádiz**, en el municipio de **Sanlúcar de Barrameda, zona de La Algaída**, los **melones** **Galía** se encuentran en recolección, con buenos rendimientos. Los **Piel de Sapo** están en fase de engorde. No se están viendo plagas ahora. Se abonan con materia orgánica y abonados complejos. La polinización en el mes de abril ha sido buena. Los **pepinos tipo Francés**, se han plantado en algunos invernaderos hace cuarenta días. Se están recolectando algunas parcelas. La campaña de **tapines blancos** está finalizando así como **tomates pera y ensaladas de invierno**. En **Córdoba**, las parcelas de **ajos** más adelantadas se encuentran con el bulbo en tamaño de recolección. Se espera que comiencen la campaña en San Isidro en **zonas de La Campiña Baja**. Se realizan trabajos de escarda y aplicación preventiva de fungicidas. Las fincas más tardías con **ajos morados** se encuentran en fase de engorde del bulbo y se recogerán en julio. En la **comarca de La Campiña Baja** se están plantando, **pimientos Lamuyos rojos, verdes y amarillos**, con dosis de unas 40.000 plantas/ha. Se plantan en acolchado con abonado de fondo tipo DAP, con dosis de unos 250 kg/ha. Los **calabacines** en **zonas como Santaella** presentan una fenología de desarrollo de hojas. Se encuentran regándose y en crecimiento vegetativo. En la **comarca de Huéscar (Granada)** se observan parcelas de **brócolis** que comienzan esta semana el trasplante. Se espera una disminución de superficie debido a la incertidumbre cuantificada en un tercio. La **lechuga** en la zona se ha trasplantado un mes más tarde. Los tipos **romana** llevan una densidad de 50.000 plantas /ha. En **Jaén**, la próxima semana se espera que comience la campaña de los **ajos** en la **Campiña Norte, zona de Mengíbar**. La fenología de los **ajos chinos** es la de desarrollo de partes vegetales cosechables. Se han dado tres aplicaciones fungicidas en los meses de febrero, marzo y abril. Está comenzando la campaña de recogida en la **zona de Campiña Norte**. Se esperan mermas importantes en los rendimientos. En los próximos días comenzará la recolección de **ajos** en la **comarca Norte (Málaga)**. Las estimaciones de producción tienden a la baja, se han perdido hojas basales y secado en otras plantas. Llevan cierto retraso en la fenología, terminando el engorde del bulbo. En **Sevilla**, en el cultivo de la **zanahoria**, tras el apagón del pasado lunes, los riegos se paralizaron en una fase delicada del cultivo. Variedades como **Soprano** se encuentra entre las más empleadas. En **zonas como cañada del rosal-Luisiana-Écija** la campaña de los **ajos** está comenzando. Ha sido un año con muchas bacterias y tratamientos fungicidas, de cuatro a cinco se han dado. Se prevén bajos rendimientos. La primera variedad ha sido la **Spring**. Los **morados** están en fase de engorde. En la **comarca de La Vega, El Aljarafe y Marismas** se observan parcelas de **remolacha de mesa** en fase de engorde del bulbo. Las siembras han sido escalonadas en los meses de noviembre-diciembre con unas 600.000 semillas /ha. Los riegos se vieron afectados por el apagón del lunes.

CULTIVOS HORTÍCOLAS PROTEGIDOS

En **Almería**, en el **Poniente Almeriense**, las plantaciones de **pimientos** de cultivo único están finalizando los últimos cortes y en otras plantaciones ya se están arrancando. En los invernaderos de **tomate**, las plantaciones nuevas se encuentran en plena recolección, hasta la terminación del ciclo productivo, sobre finales de mayo primeros de junio. En **berenjena**, la mayoría de invernaderos se encuentran en plena recolección, los cultivos más agotados se han arrancado, los más recientes ya han iniciado la producción. En los invernaderos de **pepinos**, la cosecha de primavera se encuentra en plena producción, se mantendrá en cultivo si los precios mejoran, de lo contrario muchos agricultores arrancarán sus plantaciones. En los **calabacines**, la mayoría de las plantaciones están en plena recolección. En los invernaderos de **melón** se están recolectando las **variedades Categoría, Galia y Amarillo**, esta semana la temperatura ha favorecido la maduración de los frutos. En los invernaderos de **sandías** siguen las recolecciones de las variedades más tempranas. Las variedades más tardías están madurando. En los semilleros se están preparando las siembras con partidas de **pimientos** principalmente. En la **Costa del Levante**, en las plantaciones de **sandías**, ha habido algunas, aunque muy pocas fincas en las que el cuaje por las condiciones climáticas de marzo ha sido inferior a lo esperado. En general, continúa la recolección (sobre el 25% de lo esperado) con frutos de buen tamaño y calidad organoléptica, incluso mejor que el año pasado. Buen precio para el agricultor. En los invernaderos de **tomates**, el desarrollo del cultivo va según lo previsible en esta época, los de ciclo largo acabando, deshojando y con una calidad aceptable de los frutos, y los de ciclo corto empezando. En **Granada**, en las plantaciones de **tomates Cherrys** de la costa se está sacando fruto tanto en **tipos rama, pera, como lisos**. Las plantaciones de **pepino Holandés** están en producción con rendimientos entre 6-8 kg/m2. La campaña de **judía verde** presenta retraso, se están dando rendimientos de 1 kg/m2

hasta el momento. Las **sandías** se encuentran en fase de engorde del fruto o con mantas térmicas en las más tardías. Los mercados se orientan hacia variedades sin semillas tanto blancas como negras. En **Huelva**, la campaña de la **fresa** continúa en todas las comarcas y con todo tipo de variedades de temporada (**Fortuna, Red Shaira, Leticia, Rociera y Rábida**). Aumenta la producción media por planta y se alcanzan los 500-550 gramos en la actualidad. Se deriva mucha cantidad de fruta a Industria. Se siguen realizando labores de aireado y ventilado de invernaderos para evitar la formación de condensación y humedad constante dentro y en contacto con el cultivo. En las plantaciones de **frambuesas**, se recogen frutos de variedades remontantes plantadas en macetas o hidropónico. Se sigue recogiendo **arándanos** en una producción actual de sobre el 65% en estos momentos. En la **comarca de Vélez-Málaga**, se observan invernaderos de **tomates Daniela** en producción. Hay calibres y categorías diferentes con cotizaciones muy heterogéneas. Los **pimientos Italianos** están aumentando su producción, predominando los frutos en fase de engorde. Los **calabacines verdes** se encuentran en fase de engorde de frutos y recolección, los precios han bajado mucho. Las **judías verdes** aumentan su presencia en las alhóndigas tanto planas como redondas.



FRUTALES DE HUESO

En **Huelva**, la **fruta de hueso** bajo plástico está en fase de maduración. La **nectarina** comienza incipientemente en su campaña con la **Primaprima** y **Red Sweet**, ambas de carne amarilla. Los **melocotones** se encuentran en fase de maduración. Variedades tales como la **Prima Gold 3 de carne amarilla** están con tamaño casi de recolección. En **Jaén**, los **cerezos** en la **zona de Torres** se encuentran comenzando el engorde del fruto en las variedades más tempranas, y en caída de pétalos las más tardías. Se ha dado un tratamiento fungicida preventivo contra el cribado. Las condiciones de humedad y temperatura favorecen su aparición. En las **zonas productoras de Málaga, zona Norte**, los **cerezos** presentan una fenología retrasada debido a las lluvias y al tiempo inestable con bajadas de temperaturas. Los más tempranos se encuentran con un tamaño similar a un garbanzo. La carga es buena.

FRUTOS SECOS

En **Almería**, en los **Vélez**, actualmente la mayoría de las plantaciones de **almendros** se encuentran en el estado de fruto joven y las variedades de floración temprana se encuentran en el estado fenológico J de fruto desarrollado. En las variedades tardías se encuentra también en el estado fenológico I Fruto joven. En **Córdoba**, la fenología más avanzada en las plantaciones de **almendros** se encuentra en variedades tempranas con los frutos en fase de engorde. Los más tardíos en fase de fruto cuajado. Gracias a las precipitaciones, los **almendros** se están recuperando y se observa buena carga y calibre. En **Granada**, en las plantaciones de **almendros**, los frutos se encuentran en fase de crecimiento en las parcelas más adelantadas. Las más tardías en fenología de fruto joven. Se ha declarado la plaga de la avispa de la almendra como oficial. Ya el año pasado se detectaron daños en almendras de forma muy clara e importante.

FLOR CORTADA

En los invernaderos de flor cortada de **Cádiz**, el clavel y miniclavel están finalizando la campaña. Ahora sólo se están cogiendo pocos tallos. La producción ha bajado ya que con el calor abren demasiado pronto y no se pueden aprovechar. El caso de Antirrhinum es similar, están para arrancar, se han dado dos cortas, la primera en noviembre-diciembre y la última en abril.

OLIVAR

En **Granada**, en las comarcas de **Alhama-La Vega-Montefrío**, en los **olivos** comienza a verse la trama fuera de forma lenta. Hay parcelas cercanas a la costa con las corolas visibles. Se realizan tratamientos de primavera contra el repilo. En otras parcelas se han podado. Eliminación de hierbas de forma manual o mecánica en plantaciones de la provincia. En **Huelva**, se observa la floración en las principales zonas oleícolas (**Condado Campiña, Condado Litoral y Costa**). La brotación es muy intensa y se ve beneficiada por las temperaturas al alza y la humedad. En las variedades tardías se observa la corola visible y otras parcelas cambiando de color. Se están eliminando hierbas de forma mecánica. En **Jaén**, en las **comarcas de Sierra Sur y Sierra Mágina** se observa la trama con la corola visible. Lleva quince días de retraso debido a la climatología. Se han dado aplicaciones de cobre al 50% contra el repilo. Se aplican también aminoácidos, con dosis de 5 litros por cuba de 2.000l, además de correctores. No se dan labores, se deja cubierta vegetal debido a la orografía del terreno. En **La Loma**, la trama es visible y se prevé una muy buena floración. Se están abonando con complejos. En las **comarcas de Cazorla y Segura** comienza a verse la corola. En la **Campiña de Jaén**, está abriendo la flor en muchas parcelas. En **Málaga**, en la **comarca de la Axarquía y zonas de la comarca Norte**, la trama está cerrada. Se han dado aplicaciones con Tebuconazol y con cobre para el repilo. La situación de humedad y temperaturas han creado las condiciones para la proliferación de esta enfermedad. En **Sevilla**, se observa un retraso respecto a campañas anteriores, muchas parcelas se encuentran en floración. Las bajas temperaturas en este 2025 han provocado esta paralización de la fenología. Se les aporta potasa y fungicidas con cobre, con formulaciones con óxido cuproso.

BASF | Nunhems presenta una variedad de cebolla roja con alta resistencia al mildiu

NUN 6005 es una variedad de cebolla de ciclo intermedio, calibre uniforme y que reporta elevados rendimientos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

BASF | Nunhems presenta su nueva variedad de cebolla roja para ciclo intermedio, que destaca por sus elevados rendimientos, lo que representa una gran ventaja para los productores que buscan maximizar su rentabilidad sin comprometer la calidad del producto.

Desde la compañía destacan que uno de los aspectos más relevantes de la variedad NUN 6005 es su resistencia al mildiu, una enfermedad que afecta, entre otros, al cultivo de cebolla y puede comprometer las producciones de este producto.

“Esto hace que la variedad tenga un comportamiento excepcional frente a la enfermedad, asegurando la calidad de las producciones y con rendimientos muy por encima de otras variedades del mismo ciclo en condiciones contrarias al cultivo”, afirma Francisco de la Cruz, Account Manager de cebolla de BASF | Nunhems.



NUN 6005 es la novedad de la marca de semillas hortícolas que continúa desarrollando variedades resistentes y de calidad. / BASF NUNHEMS

■ ‘TODO AL ROJO’ CON NUN 6005

Su color rojo intenso y su rendimiento la hacen especial en su segmento. Según los datos de BASF | Nunhems, la NUN 6005, ahora en plena época de producción, está ofreciendo muy buenos resultados en campo, siendo este ejercicio 2025 su segundo año comercial. Además, su formato y calibre homogéneo asegura una presentación impecable, facilitando el manejo y la clasificación en procesos comerciales. Desde el punto de vista

Es una variedad muy plástica que admite siembras de noviembre a enero en diferentes zonas de producción de la península. Con cosechas que van desde finales de mayo hasta finales de junio

agronómico, esta variedad “se ha comportado de manera muy estable en diferentes zonas de cultivo”. Su ciclo intermedio ofrece una buena ventana de siembra y cosecha, adaptándose bien a distintas condiciones. Su vigor vegetativo y excelente sanidad foliar permiten un desarrollo equilibrado, que se

traduce en plantas robustas y productivas. Según detalla la compañía, es una variedad muy plástica que admite siembras de noviembre a enero en diferentes zonas de producción de la península. Con cosechas que van desde final de mayo hasta final de junio, según el momento de siembra y latitud.



El objetivo es que los afectados puedan retomar la actividad agraria. / JULIA LUZ

Caixabank destina 80 millones para el sector agro valenciano afectado por la climatología adversa

► VF. REDACCIÓN.

CaixaBank, a través de Agrobank, la división especializada en el sector agroalimentario, ha habilitado una línea de financiación de 80 millones de euros para los damnificados por las adversidades climatológicas en la Comunidad Valenciana, que han causado daños, afectando a explotaciones agrícolas y ganaderas, así como a bienes y enseres personales.

En algunos casos, la pérdida ha sido total. Cosechas completas han sido afectadas e incluso ha habido daños en la madera de los leñosos, tal y como han contrastado sobre el terreno los Gestores especializados de AgroBank, acompañados por diversos directivos de la entidad. Por ello, esta línea de financiación tiene hasta tres años de carencia, con el objetivo de poder ayudar en aquellos casos en los que las explotaciones y cultivos hayan resultado dañados. Adicionalmente se contará, para este caso, con la posibilidad de anticipar siniestros, tanto de Agroseguro como del Consorcio de Seguros.

■ AYUDAS DISPONIBLES

Las oficinas de la red de CaixaBank de toda la Comunitat Valenciana ya tienen disponible esta línea de ayudas. La dirección territorial de CaixaBank

en la Comunidad Valenciana y Región de Murcia ha trabajado en las últimas horas para que los afectados por las inclemencias climáticas puedan beneficiarse de las subvenciones lo antes posible. “Tenemos un compromiso firme con el sector agroalimentario en la Comunidad Valenciana, y queremos estar al lado de los agricultores y ganaderos que se han visto afectados estos últimos días por las inclemencias meteorológicas para, a través de las mejores soluciones financieras, ayudarles en estos momentos difíciles y garantizar la continuidad de su actividad”, ha asegurado Olga García, directora territorial de la entidad en la Comunidad Valenciana y Región de Murcia.

■ AGROBANK

En el eje financiero, la apuesta de AgroBank por el sector agroalimentario ha supuesto que, en 2024, facilitara al conjunto de la cadena agroalimentaria más de 33.500 millones de euros en financiación. La línea de negocio de CaixaBank especializada en el sector agroalimentario cuenta con 1.140 oficinas y gestores especializados distribuidos en toda España, con presencia en todas las provincias, especialmente en municipios rurales.

La tecnología HPP revoluciona el gazpacho y el salmorejo de la firma Caña Nature

La filial del Grupo La Caña desarrolla un procesado en frío que preserva nutrientes, el sabor y el color en los productos

► VF. REDACCIÓN.

Caña Nature anuncia el inicio de su campaña de salmorejo y gazpacho fresco para la temporada de calor de 2025. Con una previsión de producción de más de 1.500.000 kilos la empresa reafirma su compromiso con la calidad, la innovación y la salud.

Los productos de Caña Nature destacan no sólo por su sabor auténtico, sino también por su proceso de elaboración único mediante el uso de altas presiones (HPP). Este innovador método de procesado, que se aplica en lugar de la pasteurización convencional, permite preservar las propiedades nutricionales, el sabor y los colores vivos de los ingredientes frescos, garantizando una experiencia sensorial superior para el consumidor.

El proceso de altas presiones es totalmente natural, lo que permite mantener los nutrientes esenciales, como las vitaminas y minerales, sin necesidad de conservantes artificiales ni aditivos. Esta tecnología asegura que cada botella de gazpacho y cada envase de salmorejo de Caña Nature mantengan su frescura y calidad durante más tiempo, sin comprometer el sabor ni los beneficios para la salud. Además, este método de procesado los hace óptimos para todo tipo de consumidores.

El salmorejo y gazpacho de Caña Nature son opciones ideales para los meses más cálidos, ofreciendo una alternativa saludable, refrescante y deliciosa para disfrutar en cualquier momento del día. Estos productos

están elaborados con ingredientes 100% naturales, como tomates frescos, pepinos, pimientos y aceite de oliva virgen extra, todos cultivados por agricultores de Grupo La Caña, lo que asegura la calidad desde el origen. Gracias a esta integración vertical, la firma Caña Nature garantiza una calidad superior que se refleja en cada receta.

Caña Nature, pionera en el uso de la tecnología de altas presiones en el sector de productos frescos y naturales, continúa consolidándose como líder en innovación alimentaria. Gracias a su apuesta temprana por este método de procesado, la marca ha logrado ofrecer soluciones que combinan salud, sabor auténtico y frescura, respondiendo a las necesidades de los consumi-



El salmorejo y gazpacho de Caña Nature son opciones ideales para el calor. / CN

dores que buscan una alimentación rica en nutrientes y libre de aditivos. Entre sus innovaciones destaca también el salmorejo con remolacha, una propuesta original que fusiona la receta tradicional con los beneficios de la remolacha, reforzando así su posicionamiento en el mercado.

Gracias a su visión pionera, la compañía ofrece hoy una gama completa de productos ideales para los meses de calor, adaptados a las tendencias de consumo actuales. La empresa ha demostrado su capacidad de anticipación y adaptación en un mercado cada vez más exigente,

consolidándose como una marca de referencia para quienes valoran la calidad, el bienestar y el compromiso con la salud en su alimentación diaria.

Los productos de Caña Nature están disponibles en una cuidada selección de puntos de venta, tanto en el canal retail como en el sector Horeca, asegurando una amplia cobertura nacional. Con presencia en cadenas estratégicas como Alcampo, Makro y Dinisol, la marca granadina sigue creciendo y llevando su innovadora propuesta de frescura natural a cada vez más consumidores en toda España.

José Carlos Rendón Gómez, nuevo presidente de Asprocan

Releva en el cargo a Domingo Martín Ortega, y se marca como objetivo principal velar por la cohesión del sector platanero canario

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
La Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias (Asprocan) ha elegido a José Carlos Rendón Gómez como nuevo presidente de la entidad tras la asamblea general celebrada el pasado 6 de mayo.

José Carlos Rendón, de familia tradicional platanera y ligado al cultivo desde muy joven, asume la representación del sector tras la decisión de Domingo Martín Ortega de no presentarse a la reelección.

El nuevo presidente, representante de la OPP Europlátano en el comité ejecutivo de la asociación, se dirigió a la asamblea, órgano de representación de la totalidad de los productores de plátano, expresando la prioridad de “mantener la plena cohesión del sector en el doble objetivo de mejorar la rentabilidad de la producción para todos los productores, y continuar reforzando el valor añadido del plátano de Canarias frente a las importaciones”.

La nueva etapa en Asprocan se inicia en un contexto marcado por el fuerte incremento de los



José Carlos Rendón Gómez asume la presidencia de la asociación en un momento clave para el sector. / ASPROCAN

costes de producción y exportación del plátano, acompañado de un estancamiento de las ayudas POSEI desde hace más de 18 años, y la creciente dificultad para competir dadas las diferentes exigencias a la producción nacional respecto de las

La transición se produce en un momento clave, con el inicio del debate para el marco presupuestario de la UE, una intensificación de las importaciones de banana en el mercado español, y el crecimiento de la concentración en el sector de la distribución

requeridas a las importaciones de terceros países.

La asamblea reconoció la labor desarrollada por Domingo Martín Ortega, quien deja la presidencia habiendo defendido los intereses del sector en momentos especialmente complejos. El mantenimiento del nivel de ayudas europeas para el sector en un contexto de reducción generalizada de subvenciones comunitarias; la incorporación del plátano a las ayudas al transporte de mercancías; el reconocimiento de las necesidades del sector frente a las importaciones en el marco de la Ley de Cadena Alimentaria, han sido algunos de los hitos que han destacado su trayectoria al frente de Asprocan.

La transición de liderazgo se produce en un nuevo momento clave, con el inicio del debate para el nuevo marco presupuestario de la Unión Europea, y una intensificación de la presencia de las importaciones de banana en el mercado español, acompañadas por el crecimiento de la concentración en el sector de la distribución y la ampliación de diferencias en el trato social y fitosanitario entre producción nacional e importaciones.

La asamblea de la Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias destacó la importancia de la unidad y el consenso para afrontar los próximos desafíos y mostró confianza en la capacidad de José Carlos Rendón Gómez para liderar una nueva etapa de diálogo y modernización en beneficio de los productores y del conjunto del sector platanero canario.

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
Europlátano lleva años desarrollando un proyecto de expansión con el que llegar de manera directa a los clientes, sin intermediarios; siendo la misma empresa la que cultiva, procesa, madura y comercializa su fruta. Actualmente cuenta con instalaciones de maduración en Tenerife y Alicante, pero ahora, en el segundo trimestre del año, el grupo da un paso más allá y duplica su capacidad con una nave de nueva construcción en el municipio de Orozco (Vizcaya). Durante este mes ya ha empezado a dar servicio a los primeros clientes y esperan esté al 100% de su capacidad a finales de verano.

Esta nueva planta, junto con la que ya gestionan en Alicante desde finales del año 2020, permitirá a los agricultores de Europlátano abarcar directamente sin intermediarios todo el mercado peninsular, controlando de esta forma la calidad y trazabilidad, y logrando ser lo más eficiente posible en costes.

La nueva nave que se ha puesto en funcionamiento cuenta con una superficie total de 6.000 metros cuadrados, 21 cámaras de maduración de última tecnología y dos líneas de procesado, y se ubica en un enclave geográficamente privilegiado, una puerta al desarrollo de rentables mercados europeos.

Como dato curioso, cada una de las cámaras de maduración lleva el nombre de una finca de las islas, haciendo un pequeño homenaje a sus agricultores y poniendo en valor esta forma de exportación que une de manera tan directa la finca y el mercado, siendo única en el sector.

Europlátano abre una de las mejores plantas de maduración en la península

El grupo duplica su capacidad de maduración con una nave de nueva construcción en el municipio de Orozco (Vizcaya)



Imagen de las modernas instalaciones que el grupo ha construido en Vizcaya. / EUROPLÁTANO

■ CONTROL DE LA CADENA

Precisamente, una de las claves del éxito de Europlátano ha sido su capacidad para controlar toda la cadena de producción, y se ha convertido en la única Organización de Productores de Plátano de Canarias que abarca todo el proceso de manera independiente. Históricamente, los productores canarios vendían

Esta nueva planta, junto con la que ya gestionan en Alicante desde finales de 2020, permitirá a los agricultores del grupo abarcar directamente sin intermediarios todo el mercado peninsular

su fruta en origen a maduradores peninsulares y en ese momento perdían el control sobre

la calidad, la trazabilidad y los precios del producto. El hecho de que los propios agricultores

Europlátano impulsa su expansión con la puesta en funcionamiento de sus nuevas instalaciones de maduración, consolidando así su apuesta por un modelo de negocio directo entre las fincas y el cliente

controlen la totalidad de la cadena y del grupo empresarial, garantiza la defensa de sus intereses por encima de todo. El objetivo es trabajar por una agricultura sostenible, y gracias a la estable estructura financiera de la empresa, pueden pagar un precio competitivo al agricultor en el corto plazo a la vez que se desarrollan importantes proyectos de expansión que garanticen el futuro y la rentabilidad del plátano.

Con esto se demuestra que Europlátano mantiene una firme apuesta por el futuro del plátano canario, sostenido por una fuerte estructura empresarial y un producto de calidad, a pesar de que los últimos años han constituido un escenario complejo para el sector y para todos los agentes que forman parte de la cadena de este sector.

En este contexto, el grupo trabaja centrándose en la calidad certificada, buscando organizar la curva de producción, y apostando por las relaciones de confianza con sus clientes. Se trata de crear de manera sostenida valor para el producto, para los clientes y, por supuesto, para los propios agricultores.

MACFRUT

Macfrut incrementa un 10% sus visitantes

La feria internacional de la cadena de suministro de frutas y hortalizas celebrada en Rimini registra más de 61.000 visitantes en su 42 edición

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La 42.ª edición de Macfrut, celebrada en el Centro de Exposiciones de Rimini del 6 al 8 de mayo, recibió a más de 61.000 visitantes, lo que supone un aumento del 10% con respecto a 2024. Una edición “muy dinámica, marcada por el entusiasmo y la internacionalización, confirmó una vez más la singularidad del formato de Macfrut” según señala la organización. Con más de 1.400 expositores (el 40% extranjeros) y 1.500 compradores internacionales, además de pabellones temáticos sobre tendencias clave, áreas dinámicas y simposios internacionales, Macfrut “se ha consolidado como un evento verdaderamente único en el sector hortofrutícola mundial”, afirman.

“¿Macfrut 2025 en una palabra? Entusiasmo”, comentó Renzo Piraccini, presidente de Macfrut. Este entusiasmo fue compartido por los profesionales del sector, quienes reconocieron el alto nivel profesional alcanzado por la feria. “Macfrut es el escaparate internacional del sector hortofrutícola italiano, lo que refleja la fortaleza de toda su cadena de suministro. Contar con una importante feria internacional en Italia no sólo es un gran escaparate para el mundo, sino también una herramienta estratégica de política industrial”, apostillan los organizadores. La próxima edición ya está programada y se celebrará unas semanas antes de lo habitual, del 21 al 23 de abril de 2026.

■ UN REPASO A MACFRUT 2025

El ministro italiano de Agricultura Francesco Lollobrigida inauguró la 42ª edición de Macfrut. Una de las novedades de este año ha sido un gran foro dedicado a la alimentación saludable, The Healthy Food Show, con 11 personalidades italianas conocidas conversando con chefs y expertos científicos.

Egipto ha sido el País Socio de esta edición, con una gran área que ha albergado a sus 40 empresas, mientras que Lacio ha sido la Región Socia, presentando sus 11 productos hortofrutícolas con denominación de origen protegida (DOP) e indicación geográfica protegida (IGP). También se han celebrado tres simposios internacionales (Biotecnología, Patata, Plantas Aromáticas del Mediterráneo), exposiciones temáticas sobre tendencias actuales y futuras del sector coordinadas por un equipo de expertos, dos campos



Más de 61.000 visitantes del sector hortofrutícola acudieron a la cita Macfrut 2025 celebrada en Rimini. / GP

de demostración centrados en innovaciones aplicadas a cultivos de campo, entre otros.

El presidente Renzo Piraccini presentaba así los temas clave de Macfrut: “Quienes han asistido a Macfrut saben bien cómo ha despegado el evento desde el periodo del Covid, también gracias a nuestra colaboración con la Agencia Italiana de Comercio Exterior (ICE). Macfrut es el escaparate de la cadena hortofrutícola italiana, un sector clave para nuestro país que vale 19.000 millones de euros, cifra que supera los 60.000 millones si consideramos toda la cadena de suministro. Y precisamente la cadena de suministro es la fortaleza del sistema hortofrutícola italiano, que ha encontrado en Macfrut su escaparate ideal, representando cada eslabón desde la semilla hasta la mesa.”

■ PROTAGONISMO ITALIANO

El sector hortofrutícola italiano ha sido el protagonista durante los tres días de feria. La producción en Italia está valorada en más de 17.000 millones de euros, cifra que asciende a unos 60.000 millones al considerar toda la cadena de suministro. Las frutas y hortalizas representan más de una cuarta parte de la producción agrícola de Italia (28%) y, junto con las conservas vegetales, el 18% de las exportaciones agroalimentarias del país. El sector incluye 300.000 explotaciones agrícolas, que abarcan una superficie total de 1,3 millones de hectáreas.

Las exportaciones crecieron alrededor de 6.500 millones de euros el año pasado (+6,3%). Si se incluyen los productos transformados junto con los frescos, el valor total de las exportaciones asciende a 12.500 millones. A medio plazo, considerando los últimos cinco años (2019-2023), las exportaciones de productos frescos han aumentado un 30,3%.

■ LO QUE DICEN LAS EMPRESAS

■ SORMA GROUP

Sorma Group, líder mundial en el diseño y producción de soluciones integradas para la postcosecha de productos hortofrutícolas, ha presentado soluciones dedicadas a dos cadenas de valor estratégicas: las manzanas y los cítricos. Entre ellas se encuentra Aporo, el sistema robótico de múltiples cabezales desarrollado por Sorma Group para el envasado automatizado, capaz de colocar hasta ocho frutas simultáneamente en las cavidades con la misma orientación y con el mejor lado, es decir, el de la coloración más intensa, a la vista. La máquina garantiza una gestión precisa y delicada del producto, reduciendo significativamente los costos laborales y, gracias a su estructura versátil, soporta una amplia gama de variedades de frutas, incluyendo manzanas, melocotones, nectarinas, ciruelas y kiwis.

Además, Aporo permite el envasado directo de frutas con cavidades ya preinsertadas en las cajas, garantizando máxima

flexibilidad y eficiencia. También se ha podido apreciar el funcionamiento de Hypervision, una plataforma de selección óptica de alta tecnología que, mediante un sistema de nueve cámaras por línea y el uso de imágenes hiperespectrales en 360°, permite una clasificación precisa de las frutas, con una capacidad de procesamiento de hasta 15 unidades por segundo en cada línea.

“Sorma Group también está trabajando en el desarrollo de un proceso integrado para el procesamiento completo de las manzanas, desde el volteo hasta la paletización”, comenta Alberto Agostini, Area Manager de Sorma. “Se trata de un proyecto que tiene como objetivo ofrecer una línea ‘llave en mano’, posible también gracias al trabajo de nuestra filial SORMAF en Francia, que está activamente involucrada en la innovación del sector.”

También se han presentado soluciones para el mundo de los cítricos, con dos máquinas combinadas que ofrecen un alto rendimiento: la pesadora WD4-S y la envasadora CBR-170S. La primera, compacta y potente, es capaz de alimentar hasta cuatro envasadoras con una precisión altísima, a alta velocidad y con calibres variables, lo que la convierte en ideal para todos los cítricos. Junto a ella, la envasadora CBR-170S (Speed), completamente renovada para ofrecer mayor velocidad, precisión y fiabilidad gracias a algunas optimizaciones técnicas, como un nuevo sistema de centrado de las bandas, con fotocélulas

tanto UV como de marca negra; un sistema actualizado de ventosas y fuelles que optimiza la fase de creación y llenado de la bolsa; y finalmente, nuevas soldadoras que mejoran el sellado.

■ VOG

El 80 aniversario de VOG se escenificó en Macfrut 2025. El Consorcio hizo balance de su presente, desde la tendencia positiva de las ventas hasta las últimas novedades de marcas como Marlene®, Cosmic Crisp® y Giga®. Desde su fundación, VOG se ha dedicado a potenciar y hacer crecer el sector de la manzana, prestando especial atención al territorio, los cultivos y el tejido socioeconómico de más de 4.000 productores de manzanas. Con el tiempo, ha construido marcas que hablan a los consumidores de hoy y miran a los del mañana.

“El Consorcio se fundó en 1945 en una época de grandes desafíos, que exigía unidad y espíritu innovador” —explica Walter Pardatscher, director General de VOG—. “Y es el mismo enfoque con el que afrontamos hoy una situación geopolítica y macroeconómica con perspectivas decididamente inciertas. La innovación, la eficacia organizativa, la calidad y disponibilidad del producto y el trabajo constante con nuestros socios comerciales son los recursos que desplegaremos para dar seguridad a nuestros productores y satisfacción a los consumidores”.

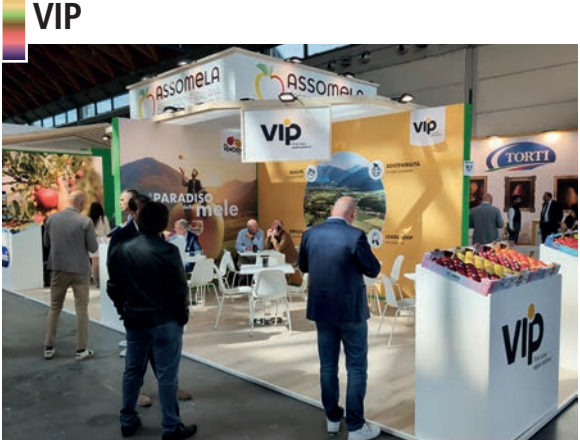
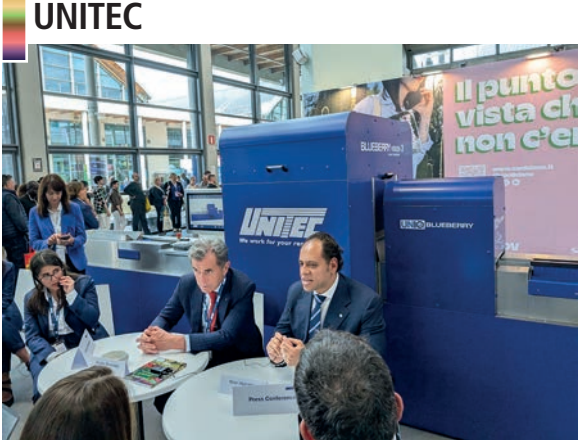
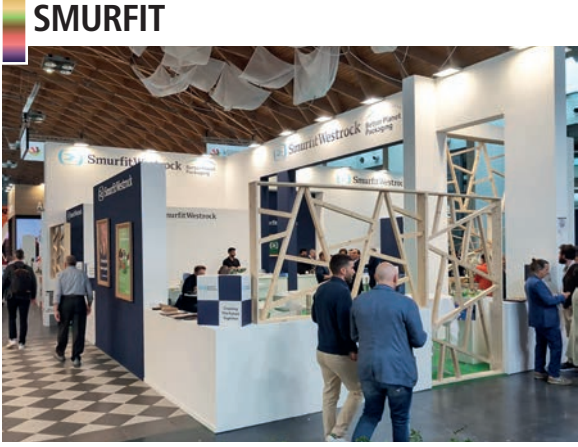
La solidez de VOG se confirma por los resultados entre enero y mayo. Incluso en un mercado particularmente difícil, el Consorcio mantuvo un buen nivel de ventas y alcanzó sus objetivos. España también confirma esta tendencia, con una cuota de mercado consolidada. “Junto a las variedades clásicas, que siempre han gozado de gran popularidad entre los consumidores, hoy se registra una creciente visibilidad de las nuevas variedades en los lineales”, explica Klaus Hölzl, director de Ventas de VOG.

■ UNITEC

Macfrut 2025 es para UNITEC “la oportunidad de presentar las novedades en materia de tecnología, pero sobre todo de reforzar el vínculo con el mercado. Venimos de la región de los motores de la velocidad y este ADN contribuye cada día a trabajar con un impulso innovador y con una misión muy clara: proporcionar soluciones concretas a la industria hortofrutícola global, ayudarla a ser cada vez más competitiva, tanto en los canales de distribución como para sorprender al consumidor con productos siempre en línea con sus expectativas de sabor y con las necesidades de los diferentes mercados, incluidos los internacionales. El nuestro es un ‘marketing italiano’, basado en la escucha al cliente, el diseño de soluciones personalizadas y de asistencia cercana a cada cliente: la tecnología sin las personas y sin la fiabilidad no hace crecer el mercado”, señalan.

2025

Fotografías: GIANLUCA PIGNATELLI





CATsystem®

El primer sistema de Control Automático de los Tratamientos postcosecha.

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

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

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

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



www.citrosol.com





MELÓN-SANDÍA

valencia fruits
dossier
MAYO 2025

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Almería entra de lleno en el punto álgido de su campaña de melón y sandía. Mayo y junio marcan los meses de mayor intensidad para la producción bajo invernadero, en una temporada que llega con claroscuros: el clima, una vez más, se presenta como el principal factor que ha condicionado rendimientos, calidad y planificación.

“Las tres semanas de lluvias casi ininterrumpidas que tuvimos en marzo afectaron de lleno a la producción que cuaja en mayo”, explica Andrés Góngora, presidente de COAG Almería. “La polinización no fue buena, las plantas no florecían, las flores no abrían bien y las abejas no pudieron hacer su trabajo, pese a estar bajo el invernadero”, añade. Todo ello ha derivado, inevitablemente, en una reducción de los kilos recolectados. “La producción de la sandía extra temprana y temprana ha sido más baja de lo habitual, con calibres entre los 2 y 4 kilos por pieza. Para el melón amarillo, los primeros cortes también han sido complicados, con una afectación importante que ha reducido los rendimientos a apenas 1,5-2 kilos por metro cuadrado, cuando lo habitual sería alcanzar los 5”, detalla Adoración Blanque, presidenta de Asaja Almería. “No está siendo un año muy ‘kilero’”, resume Góngora con ironía.

No obstante, las perspectivas cambian para la fruta que cuajó después del episodio de lluvias. “Después de las lluvias hemos tenido un clima muy positivo, y las sandías se han hecho gordas. Entonces, la menor cantidad de piezas quizá se compense en algunos casos —y especialmente en algunas variedades— con frutas de mayor tamaño, algo que ahora viene muy bien porque el mercado está pidiendo calibre grande, lo más grande posible”, explica el presidente de COAG Almería. En esta línea, Blanque puntualiza que “en el caso de la sandía tardía, la campaña ha sido más equilibrada, con una buena producción de entre 6 y 7 kilos por pieza. Y el melón Piel de Sapo se está comportando bastante bien, con rendimientos de hasta 4 kilos por metro cuadrado y buena calidad”.

En cuanto a precios, la presidenta de Asaja Almería, Adoración Blanque, califica las cotizaciones como “buenas y estables”. Por su parte, Andrés Góngora apunta que “estamos en niveles normales, los que deberían ser habituales en un año normal”. “Lo que ocurre —matiza— es que venimos de campañas donde los precios apenas cubrían costes, y claro, ahora hablamos de una media de 80 céntimos por kilo en mayo, que es un precio razonable. El problema es que, si lo comparamos con los 30 céntimos del año pasado, parece un subidón. Pero lo del año pasado tampoco era normal”, recuerda.

■ MÁS SANDÍA, MENOS MELÓN

En superficie, Coexphal prevé que la sandía experimente un crecimiento del 2% respecto al año pasado y alcance las 11.000 ha. Un crecimiento que, según Góngora, no es a costa del melón. “El melón se pierde no por la sandía, sino porque los importadores franceses han trasladado su producción a Marruecos, donde el coste es más bajo”. La expansión de la sandía, según él, responde a la mejora de variedades y a que requiere menos mano de

La lluvia retrasa pero no frena la campaña de melón y sandía en Almería

Las precipitaciones han reducido los rendimientos, pero los precios se mantienen estables, las importaciones no presionan y las perspectivas siguen siendo positivas



Las superficie de sandía crece esta campaña un 2%, que superará las 9.500 hectáreas del año pasado. / ASAJA ALMERÍA

obra que otros cultivos, como el tomate o el calabacín. “Un trabajador puede manejar tres hectáreas de sandía, mientras que con tomate necesitaría 10”, explica.

Por su parte, Blanque confirma que, aunque aún no hay datos definitivos, la superficie dedicada a la sandía continuará creciendo en Almería. “Los agricultores están apostando más por ella, ya que la producción es más estable y el mercado la acepta muy bien”.

Aunque se habla de un crecimiento de la sandía en detrimento del melón, Góngora ofrece una explicación diferente. “Antes cultivábamos mucho melón Cantaloup para Francia, pero los importadores franceses han apostado por Marruecos, donde los costes son más bajos” explica Góngora. La expansión de la sandía, según él, responde a la mejora de variedades y a que requiere menos mano de obra que otros cultivos, como el tomate o el calabacín. “Un trabajador puede manejar tres hectáreas de sandía, mientras que con tomate necesitaría 10”, afirma.

Por su parte, Blanque confirma que la tendencia hacia la

Si se mantiene los precios y se evita un exceso de oferta en momentos clave, la campaña podría terminar con buenos resultados en sandía y aceptable en melón

sandía continuará. “Los agricultores están apostando más por la sandía, sobre todo por su estabilidad en la producción y la buena acogida del mercado”, señala. Aunque aún no hay datos definitivos, todo indica que la superficie dedicada a la sandía seguirá creciendo en la provincia.

■ SOLAPAMIENTO

Son muchas las voces del sector que advierten de un posible solapamiento entre las distintas zonas productoras, provocado por las lluvias y el ligero retraso en las campañas más tempranas. Así lo expresa Blanque, quien afirma que “efectivamente, existe cierto riesgo de solapamiento, especialmente con las regiones más adelantadas del Levante y, más adelante, con algunas zonas de Castilla-La Mancha, en el caso del melón. Esto puede influir en la saturación del mercado en

ciertos momentos si no se gestiona bien la planificación de la cosecha. En sandía, al haber una planificación escalonada más clara, el riesgo es algo menor, aunque siempre es un aspecto para vigilar”.

Sin embargo, Góngora no lo ve así y sostiene una visión diferente: “Yo creo que va a haber un hueco. Un hueco en el que va a haber muy poco producto”, afirma. Y lo justifica explicando que “en Almería, aunque llueva, se siembra bajo invernadero, pero en el aire libre la cosa cambia. Cuando llegaron las lluvias, apenas había superficie sembrada fuera del invernadero. Parte de lo que se había plantado se perdió y otra parte hubo que replantarla. Además, durante tres semanas no se pudo trabajar la tierra porque estaba saturada de agua”, explica. Esto provocó que las siembras al aire libre, que suelen



En Almería el cultivo del melón se reducido y los agricultores apuestan más por la variedad Piel de Sapo. / COAG ALMERÍA

hacerse en marzo para recolectar en San Juan se retrasarán hasta bien entrado abril. “No sé si este año habrá sandías de aire libre para San Juan. Y las de invernadero, ya habrán terminado para entonces. Entonces, creo que este año puede haber algunos días de junio con muy poco producto”, advierte.

■ AVANCE DE LA CAMPAÑA

“El comportamiento de la demanda, los factores climáticos y la evolución de la sanidad vegetal marcarán el desarrollo de los próximos meses. Si se mantienen los precios y se evita un exceso de oferta en los momentos clave, la campaña podría terminar con buenos resultados en sandía y con una campaña aceptable en melón Piel de Sapo”, augura Blanque. Así pese al arranque pasado por agua de la campaña, Góngora se muestra moderadamente optimista: “Yo creo que lo que queda de campaña en invernadero puede ir bien. Puede que bajen un poco los precios cuando lleguen las sandías que se polinizaron después del temporal, pero ahora mismo no veo motivos para un desplome. No hay una gran avalancha de fruta”.

No obstante, hay un factor externo que también será decisivo: el clima en el centro y norte de Europa, especialmente en Alemania, principal destino de estas frutas. “Cuando hace buen tiempo en Alemania, la gente compra más fruta. Es así. Si van al supermercado en manga corta y con calor, se animan. Si van con chubasquero y paraguas, no”, explica Góngora, recordando cómo incluso las decisiones de los lineales están condicionadas por la previsión meteorológica.

■ IMPORTACIONES

Las importaciones de terceros países siguen siendo un factor clave en la competencia del mercado europeo, especialmente en las fases más tempranas de la campaña. “Nuestros principales competidores siguen siendo Marruecos y Senegal, que aprovechan su ventaja climática para entrar antes al mercado europeo”, señala la presidenta de Asaja Almería. Góngora recuerda que “el año pasado fue un desastre, en abril estaba el mercado completamente inundado de producto importado. Pero este año, al arrancar la campaña, no había mucho volumen, y lo que llegaba tenía una calidad penosa: sin azúcar, sin consistencia...”.

La segunda oleada de importaciones proviene sobre todo de Marruecos, que cultiva sandía al aire libre, muy distinta a la producida en Almería. “Allí siguen cultivando lo que aquí antes se llamaba ‘sandía americana’, frutas muy grandes, de más de 10 kg, con semillas grandes, y de una calidad que, para mí, es inferior. Es un producto diferente, pero compite en el mismo lineal. Y claro, si el consumidor la ve más barata, la compra, aunque no tenga nada que ver con la nuestra”, lamenta el presidente de COAG Almería.

Para Blanque, competir con producciones de otros países sin jugar con las mismas condiciones perjudica a los productores españoles, ya que “las importaciones pueden generar presión sobre los precios en los inicios de campaña”, pero tampoco duda en afirmar que “España sigue siendo líder por calidad, cercanía y seguridad alimentaria”.

Amador[®]

PREMIUM QUALITY FRUIT
Since 1975



100%

Made of
family

Cambio de ciclo: la sandía lidera el mercado y deja atrás al melón

La expansión de la sandía sin semillas transforma el consumo y la producción, consolidando su posición como la fruta de verano más demandada

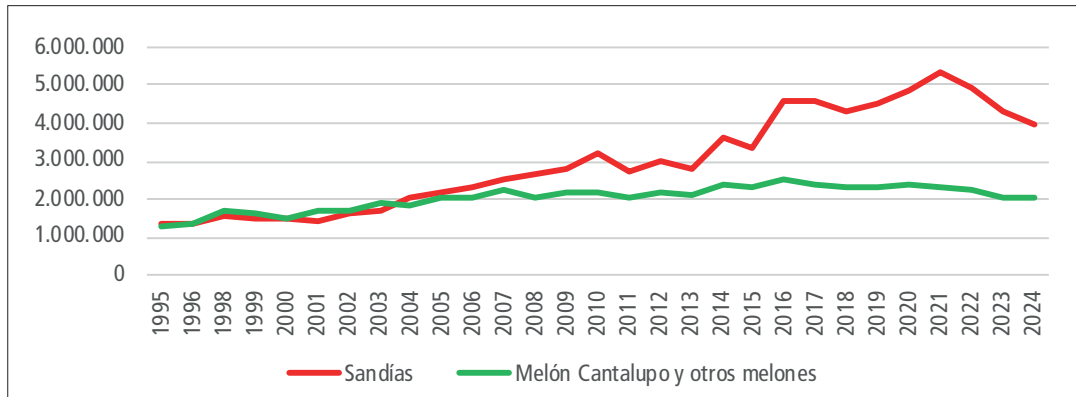
■ NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

El sector hortofrutícola ha vivido en las últimas dos décadas un cambio de paradigma protagonizado por dos frutas emblemáticas del verano: la sandía y el melón. Si durante años el melón mantuvo el liderazgo en volumen de exportación a nivel mundial y nacional, la irrupción de la sandía sin pepitas a partir de los años 2000 supuso un punto de inflexión que ha terminado por decantar la balanza a favor de la sandía. No se trata sólo de una evolución en cifras, sino de un cambio de ciclo motivado por la adaptación a los gustos del consumidor, la transformación varietal y la capacidad de respuesta de la cadena comercial.

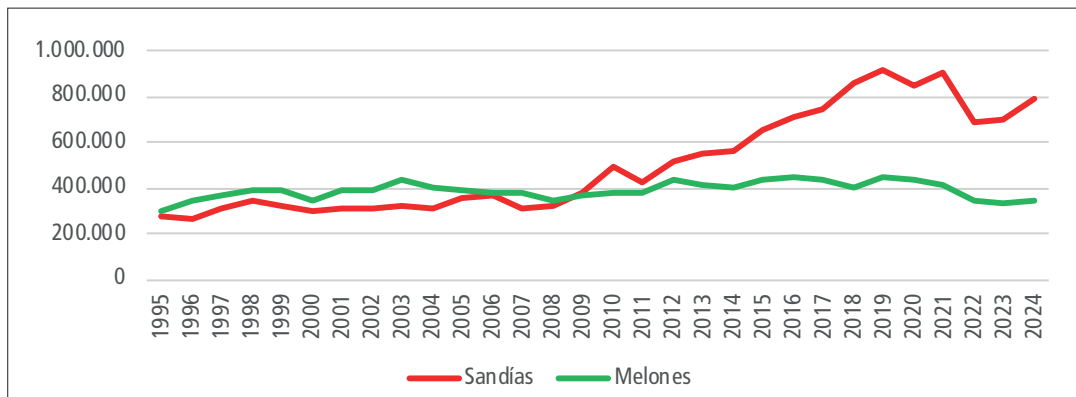
■ 2004, EL AÑO DEL CAMBIO

A nivel global, la diferencia era apenas perceptible en los años 90. En 1995 se exportaron 1.055.266 toneladas de melones y 1.245.663 toneladas de sandías. Cinco años después, en el 2000, las cifras prácticamente se igualaron: 1.514.486 t de melón frente a 1.488.061 de sandía. Durante un tiempo, el melón se mantuvo ligeramente por encima, hasta que en 2004 se produjo un giro clave: la exportación mundial de sandía alcanzó los 2.053.290 toneladas, superando por primera vez de forma significativa al melón (1.831.113 t). Este cambio coincidió con la expansión global de las variedades sin semillas, que revolucionaron la percepción del producto entre los consumidores.

Desde entonces, la brecha no ha hecho más que crecer.



Exportaciones mundiales de melón y sandía. / FAOSTAT Y TRADEMAP



Exportaciones españolas de sandías y melones. / DATACOMEX

■ EN ESPAÑA

La evolución en España reproduce esta misma dinámica, aunque con un desfase temporal que pone de relieve la rápida adaptación del sector productor español. En 1995, el país exportó 276.678 toneladas de sandía frente a 295.366 de melón. La tendencia se mantuvo así hasta 2009, cuando por primera vez la sandía (377.102 t) superó al melón (366.945 t). Pero el verdadero salto se produjo en 2010, con 492.169 toneladas exportadas de sandía frente a 378.431 toneladas de melón.

Desde entonces, la evolución ha sido clara: mientras el melón se ha estabilizado o incluso ha perdido terreno, la sandía no ha dejado de crecer. En 2024, España exportó 789.735 toneladas de sandía, más del doble que de melón

(366.945 t). Pero el verdadero salto se produjo en 2010, con 492.169 toneladas exportadas de sandía frente a 378.431 toneladas de melón.

(347.547 toneladas), reflejando una preferencia sostenida del mercado exterior, sobre todo en destinos como Alemania, Francia y Países Bajos.

■ LAS RAZONES DEL ÉXITO

La clave del cambio no está sólo en los números. La aparición y consolidación de la sandía sin pepitas ha transformado radicalmente el producto. Se trata de una fruta más fácil de consumir, con un dulzor uniforme, tamaños adaptados a los hogares modernos y una imagen asociada a salud y frescura. Todo ello encaja a la perfección con los nuevos hábitos de compra y los requisitos de las grandes cadenas de distribución, que valoran especialmente la estandarización del producto y su buen comportamiento logístico.

A nivel agronómico, la sandía ofrece también ventajas importantes: es resistente al estrés hídrico, requiere menos riego que otros cultivos y se adapta bien a climas cálidos. Además, las variedades modernas pueden ser más tolerantes a condiciones climáticas adversas y generar mayores rendimientos en suelos marginales.

■ ¿Y EL MELÓN?

Lejos de desaparecer, el melón mantiene una base fiel de consumidores y un peso relevante en zonas productoras. Sin embargo, su mayor variabilidad organoléptica, su sensibilidad en campo y su logística más compleja suponen retos añadidos en un mercado cada vez más competitivo. Los expertos coinciden en que el melón necesita una redefinición basada en la calidad, la diferenciación varietal y la segmentación por sabor para recuperar protagonismo.

La sandía —especialmente la sin pepitas— sigue ganando terreno, confirmando que el verdadero motor de cambio en el sector no siempre es una cuestión agronómica, sino de saber interpretar los deseos del consumidor.

Frutea tu Primavera con Peris

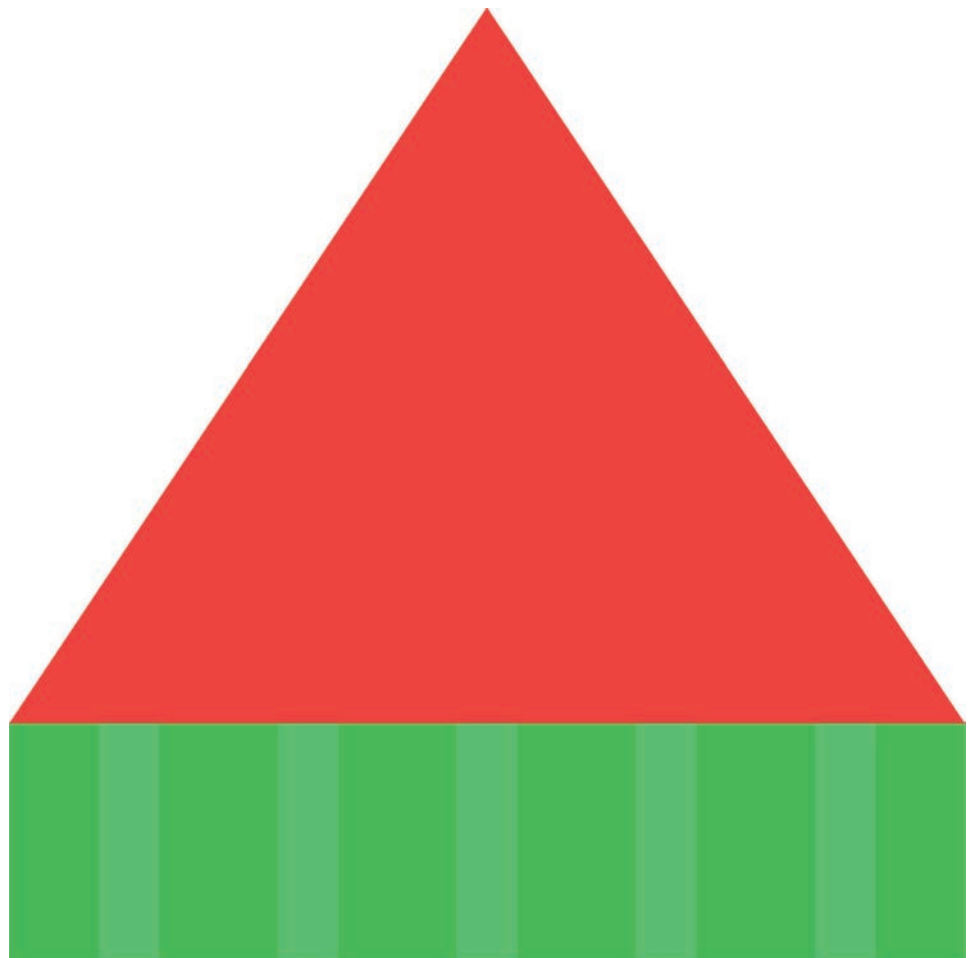


DECCO Screen

Near Harvest

Reduce el estrés solar y potencia la calidad.

- Mayor calibre y homogeneidad de la producción gracias al incremento de la efectividad de la fotosíntesis.
- Protege de la radiación solar excesiva difundiendo la luz.
- Certificado ecológico.



Villa de Madrid 54, P.I. Fuente del Jarro
46988, Paterna - Valencia, España

deccopostharvest.com/es
info@deccopostharvest.com

ÁNGEL CEBRIÁ / Responsable comercial de sandía del Grupo Anecoop

“Para la campaña de 2025 disponemos de 130.000 toneladas de sandía y 20.000 de melón”

Con una previsión de 130.000 toneladas de sandía y 20.000 de melón, Anecoop arranca la campaña 2025 con el foco puesto en la calidad, la diversificación productiva y la adaptación a los retos climáticos. Ángel Cebriá, responsable comercial de sandía del grupo cooperativo, repasa los ejes estratégicos de la campaña, marcada por un calendario ajustado por las lluvias y la presión de orígenes terceros. La apuesta por la innovación, el control varietal y la promoción con sello nacional sigue firme bajo el paraguas de la marca Bouquet.

■ NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Anecoop acaba de presentar la nueva campaña de sandía Bouquet 2025 ante sus socios productores. ¿Cuáles son los principales mensajes que se han transmitido y qué objetivos se han marcado para esta temporada?

Ángel Cebriá. A pesar de la influencia de la sandía de otros orígenes, España sigue liderando la producción y exportación en el mercado europeo. Para mantener este liderazgo, es fundamental el cumplimiento con los estándares de calidad que la marca Bouquet exige y que nuestros clientes nos demandan. Este es un mensaje clave para mantener nuestro éxito año tras año.

Dicho esto, la estrategia general de Anecoop es abastecer nuestras líneas comerciales de sandía desde la primavera hasta principios de otoño apoyándonos en las diferentes zonas de producción españolas. Estimamos para este ejercicio un volumen de sandía de 130.000 toneladas, y esperamos que la climatología juegue a nuestro favor para que nos permita cumplir nuestros objetivos.

VF. ¿Cómo se ha configurado el calendario productivo este año y qué zonas jugarán un papel clave en el suministro nacional?

AC. Nos apoyamos en todas las zonas de producción españolas, desde Almería hasta Castilla-La Mancha, pasando por Región de Murcia, Comunidad Valenciana y Sevilla para servir sandía a nuestros clientes durante toda la campaña. Utilizamos distintas variedades dentro del grupo de las sin pepitas (Rayada, Negra, Amarilla, Mini), con microsemillas y con semillas.

Por áreas productivas, este ejercicio hemos planificado crecimientos en Almería, Murcia, Sevilla y Comunidad Valenciana, y con las producciones de La Mancha cubrimos calendario hasta septiembre.

VF. En la pasada campaña se registró una importante relocalización de plantaciones en Almería por la incidencia de virus. ¿Qué cambios se han observado este año en la planificación productiva y qué medidas se han tomado para minimizar riesgos fitosanitarios?

AC. La presencia de virus efectivamente está condicionando dónde y cuándo se puede plantar sandía, lo que nos ha llevado a buscar sobre todo zonas donde no prevalezca el cultivo masivo de cucurbitáceas.

Otra medida que se está tomando es evitar programar plantaciones de sandía para recolectar más allá de la última semana de mayo, donde una ma-

yor actividad de insectos vectores puede favorecer el contagio de enfermedades.

VF. ¿Qué primeras sensaciones tienen en cuanto a floración, cuajado y estado general de las plantaciones? ¿Qué efectos tendrán las lluvias en las producciones al aire libre?

AC. El inicio de campaña en Almería se ha caracterizado por algunos cuajes y una calidad que son inusualmente irregulares, debido al periodo de climatología adversa de febrero y marzo. A partir de la semana 20, esperamos una calidad y productividad características de una buena campaña de sandía.

En cuanto a las producciones de aire libre, la lluvia ha alterado el calendario de plantación del mes de marzo, lo que supondrá un retraso en la recolección para alcanzar el volumen característico de las primeras semanas de junio. A partir de final de junio se espera un desarrollo normal de la campaña.

Lo mismo ha sucedido con las plantaciones de Andalucía occidental, que vendrán con 2-3 semanas de retraso. Estimamos que la campaña en esta zona arrancará hacia finales de junio, cuando lo habitual suele ser entre el 10 y el 15 de junio.

VF. En años anteriores la entrada de producto de terceros países, como Turquía o algunos orígenes de contraestación, tensionó el mercado en momentos clave. ¿Qué previsión tienen respecto a la competencia exterior en 2025?

AC. Las últimas 3 o 4 campañas han tenido unos inicios con muy buenos precios, por lo que el mercado europeo es cada vez más atractivo en los meses de abril y mayo para la producción de países terceros.

En el inicio de la campaña, los mayores competidores para la sandía española son Marruecos y Senegal. La sandía marroquí tiene cada vez más presencia en Europa y, Senegal ha crecido en producción y exportación en los últimos cinco años, debido en parte a otras empresas europeas que producen en este país.

VF. Anecoop ha mantenido en los últimos años una estrategia de diversificación varietal y extensión del calendario. ¿Sigue siendo esta la hoja de ruta o se han introducido ajustes para esta campaña?

AC. Nuestra estrategia sigue enfocada hacia la diversificación de zonas, adelantando y retrasando cultivos según zonas de producción.

Además, seguimos trabajando en herramientas que nos permiten hacer un mejor segui-



Según Cebriá, España sigue liderando la exportación de sandía en Europa. / ANECOOP

“La estrategia general de Anecoop es abastecer nuestras líneas comerciales de sandía desde la primavera hasta principios de otoño apoyándonos en las diferentes zonas de producción españolas”



“Cada cosa a su tiempo” será de nuevo el eslogan de la sandía Bouquet en 2025. / GA

miento de los aforos y predecir el comportamiento de la cosecha. Vamos a introducir una herramienta de IA para prever variaciones en la demanda y mejorar la respuesta comercial.

VF. ¿Qué papel juega la comunicación en el programa Bouquet y qué elementos destacará la campaña promocional de este año?

AC. Las campañas promocionales de sandía de Anecoop, o de cualquier otro producto de nuestro porfolio, siempre ponen en valor el origen de nuestras frutas y hortalizas, cultivadas en España por nuestros socios agricultores. Estas campañas

se engloban siempre en la iniciativa “Raciones de vida para el campo”, que lanzamos en el año 2020 y que impulsa y respalda la producción hortofrutícola nacional.

Hay en estos momentos una conciencia social muy fuerte ligada al consumo de productos de kilómetro cero, con un consumidor cada vez más preocupado por el origen de los productos y que “mira las etiquetas” buscando el lugar de producción. Una buena campaña de comunicación ayuda a dar visibilidad a este criterio de selección tan determinante hoy día.

“Este ejercicio hemos planificado crecimientos en Almería, Murcia, Sevilla y Comunidad Valenciana, y con las producciones de La Mancha cubrimos calendario hasta septiembre”

Este ejercicio, vamos a continuar con el claim “Cada cosa a su tiempo”, que funcionó muy bien el año pasado porque ponía el énfasis en el producto de temporada.

Además, a pesar de que el impacto de la DANA nos ha obligado a reajustar el presupuesto destinado a promoción durante todo el año, vamos a seguir realizando un importante esfuerzo en el plan promocional de la sandía. Como en años anteriores, los países en los que realizaremos el principal esfuerzo promocional de las sandías Bouquet, son España, Francia y República Checa.

VF. Respecto al melón, ¿cómo se perfila la cosecha para 2025 en cuanto a volúmenes, zonas y tipos? ¿Alguna novedad destacable en variedades o posicionamiento en los mercados?

AC. Este ejercicio contamos con un volumen comercial de unas 20.000 toneladas, un 35% más que el año pasado. En Almería mantenemos los volúmenes con respecto a 2024 en melón Piel de Sapo, y crecemos un 5% en amarillo.

En Murcia, crecen los melones tipo Galia y Cantaloup, mientras que el verde se mantiene estable. Otra de las zonas donde crece el cultivo de Piel de Sapo es Sevilla, y en cuanto a La Mancha, se mantiene la superficie total del año pasado, con menos plantación tardía.

VF. Teniendo en cuenta los efectos del cambio climático, ¿en qué líneas de mejora genética o adaptación agronómica está trabajando el grupo junto a sus socios?

AC. Junto al departamento de Producción e Innovación y los socios productores, estamos abordando los desafíos que nos plantea el cambio climático, atentos a las novedades que presentan las casas de semillas, que están en continuo proceso de innovación. Nuestras líneas de desarrollo siguen siendo aquellas que presenten menos necesidad de agua, con más masa foliar, carne más consistente o menos cantidad de semilla, que es por donde empieza a madurar la fruta.

VF. Por último, ¿qué expectativas manejan a nivel comercial para esta campaña? ¿Cómo se percibe la disposición de la distribución y la demanda en el arranque de la temporada?

AC. Disponemos de 130.000 toneladas de sandía y 20.000 de melón. De momento podemos decir que la demanda de los mercados a lo largo del mes de abril no ha cubierto las necesidades de la oferta, a pesar de que esta ha sido menor respecto de una campaña normal.

Con el avance de la temporada y la subida de las temperaturas en toda Europa estamos convencidos de que se estimulará el consumo de sandía y melón, activándose suficientemente los programas con la distribución, que son clave para finalizar con éxito la campaña.

Con agua

Sin agua

En defensa del Trasvase Tajo-Segura



RICARDO AGUDO GAITÁN / Director comercial de El Melonero

“Nuestro objetivo es mantener nuestra marca como un referente de calidad”

Con el objetivo de consolidar su marca como sinónimo de calidad, la SAT Hnos Agudo Contreras - El Melonero, afronta una campaña marcada por el crecimiento de su línea de sandía, la ampliación de instalaciones y la apuesta por un servicio eficiente al retail. Tras finalizar la temporada de contraestación, Ricardo Agudo comenta cómo ha sido su desarrollo, analiza el arranque nacional en Almería y Murcia, y habla de la evolución de los hábitos de consumo. Adaptarse a los nuevos tiempos sin perder la esencia del producto es, según él “la clave para seguir siendo un referente”.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Acabada ya la campaña de contraestación, ¿qué balance hacen del desarrollo y calidad del producto importado esta temporada? ¿Ha habido cambios respecto a campañas anteriores?

Ricardo Agudo Gaitán. La importancia de la campaña de contraestación reside en la continuidad para servir el producto durante todo el año. De este modo, cuando la producción nacional ha finalizado, podemos ofrecer melón a nuestros clientes y así mantenerlo en el mercado.

Este año, la campaña de Brasil ha sido muy fructífera y los parámetros de calidad de la materia prima han sido muy buenos, dotando al melón de gran calidad. No obstante, los meses de marzo y abril han sido complicados, dados los problemas que ha presentado el melón de Senegal. Durante este periodo ha habido problemas con la calidad y los volúmenes han sido bastante inferiores a los de años anteriores.

VF. En pleno desarrollo de la campaña de Almería y con las primeras referencias llegando desde Murcia, ¿cómo está siendo la operativa diaria en el almacén? ¿Qué factores marcan el ritmo de trabajo en estas primeras semanas de la campaña nacional?

RAG. En los comienzos de la campaña de Almería, la producción está siendo escasa, pero la calidad es bastante buena. El clima no está acompañando y el frío hace que los volúmenes se vean mermados. Tenemos confianza en que, poco a poco, la situación se vaya regularizando, de modo que nuestra previsión respecto a Almería y Murcia siguen la línea de normalidad de temporadas anteriores.

VF. Desde Castilla-La Mancha se anuncia que hay más superficie plantada de sandía que de melón. ¿Cómo interpretan este cambio desde su posición como distribuidores?

RAG. Es cierto que la sandía siempre va asociada a una mayor producción porque es una fruta que se exporta mucho si el tiempo en Europa es favorable. El melón, pese a tener su mercado de exportación, no alcanza los volúmenes de la sandía. No obstante, bajo mi punto de vista, en nuestro país el melón sigue teniendo un papel fundamental en los meses de verano y nuestra empresa aumenta las ventas año tras año.

VF. ¿Qué evolución está teniendo la línea de sandía en 2025 en El Melonero? ¿Se está consolidando como un producto clave para su



Ricardo Agudo junto a su padre, Antonio Agudo Contreras, en la pasada edición de Fruit Logística en Berlín. / ÓSCAR ORZANCO

“La calidad del producto es lo que realmente busca el consumidor final. Esa es nuestra clave con el canal de supermercados”

cartera, también en mercados internacionales?

RAG. La línea de sandía El Melonero inició con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes que querían disponer de nuestra marca en sus lineales. Sorprendentemente para nosotros, en cinco años, hemos detec-

tado un crecimiento exponencial y la aceptación en el mercado ha sido muy fructífera. Tanto es así que la producción y comercialización de sandía se ha convertido en una parte importante de nuestro negocio, sobre todo a nivel nacional. Nosotros aún no hemos enfocado la sandía con ca-

libres pequeños como demanda la exportación.

VF. En cuanto al trabajo en almacén, ¿han introducido novedades en el acondicionamiento del producto o en los formatos y envases para esta campaña?

RAG. Nos encontramos inmersos en un proyecto muy ilusionante para la compañía, ya que estamos trabajando para ampliar nuestras instalaciones con el objetivo de responder al constante crecimiento de El Melonero. Gracias a esta inversión podremos seguir dando un



El Melonero está ampliando las instalaciones para responder al crecimiento de la empresa. / NEREA RODRIGUEZ

buen servicio a nuestros clientes y tendremos capacidad para incrementar los volúmenes de comercialización. Al final, unas buenas instalaciones con todas las comodidades a nuestro alcance, son clave para garantizar el servicio.

VF. ¿Cómo está respondiendo el canal de supermercados este año? ¿Qué valoran más de su servicio como proveedores en un contexto tan competitivo?

RAG. El canal de supermercados está respondiendo muy bien. El Melonero tiene clara la clave del éxito con las grandes superficies: cuidar la calidad del producto por encima de todo, pues es lo que realmente busca el consumidor final. En un mercado con tanta competencia, los consumidores son muy exigentes en productos como el melón o la sandía. Esta calidad que le ofrecemos a los clientes siempre va de la mano de un buen servicio, lo que lleva asociado ser competitivos en el precio. Por tanto, podemos decir que la calidad, el servicio y los precios competitivos son nuestros puntos fuertes y la clave del éxito de la empresa.

VF. ¿Qué papel juega hoy la exportación en su modelo comercial? ¿Se están abriendo nuevos destinos o afianzando relaciones con mercados ya habituales?

RAG. Como se ha mencionado con anterioridad, nuestra empresa, de momento, no está enfocada a la exportación. No obstante, si calculo que el 20% de nuestro volumen es lo que comercializamos fuera de nuestras fronteras. Sí es cierto que, cada año, el porcentaje es mayor y confiamos en que siga incrementando año tras año.

VF. En un sector donde la competencia y los costes son crecientes, ¿cuáles consideran que son las claves para mantenerse como una firma de referencia en melón y sandía?

RAG. Llevamos unas temporadas complicadas en esta perspectiva por el constante aumento de los precios en los costes. Esto es una realidad que no se le escapa a nadie y, al final, hemos tenido que adaptarnos a estos nuevos tiempos. Nuestro trabajo se traduce en un estudio pormenorizado y minucioso con el fin de adaptar los precios, en la medida de lo posible, para que el consumidor final no note tanto la subida a la hora de comprar un melón o una sandía. Sólo así podrá consumir nuestro producto. Creo que la clave es adaptarse a las nuevas formas de trabajo e ir renovándose en función de las exigencias del mercado.

VF. ¿Qué tendencias observan en la comercialización de melón y sandía en España? ¿Hay cambios en las exigencias del cliente o en la forma de consumir?

RAG. El melón y la sandía son productos muy típicos. La forma de venta sigue siendo la misma, aunque no podemos negar que ya es muy frecuente la venta de piezas partidas en mitades, fundamentalmente en los lineales de los supermercados. Y esto es un aliciente de fiabilidad para el consumidor a la hora de comprar el producto.

VF. ¿Qué objetivos se han marcado para este ejercicio 2025?

RAG. Nuestro principal objetivo es siempre mantener nuestra marca como un referente de calidad. Que El Melonero sea reconocida en el mercado por clientes y consumidores es un orgullo y una satisfacción.

proexport

Hortalizas y Frutas de Murcia, España

¡Ya está aquí la fruta con sabor a verano!

Confía en los productores de melón y sandía
de PROEXPORT. Garantía de servicio y calidad.



Nuestros productores asociados



Donde nace el color



Entérate
de más



Melón



Sandía

WWW.PROEXPORT.ES/EMPRESAS



Proexport España



@Proexport_Spain



proexport



PROEXPORT



@Proexport_Spain

DAVID USÓ / Director comercial de Frutinter

“Apostamos por recuperar una zona tradicional de cultivo de melón”

La recuperación de zonas de cultivo de melón y sandía, las tendencias del consumidor español y europeo, y los objetivos de la empresa son algunos temas que trata David Usó, director comercial de Frutinter en esta entrevista.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. Después de un mes de marzo especialmente lluvioso, ¿qué apunta sobre la producción de melón y sandía de producción nacional?

David Usó. La producción temprana, centrada en la zona de Almería, se ha visto influenciada por la primavera lluviosa que, como es normal, afecta en agricultura.

En las primeras sandías los rendimientos de producción eran bajos y debíamos tener cuidado con la calidad; en cambio, en melones pienso que se han visto menos afectados en calidad, la cantidad ha ido muy controlada y poco a poco se va estabilizando todo.

En mi opinión y en general, pienso que en España gozamos de un alto nivel de agricultores y gracias a ellos, a pesar de la mala climatología, la campaña temprana saldrá adelante.

VF. En clave comercial, ¿cómo se están comportando las ventas estos primeros días de mayo?

“Ofrecer una buena relación calidad-precio es uno de nuestro puntos fuertes”

DU. Entrado el mes de mayo Almería va casi a todo rendimiento. Luego, el consumo está incrementando y los precios están altos, aunque obviamente irán relajándose.

VF. Para el resto de los meses de campaña, ¿cuál es su previsión?

DU. Pensamos que si la climatología lo permite, las sucesivas campañas de Murcia, Valencia, Castellón y La Mancha serán buenas por cantidad y calidad y, en consecuencia, podremos ofrecer buen producto y buena calidad a los clientes.

VF. Ustedes cuentan con diversas marcas propias. ¿Qué características valoran los consumidores en melón y sandía?

DU. Así es, contamos con varias marcas que segmentamos por calidad. El consumidor pide calidad a un buen precio y, por ello, ofrecer una buena relación calidad-precio es uno de nuestro puntos fuertes con la marca Usó Prades. También contamos con calidad extra con la marca Sinfonía, donde atendemos a clientes más exigentes en este parámetro.

VF. Bajo su experiencia, ¿hay diferencias entre la demanda del consumidor español y europeo?

DU. Sí. El consumidor español es gran consumidor de melón Piel de Sapo, premia el buen sabor y melón con altos grados de azúcar. Similar comportamiento en sandía, donde observamos que el consumo incrementa aunque va más ligado con las altas temperaturas.

España demanda calibres un poco más grandes que Europa.

Europa es una gran consumidora de sandía y pensamos que necesaria y, en melón, cada vez más el consumidor europeo cada



David Usó, director comercial de Frutinter. / ÓSCAR ORTEGA

“Centramos nuestros objetivos en aumentar en volumen y captar nuevos clientes”

vez valora más y mejor la variedad Piel de Sapo.

VF. ¿Qué novedades presentan para esta campaña?

DU. Seguimos con el proyecto de proximidad de melón de Castellón, con producción propia y con melón Piel de Sapo de garantía de calidad, de sabor, de altos grados brix.

Bajo la marca Marymar, el melón se cultiva en marjales que son tierras especiales con riqueza en flora y fauna. Xilxes, La Llosa y Almenara son zonas de Castellón donde la empresa apuesta por recuperar una zona tradicional de cultivo de melón

aportando valor y fusionando la tradición con el gran volumen para ofrecer a todo tipo de clientes, de mercados mayoristas y gran distribución.

VF. Para finalizar, ¿qué objetivos en cuanto a campaña de melón y sandía?

DU. Centramos nuestros objetivos en aumentar en volumen y captar nuevos clientes, ofreciendo servicio 12 meses. Para ello contamos con nuestras fincas propias en Brasil que nos permiten ofrecer los 12 meses del año melón y sandía. De hecho, es un proyecto ya consolidado y mejorado año tras año.

Sabor mediterráneo para todos

De melón y sandía con sabor natural y real. Fruto de más de 50 años y 2 generaciones de experiencia, conocimiento e innovación con el compromiso del mimo de la fruta y el respeto de la tierra. Y todo, bajo la tutela de un equipo de personas cualificadas y expertas para la satisfacción del cliente, del consumidor.



Plasencia

fruta de casa

frutasplasencia.com



+ de 50 años

Valencia

Centro de confección

+34 962 600 188

info@frutasplasencia.com

Mercabarna

Venta

+34 933 359 854

barcelona@frutasplasencia.com

Mercamadrid

Venta

+34 917 862 645

madrid@frutasplasencia.com



Distribución en Mercabarna y Mercamadrid de la marca de nuestro socio productor





No hay que

explicarlo.

Solo

pruébalo



meloneselabuelo.com



Semillas, a la vanguardia en innovación de melón y sandía

Las casas de semillas destacan el melón tipo Dino que está ganando popularidad en los últimos años

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Las diferentes casas de semillas de melón y sandía se encuentran en constante evolución en materia de I+D+i ampliando su catálogo varietal e investigando las diferentes tipologías y segmentos de melón y sandía para las diferentes zonas productoras, no sólo de España, sino también de Europa.

El desarrollo varietal se rige por conceptos como la productividad, la incorporación de resistencias a plagas y enfermedades o la facilidad de cultivo. Y en ese marco se llevan a cabo todos los años los Melon & Watermelon Innovation Days, jornadas en las que los productores, tanto nacionales como extranjeros, pueden conocer las últimas novedades agronómicas y genéticas relacionadas con las variedades de melón y sandía que han llevado a cabo las casas de semillas.

El año pasado, algunas de las novedades más significativas fueron la presentación del melón Piel de Sapo con resistencia al virus de Nueva Delhi, variedades de sandía destinadas a exportación, donde se resalta su color rojo y sabor más intenso; o melones con paquetes completos de resistencia a las principales plagas y virus que les afectan.

■ BASF NUNHEMS

En la misma línea, el Melon & Watermelon Business Event for Experts llega al Poniente de Almería el miércoles 14 de mayo donde BASF Nunhems presentará sus novedades en melón y sandía. “Una oportunidad única para compartir experiencias y mostrar el potencial de nuestras nuevas propuestas”, afirman desde la marca. Una cita esencial “para fomentar relaciones de negocio (networking) y una gran oportunidad para hablar sobre las nuevas tendencias de la industria”.



El melón tipo Dino es una muestra de las últimas innovaciones en las casas de semillas. / SEMILLAS FITÓ

El melón tipo Dino busca seducir al consumidor con nuevas texturas, colores y sabores refrescantes, intensos, aromáticos y extra jugosos

En ese sentido, el Crop Lead EMEA Melon and Watermelon de Basf Nunhems, Juan Pedro Pérez Abellán, afirma que resulta complejo identificar tendencias específicas a nivel varietal, pero “sí pueden señalarse líneas generales de evolución en el mercado”. En primer lugar, “la calidad (particularmente el sabor) continúa siendo el principal mo-

tor de la compra recurrente, por lo que su mantenimiento resulta innegociable”. Paralelamente, “la conveniencia en el consumo, especialmente a través de formatos que faciliten su manejo y almacenamiento, se consolida como una tendencia creciente”. En este contexto, explica Pérez Abellán, “se observa una preferencia creciente por calibres

medios o pequeños (midis y minis), cuyo desarrollo comercial se encuentra, sin embargo, limitado por cuestiones de rentabilidad para el productor, un aspecto clave en el que centramos parte de nuestros esfuerzos”, afirma Pérez Abellán.

En cuanto al consumo, Juan Pedro Pérez explica que “la sandía continúa mostrando una evolución positiva, especialmente en los formatos midis y minis, con un crecimiento destacado en mercados de exportación”. En el caso del melón, “se consolida una tendencia hacia variedades de sabor intenso, incluso con per-

files organolépticos tradicionales”. Un ejemplo representativo es Galkia, “nuestro melón que recupera el sabor característico del Galia tradicional, y que está experimentando un crecimiento sostenido tanto en Europa como en el mercado español, donde históricamente el Galia no ha sido una tipología de consumo habitual”.

Respecto a la diversificación del producto, con el desarrollo de nuevas propuestas en cuanto a formatos, colores y perfiles de sabor “el melón tipo Dino representa un claro ejemplo de esta línea de innovación” explica Juan Pedro Pérez.

Las tendencias actuales y los factores determinantes en la mejora genética “orientan la priorización de determinados caracteres (traits). Entre ellos, destacan la productividad y la adaptación a factores abióticos (como el cambio climático y la fatiga de suelos) así como a factores bióticos, en particular la resistencia a plagas y enfermedades”, explica Juan Pedro Pérez. No obstante, “la calidad organoléptica, y en especial el sabor, constituye un atributo esencial e irrenunciable en ambos productos, y no debe comprometerse en favor de otros traits”, añade Pérez Abellán.

■ SEMILLAS FITÓ

Semillas Fitó ha sabido crecer y afrontar el reto de la internacionalización. La clave de este crecimiento ha sido su apuesta por la I+D+i, que recibe una inversión de más del 15% de la facturación anual, “siendo la empresa del sector agrícola que más invierte en investigación”, afirman desde la marca.

José Antonio Zafra, Key Account de melón y sandía para España y Portugal de Semillas Fitó, señala que “el eje principal que rige el lanzamiento de nuevas variedades en España es la

**Distribución Nacional
Import-Export**

El Melonero
DE VILLACONEJOS

S.A.T. 9213 HNOS. AGUDO CONTRERAS

ALMACÉN: Ctra. Titulcia, nº 37 - 28360 VILLACONEJOS (MADRID) - Tel.: 91 893 80 81 - Fax: 91 893 93 29
E-mail: hnosagudo@melonero.com - elmelonero@melonero.com - Web: www.melonero.com

calidad interna. Pero también hay que destacar la calidad gustativa y la resistencia a plagas y enfermedades”.

Que la sandía está ganando al melón en superficie es un hecho que ya lleva observándose los diez últimos años. “El melón se ha estancado con una tendencia a la baja. La importación de melón ha aumentando, sobre todo el Piel de Sapo, mientras que la exportación se ha estabilizado ligeramente a la baja”.

José Antonio Zafra destaca, sobre todo la innovación en nuevas tipologías como el Dino bajo la marca Little Planet con la carne *ice green*, “una variedad relativamente nueva, distinta a lo tradicional y con una tendencia al alza”. Es una variedad que busca seducir al consumidor con nuevas texturas, colores y sabores refrescantes.

José Cárdenas, Produce Chain Manager de Semillas Fitó, afirma que “innovamos con una carne verde llamada *ice green* con un sabor afrutado intenso, aromático y extra jugoso”. El nuevo *ice green* se adapta a los ciclos de producción de Almería, Murcia y La Mancha para cubrir un programa con el que se quiere recuperar mercado del melón ganado por otras frutas, según afirman desde Semillas Fitó.

■ SYNGENTA

Desde Syngenta explican que a nivel nacional las variedades de melón y sandía más demandadas actualmente son las que presentan la doble aptitud para fresco y procesado, “donde se necesita un nivel de firmeza intermedio en la carne que aporte la versatilidad necesaria para ese doble uso, y al mismo tiempo se incrementa el valor de las características internas en la calidad de la fruta para que sea un reclamo atractivo para el consumidor en la decisión de compra”, según afirma el jefe de Producto Cucurbitáceas Iberia, Víctor García.

A nivel europeo, por otro lado, “encontramos variedades tanto en melón como en sandía de menor calibre, pero con el sabor siempre como requisito imprescindible y también hay una mayor demanda de producto ecológico”, explica García.

Las líneas de investigación de Syngenta, “además de incorporar las resistencias a las plagas y enfermedades más importantes en cada zona de producción para asegurar el rendimiento productivo a nivel agronómico, también nos centramos en la calidad de la fruta”, afirma Víctor García.

En España hay una clara transición que se lleva dando desde hace muchos años, en la que se aprecia como la sandía se alza por encima del melón en cuanto a superficie “y ya se superaron las cifras según los datos del Ministerio de Agricultura, invirtiéndose en el caso de España y saliendo como líder la sandía versus el melón por hectáreas de producción, por consumo a nivel consumidor, etc.”, afirma García. Desde Syngenta creen que todo esto se debió a las diversas introducciones de materiales y el cambio que hubo en el caso del melón Piel de Sapo en España, “cuando cambió la firmeza de la carne en el mercado, provocó un cambio completo de la necesidad del consumidor y del mercado, pero que no se consolidó al 100%, por lo que hemos tenido, durante muchos años, muchas firmezas conviviendo (firmezas altas, medias y más tradicionales). Frente

a la sandía, que su evolución fue más alineada en el incremento del sabor de las variedades, sin que haya algún parámetro que confunda al consumidor final en el lineal”.

Parece ser que la sandía le gana terreno al melón, algo que ya lleva observándose durante los últimos años, pero el melón no quiere quedarse relegado al segundo puesto y la llegada de nuevas variedades como el melón tipo Dino viene para quedarse y, según las diferentes casas de semillas, la tendencia de esta nueva variedad parece ser la de aumentar sus ventas en los próximos años.



Las casas de semillas afirman que la sandía va ganando terreno al melón desde hace ya más de diez años. / JULIA LUZ

CADA COSA A SU TIEMPO

sandías BOUQUET Stars

**SABEN que ALIMENTAN
SABEN que ahora es EL MOMENTO
SABEN que CADA COSA A SU TIEMPO**

RACIONES DE VIDA PARA EL CAMPO

PRODUCTO NACIONAL de temporada

PRODUCTO COOPERATIVO SABOR AUTÉNTICO DEL CAMPO

BOUQUET es una marca de Anecoop

. Limitando el ABANDONO de los CAMPOS

. Facilitando el RELEVO GENERACIONAL

5 al día

5 al día aconseja el consumo diario de 5 raciones entre frutas y verduras

ALBERTO MONTAÑA / Director general de Vicente Peris, SL

“Las previsiones para la campaña de melón son prudentes, pero optimistas”

Mientras que la campaña de melón se aborda con prudencia, la de sandía se espera con entusiasmo pues mantiene una demanda muy estable que aumentará con la llegada del buen tiempo. El director general de Vicente Peris, Alberto Montaña, explica que “el consumidor busca productos que no decepcionen, y en eso somos muy rigurosos”, por ello se enfocan en las nuevas tendencias como la IV gama, apreciada sobre todo por los jóvenes, en los que se muestra un claro aumento del consumo.

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cuáles son las perspectivas para esta temporada de melón?

Alberto Montaña. Nuestras previsiones para la campaña de melón son prudentes, pero optimistas. Hemos ajustado las planificaciones en campo para mantener nuestros estándares de calidad, trabajando con agricultores de confianza y priorizando el melón Piel de Sapo, que sigue siendo nuestro producto estrella. Apostamos por escalonar bien las recolecciones y cuidar especialmente la postcosecha para garantizar un producto homogéneo, con buen sabor y frescura, que responda a lo que esperan nuestros clientes.

VF. ¿Y respecto a la sandía? ¿Hay buenas expectativas?



Alberto Montaña afirma que Vicente Peris tiene un compromiso total con la calidad. / VICENTE PERIS

“La variedad Piel de Sapo es la más demandada, sobre todo por su sabor tradicional y su buena conservación. En sandía, triunfa la sin semillas”

AM. Sí, la sandía sin semillas mantiene una demanda muy estable y, en nuestro caso, una gran aceptación en el mercado. Es un producto con una imagen muy refrescante, cómodo para el consumidor y con buen comportamiento en IV gama. Esperamos que las condiciones climáticas acompañen, porque cuando el tiempo es favorable, el consumo se dispara.

VF. ¿A qué problemas van a hacer frente durante esta temporada de melón y sandía desde Vicente Peris?

AM. El principal reto sigue siendo el encarecimiento de costes: desde insumos en campo hasta logística, energía y materiales de confección. También estamos muy pendientes de la climatología, que condiciona mucho la calidad del producto. En cuanto a sanidad vegetal, trabajamos con variedades resistentes y medidas preventivas, pero las plagas siguen siendo una preocupación recurrente. Aun así, nuestro modelo de producción y selección nos permite anticiparnos y minimizar riesgos.

VF. ¿Cuáles son las variedades de melón y sandía de Vicente Peris que más se venden? ¿A qué cree que es debido?

AM. En melón, la variedad Piel de Sapo es la más demandada, sobre todo por su sabor tradicional y su buena conservación. En sandía, triunfa la sin semillas por su comodidad y dulzor. En ambos casos, el consumidor busca productos que no decepcionen, y en eso somos muy rigurosos: trabajamos desde campo con controles de calidad muy exigentes.

VF. De cara al buen tiempo, la sandía es un gran reclamo para los consumidores, ¿se prevé un aumento de la demanda? ¿La oferta estará equilibrada?

AM. Con buen tiempo, el consumo de sandía se acelera claramente, y nuestras previsiones van en esa línea. En cuanto a la oferta, hemos escalonado bien la producción para tener una campaña equilibrada, sin saturaciones ni rupturas de stock. Lo importante para nosotros es mantener una calidad estable durante toda la campaña.

VF. ¿Cómo está funcionando la IV y V gama entre los consumidores? ¿Cuál es el rango de edad

Innovación en envases activos y sostenibles de IV gama

La empresa agroalimentaria Vicente Peris participa como proveedor de producto en el proyecto de investigación SUS-AMPACK (SUStainable AntiMicrobial PACKaging based on stimuli-responsive biopolymers for postharvest products), una iniciativa del Instituto de Agroquímica y Tecnología de Alimentos (IATA-CSIC) que tiene como objetivo desarrollar envases sostenibles y antimicrobianos para productos postcosecha, como fruta fresca y mínimamente procesada.

El proyecto, activo desde 2022 y con finalización prevista en agosto de 2025, investiga nuevos sistemas de envasado que permitan alargar la vida útil de los alimentos de I, IV y V gama, contribuyendo así a reducir su desperdicio. Para ello, se trabaja con biopolímeros de base natural que incluyen sistemas de liberación inteligente de compuestos antimicrobianos. Estos compuestos se mantienen estables hasta que las condiciones del entorno (como el pH o la temperatura) provocan su liberación, frenando el desarrollo microbiano y prolongando la frescura del alimento.

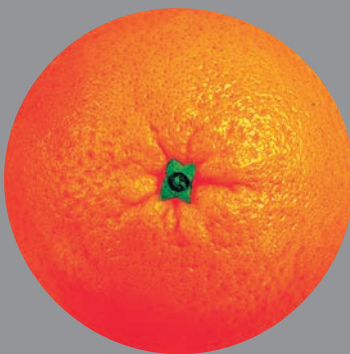
Vicente Peris participa como único proveedor de producto en este proyecto, aportando melón troceado, tarrinas y films plásticos para las pruebas de laboratorio. El IATA ha desarrollado materiales poliméricos activos con capacidad antifúngica y antibacteriana que pueden ser en formato polvo, escama, granza

o film, libres o incorporados en dispositivos (sachet, bolsa, etiqueta o almohadilla), que contribuirán a ralentizar el deterioro del producto fresco.

La colaboración entre Peris e IATA-CSIC se enmarca en la estrategia de la empresa valenciana de avanzar en sostenibilidad y economía circular, integrando el conocimiento científico en sus procesos y productos. Con esta investigación, se espera reducir el desperdicio alimentario y, además, generar envases más respetuosos con el medio ambiente, con menor uso de plásticos y mayor funcionalidad. “Desde Peris estamos totalmente entregados con la reducción del desperdicio alimentario, especialmente en productos de IV gama. Este proyecto es una oportunidad para explorar soluciones que aporten más vida útil al producto sin renunciar a la calidad, y que lo hagan desde la ciencia, la innovación y el respeto al medio ambiente”, destaca Alberto Montaña, director general de Vicente Peris. “Además, participar con producto real en este tipo de investigaciones nos permite probar desarrollos en condiciones muy cercanas a las del mercado”, añade.

SUSAMPACK está liderado por los doctores Pilar Hernández Muñoz y Rafael Gavara Clemente desde el Grupo de Envases del IATA-CSIC, y forma parte de la convocatoria nacional de Proyectos de Generación de Conocimiento del Ministerio de Ciencia e Innovación. ■

HISPA 
group



30
Años
CONTIGO

EXPERIENCE  WORLDWIDE COMMITMENT  QUALITY

WWW.HISPAGROUP.COM

que más consume y a qué cree que es debido?

AM. La IV gama está creciendo, sobre todo en públicos jóvenes y urbanos que valoran la comodidad sin renunciar al producto fresco. Nuestra marca Frutifresh, que incluye melón, sandía, piña, mango, coco o granada pelados y listos para consumir, está teniendo muy buena acogida. También llega a un público más maduro que busca practicidad, especialmente en verano. Es un producto que conecta muy bien con los nuevos hábitos de consumo.

VF. *Respecto a la exportación, ¿cuáles son los principales destinos de Vicente Peris en melón y sandía? ¿Se prevé trabajar en nuevos mercados?*

AM. Aunque nuestro mercado principal sigue siendo el nacional, exportamos parte de nuestra producción, sobre todo sandía sin semillas, a países como Francia, Bélgica o Alemania, donde tiene muy buena aceptación. No descartamos ampliar destinos, pero siempre priorizamos relaciones comerciales estables y sostenibles.

“Con buen tiempo, el consumo de sandía se acelera claramente, y nuestras previsiones van en esa línea”

VF. *A nivel local y nacional, ¿qué promociones se llevan a cabo en Vicente Peris?*

AM. Trabajamos mano a mano con nuestros clientes, especialmente grandes superficies, para diseñar promociones atractivas en los momentos clave de la campaña. Además, reforzamos la comunicación en redes sociales, blog y campañas digitales para conectar con el consumidor final y destacar nuestras novedades, como los nuevos formatos de IV gama o nuestras mejoras en sostenibilidad.

VF. *¿Qué acciones realiza Vicente Peris en la lucha contra el desperdicio alimentario y la sostenibilidad?*

AM. Es una línea prioritaria. Hemos reducido el uso de plástico en tarrinas y etiquetas, mejorado la eficiencia en envases secundarios y transporte, y optimizado el aprovechamiento del producto. En IV gama, cualquier fruta que no cumple estándares estéticos se reaprovecha en formato troceado. Además, contamos con certificaciones como la cadena de custodia Global GAP y seguimos invirtiendo en maquinaria eficiente y procesos sostenibles.

VF. *¿De qué manera ha vivido Vicente Peris el apagón eléctrico del pasado 28 de abril? ¿Cuáles fueron las consecuencias?*

AM. Fue un reto importante. El apagón nos obligó a actuar rápido y con mucha coordinación. Pese a los inconvenientes, en IV gama logramos mantener la cadena de frío y proteger la mercancía gracias al compromiso de todo el equipo. En I gama pudimos cumplir con todos los pedidos de la jornada. En situaciones así, se demuestra el valor de la organización y del trabajo bien hecho.

VF. *¿Cuáles son los objetivos que se marca Vicente Peris de cara al futuro?*

AM. Seguir creciendo de forma sostenible, apostando por la calidad, la innovación y el



Alberto Montaña afirma que en Vicente Peris hay un compromiso total con la calidad del producto. / VICENTE PERIS

respeto al producto. Queremos consolidar nuestra posición en IV gama, seguir mejorando procesos y reforzar la presencia en mercados que valoran el producto diferenciado. Siempre con los pies en la tierra, pero con visión de futuro.

VF. *¿Por qué diría que hay que apostar por los melones y sandías de Vicente Peris?*

AM. Porque detrás de cada pieza hay décadas de experiencia, un compromiso total con la calidad, y un equipo que cuida el producto desde el campo hasta el punto de venta. Apostar por Peris es apostar por tradición, sabor y confianza.

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

Dueños de la tierra.
Dueños de lo que producimos.

DUEÑOS DE NUESTRO FUTURO.



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

FOTOGRAFÍA. RODRIGO VALERO

unica
unicagroup.es

JOSÉ FRANCISCO AMER PLASENCIA / Director comercial de Frutas Plasencia

“Melón y sandía se convierten en nuestros productos estrellas en los meses de verano”

Con estas palabras, José Francisco Amer Plasencia, director comercial de Frutas Plasencia, ilustra la importancia de las dos variables que más valora el consumidor: calidad y sabor. Un análisis desde el punto de vista de producción y los principales destinos de su melón y sandía son otros temas que comenta Amer en esta entrevista.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA. Valencia Fruits. En clave producción, ¿una primera impresión a día de hoy?

José Francisco Amer. Según la información que disponemos, los periodos de frío y de carencia de luz solar de los pasados meses retrasaron las plantaciones de melón y sandía en algunas zonas productoras.

Luego, el clima impredecible, este mes de mayo también con episodios de lluvia y viento y periodos de tiempo con temperaturas inusualmente más bajas a las habituales, que estamos viviendo estos días puede condicionar el ritmo de producción.

Aún en este contexto esperamos presentar al mercado melón y sandía de calidad excelente.

VF. Entonces, parece que las temperaturas influyen...

JFA. Contamos con que las temperaturas se vayan regularizando y, de esta manera, que el tiempo en verano en España, mercado interior, y Europa, mercado exportador, acompañe para un mayor consumo de melón y sandía. De todos es conocido que a más calor, más consumo de fruta.

VF. Ustedes comercializan melón y sandía bajo marca propia...

JFA. Sí. Disponer de marca propia en el mercado es una



Amparo Plasencia, y José Francisco y Luchy Amer, componentes de la segunda generación familiar de Frutas Plasencia. / ÓO

herramienta de diferenciación y exclusividad. Más de 50 años de experiencia avalan nuestra marca.

Nuestra marca es compromiso con el consumidor, para que disfrute de fruta de calidad y sa-

“Contamos con una cartera de clientes europeos conocedores de nuestra calidad”

bor; con el agricultor, para que cuente con una herramienta comercializadora de confianza; y con el cliente; para que disponga de innovación servicio y equipo.

Completamos nuestra oferta con Diosur, marca de nuestro

“Nuestra marca es compromiso con el consumidor para que disfrute de fruta de calidad y sabor”

socio productor de melón y sandía, que sigue nuestras pautas de cultivo y cosecha bajo estrictos criterios y controles de calidad y rigor, asegurando el punto óptimo de maduración y el máximo sabor, principal característica que demanda el consumidor.

VF. ¿Principales destinos de su melón y sandía?

JFA. Además de España; Desde de nuestro centro de confección en Faura (Valencia) y nuestras paradas en los mercados centrales de frutas y hortalizas de Mercabarna y Mercamadrid enviamos nuestro melón y nuestra sandía principalmente a países europeos. Contamos con una cartera de clientes europeos conocedores de nuestra calidad en melón y sandía. En este sentido, siempre abiertos a nuevas oportunidades de negocios y colaborar con nuevos clientes que aprecien nuestra fruta.

En clave comercialización, esperamos un comportamiento de los mercados similar al de los últimos años con tendencia al alza en sandía y estabilidad en melón.

Para nosotros el melón y la sandía se convierten en nuestros productos estrellas durante los meses de verano.

VF. ¿Qué objetivos se plantean?

JFA. Siguiendo la línea de los últimos años, aplicar aquellas iniciativas y acciones para trabajar de una manera más sostenible y respetando el medio ambiente. También en cómo ampliar nuestro calendario de producción y comercialización de melón y sandía, siempre respetando la temporalidad de cada variedad.

The advertisement for Fruta de Autor features a collage of various fruit brands and a truck. At the top left is the 'Princesa' brand logo with a girl's face and the website 'frutadeautor.com'. To its right is the 'Roxo' brand logo. Below these are the 'Algitama' and 'Anna' brand logos, with the latter including a QR code. At the bottom left is a large 'Fruta de Autor' logo with the website 'frutadeautor.com'. On the right is a photograph of a white truck with the 'Fruta de Autor' logo on its side, driving on a road.

El melón Charentais pierde terreno en Francia, España y Marruecos

► **NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.**
La campaña 2025 del melón Charentais se perfila como una de las más contenidas de los últimos años. Según las previsiones presentadas por la asociación AIM en el marco de Medfel el pasado 23 de abril, la superficie total cultivada en Francia, España y Marruecos se ha reducido en unas 1.100 hectáreas respecto a 2024, confirmando la fragilidad de esta línea de producción tras una campaña 2024 especialmente complicada. A la incertidumbre normativa y económica se suma una meteorología cada vez más imprevisible, dificultando la planificación y la toma de decisiones estratégicas.

■ **MARRUECOS**

En el país magrebí, las plantaciones de melón Charentais se han visto reducidas a 1.040 hectáreas (-250 ha), debido principalmente a la inestabilidad regulatoria invernal y a las restricciones de acceso al agua. La caída ha afectado especialmente a las producciones al aire libre en Marrakech y Agadir, donde se ha producido un cierto reequilibrio en favor del cultivo bajo invernadero.

En Dakhla, pese a unas condiciones meteorológicas fluctuantes, la calidad del producto es satisfactoria y la cosecha —iniciada en marzo— ya está avanzada en un 80%. En 2025, la superficie cultivada de melón Charentais (verde) se ha fijado en 210 hectáreas, 60 menos que en 2024.

En Marrakech y Agadir, la producción bajo invernadero se ha desarrollado en buenas condiciones desde mediados de diciembre. Las plantaciones al aire libre, por su parte, han estado condicionadas por la falta de calor y episodios de lluvia a mediados de abril, aunque los calibres y la calidad sanitaria son correctos. En cuanto al reparto de la superficie plantada, en Marrakech, la cifra total ha sido de 760 hectáreas, 160 menos que el año pasado. En cuando a tipo de melón, ha predominado el Charentais verde con un 90%. Mientras, en Agadir, la superficie total ha sido de 140 hectáreas (30 menos que en 2024) y también con preferencia por el Charentais verde.

En Kenitra, con 120 hectáreas estables, ha predominado el Charentais amarillo.

■ **ESPAÑA**

España confirma su tendencia a la baja por cuarto año consecutivo, perdiendo en 2025 otras 400 hectáreas, y situándose en 2.350 hectáreas, lo que supone una reducción del 50% desde 2021. La presión sobre el acceso al agua y al suelo, el endurecimiento normativo y el encarecimiento de los costes han hecho mella en el sector, especialmente en Murcia, Alicante y Sevilla.

En Almería, las superficies se mantienen a la baja, centradas en el cultivo bajo invernadero de Charentais verde orientado al mercado del norte de Europa.

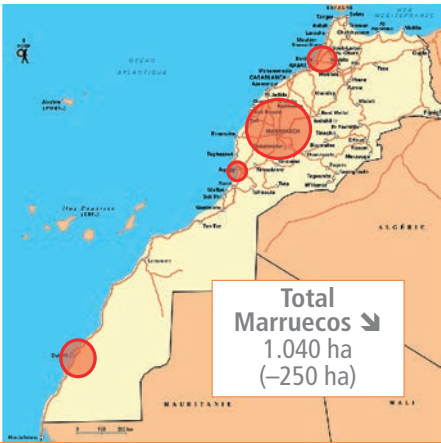
En las zonas más tradicionales (Murcia, Alicante y Sevilla), las dificultades se han acentuado por las lluvias registradas en la primera quincena de marzo, que alteraron los calendarios de plantación y el desarrollo de las plantas. Se espera un retraso y un escalonamiento en las cosechas. La superficie plantada en Sevilla se ha cifrado en 250 hectáreas, 50 menos que el año anterior, con preferencia del Charentais amarillo. En la zona de Murcia y Alicante, la más extensa en superficie con 1.700 hectáreas, el 80% de las producciones son de Charentais amarillo y es la zona que mayor retroceso presenta en la superficie plantada con 300 hectáreas menos en comparación al año pasado.

■ **FRANCIA**

En Francia, donde el Charentais es un producto emblemático del verano, la superficie cultivada baja hasta las 10.240 hectáreas (-410 ha), con un descenso marcado en el sudoeste (-230 ha) y el centro-oeste (-180 ha), mientras que el sureste se mantiene estable con 5.700 hectáreas (480 ha bajo invernadero).

En el sudeste, las lluvias de la segunda quincena de marzo y mediados de abril han perturbado seriamente la planificación, lo que podría generar una brecha de oferta entre el melón de invernadero y el de campo abierto, como ya ocurrió en 2024. Se prevé un retraso de 7 a 10 días en las cosechas tempranas, y el volumen final dependerá de la evolución del clima primaveral.

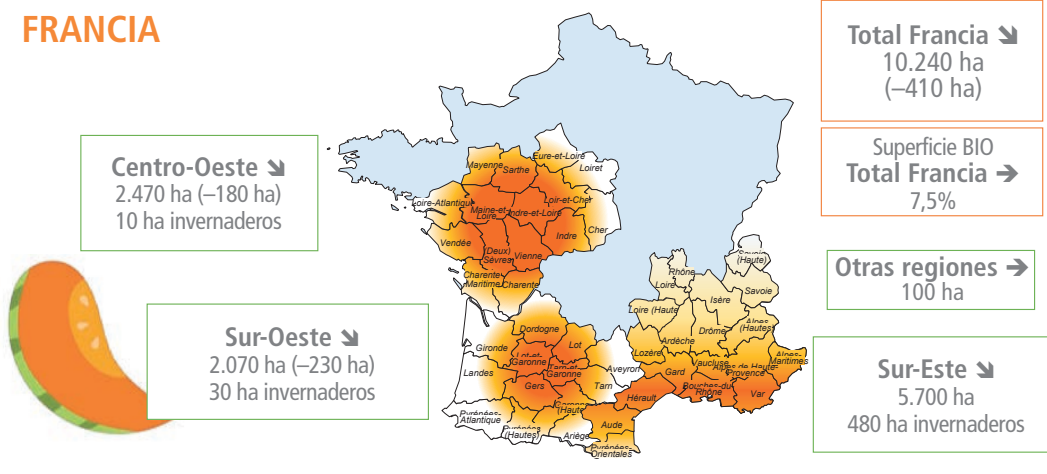
MARRUECOS



ESPAÑA



FRANCIA



TRADICIÓN | SABOR | CALIDAD

Este verano refréscate con nuestros melones y sandías

ANTONIO ALARCÓN / CEO de Bollo Natural Fruit

“El melón Piel de Sapo va ganando terreno en otros mercados europeos”

“Estaremos en todas las zonas productoras”, con esta afirmación Antonio Alarcón anuncia que habrá melones Bollo y Bruñó de origen España durante toda la campaña estival. Melones reconocidos por los retailers y los consumidores que requieren de “un seguimiento técnico continuo de la evolución de los cultivos para garantizar la mejor calidad”, algo que da tranquilidad tanto al comercio como al consumidor. Alarcón también aprecia una tendencia que abre nuevos horizontes para la variedad de melón que más se identifica con el verano en España: el Piel de Sapo.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Cómo se presenta la campaña de melón este año?

Antonio Alarcón. Planteamos una campaña con presencia en todas las zonas productoras, asegurando así que el melón Bollo y Bruñó, con sus firmas de calidad y sabor, estén presente a lo largo de toda la temporada. Seguiremos atendiendo a las variables que afectan a la calidad, nuestra seña de identidad, durante todo el proceso, manteniendo nuestros protocolos, conocimientos y equipos de producción. E intentaremos cubrir la cantidad demandada por el mercado de la forma más eficiente posible.



Antonio Alarcón destaca el proceso que siguen los cultivos de la compañía para ofrecer un producto de la más alta calidad. / RF

VF. ¿Las lluvias han afectado positivamente o han provocado retrasos que van a condicionar el desarrollo de toda la campaña?

AA. Las intensas lluvias durante el mes de marzo y abril están afectando a la campaña y habrá ciertos retrasos. No obstante, como cada temporada, los técnicos y responsables de campo de nuestra compañía, junto a los agricultores, llevan a cabo un excelente trabajo de planificación y evaluación de plantaciones y cultivos en las diferentes zonas de producción y en nuestras diferentes variedades. Sólo a través de un seguimiento técnico continuo de la evolución de los cultivos podemos garantizar la mejor calidad y sortear los posibles obstáculos que trae consigo algo tan incontrolable como es la meteorología.

VF. ¿Hay novedades en la oferta de este año? ¿Nuevas variedades? ¿Nuevos mercados de destino?

AA. Trabajamos con casi todas las variedades del mercado, siendo nuestro I+D+i constante lo que nos diferencia respecto a otras marcas de melón, además de disponer de exclusividad en algunas variedades. Estamos consolidando los mercados que hemos ido abriendo año tras año, tanto en Europa como en América y en Asia. En este último estamos creciendo de manera notoria en países de Oriente Medio.

VF. ¿Qué criterios ha de tener un melón para llevar una marca como Bollo?

AA. Un melón Bollo siempre es sinónimo de calidad y sabor. Conseguir un melón de alta calidad no es fácil y exige

Valencia Fruits donde y como quieras

Recibe **Valencia Fruits** cada semana. Además, llévalo siempre en tus dispositivos digitales y disfruta de dossiers especiales, nuestra hemeroteca, directorio profesional y toda la actualidad del sector.



SÍGUENOS:



El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso

valencia fruits

Valencia Fruits y Anuario*

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

Anuario Hortofrutícola

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

(Anotar X en la forma elegida)

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

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

EMPRESA:

DE ACTIVIDAD: DNI/NIF:

CON DOMICILIO EN: CP:

CALLE: NÚMERO: TEL.:

E-MAIL:

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

BANCO/CAJA: IBAN Nº

Firma

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

mimo, tiempo y dedicación. De ahí que la marca en melón juegue un papel tan relevante. Esta garantía de calidad aporta tranquilidad al retailer o al frutero, ya que cuenta con la seguridad de poder ofrecer a sus clientes el mejor producto sin margen de fallo. Y al consumidor le aporta tranquilidad, pues sabe, también sin margen de fallo, que está invirtiendo en la mejor fruta para su alimentación diaria.

VF. *Los anuncios promocionales de Bollo son ya una tradición, ¿con qué idea van a trabajar este año?*

AA. A nivel de comunicación, esta campaña va a ser una continuación de “Quédate con lo bueno”, el concepto con el que arrancamos nuestra temporada nacional de melón/sandía el pasado año y con el que queremos reforzar la garantía de calidad inherente a la marca Bollo. Ani-

mamos a nuestros consumidores a que se queden con lo bueno de la vida, del verano, de los viajes, de los encuentros con amigos y familiares durante la época estival. Pero también con lo mejor de la fruta. La campaña de comunicación se complementará con una serie de acciones trade en punto de venta que nos ayuden a incrementar la cuota de conversión y a potenciar nuestra notoriedad.

VF. *¿Qué diferencias ven entre los gustos del consumidor español y el de otros países?*

AA. Existe toda una geografía del consumo de melón si atendemos a Europa, por ejemplo. Mientras que en España es indiscutible nuestra preferencia por el Piel de Sapo, en otros países europeos es más común encontrar en los lineales el melón amarillo, el Cantaloup o el Galia. No obstante, una tendencia que

estamos observando en las últimas temporadas es cómo el Piel de Sapo va ganando terreno en otros mercados europeos donde tradicionalmente han tenido más peso otras variedades.

VF. *¿Qué calendario esperan cubrir con el melón nacional y cómo se van a ir sucediendo las diferentes zonas productoras?*

AA. Ya estamos cubriendo la demanda con nuestra producción en Almería, tras lo cual lo haremos con Murcia, hasta finalizar la temporada de verano en La Mancha. Estaremos en todas las zonas productoras para abarcar la temporada en su totalidad y aumentaremos el número de hectáreas cultivadas para que la bajada gradual de productividad por hectárea a la que estamos asistiendo no influya en nuestra vocación de suministro, garantizando una cobertura eficiente de la demanda.



Los melones y sandías de Bollo son un clásico de la época estival. / BOLLO NF

Memoria de Sostenibilidad 23/24

Bollo Natural Fruit ha hecho pública su Memoria de Sostenibilidad 23/24, un informe en el que desgana las iniciativas y proyectos puestos en marcha durante el último ejercicio y vinculados a cinco grandes áreas corporativas de actuación: Biodiversidad, Descarbonización, Eficiencia Hídrica, Cadena de Suministro y Bienestar e Inclusión.

El primero de ellos, el compromiso con la Biodiversidad, se sitúa en el corazón de las operaciones, a través de la denominada Agricultura Bio-Inclusiva, un modelo no invasivo, que proclama y practica la protección y promoción de la biodiversidad, del que Bollo Natural Fruit fue precursora en 2014.

Estas prácticas defienden la reducción del impacto de la actividad agrícola en el campo y la recuperación de la biodiversidad con técnicas respetuosas con el medioambiente, la fauna y la flora para conseguir el equilibrio natural de los ecosistemas. Un equilibrio que lleva consigo una reducción del consumo de recursos hídricos, energéticos y fitosanitarios.

Como estandarte de este modelo de agricultura, la compañía cuenta con la finca El Cerro, localizada en la localidad sevillana de Carmona, que, a día de hoy, con 1.098 hectáreas de fincas propias cultivadas bajo sus guías. Y el objetivo es extenderlo al 100% de las fincas propias elegibles en los próximos 4 años. ■

ESTATE TRANQUILO Y RELÁJATE

Con MSC puedes llegar a cualquier mercado del mundo. Gracias a décadas de experiencia, podemos cuidar de tu mercancía 24/7, ya sea en puertos, mares, camiones o trenes. Puedes confiar en nuestros equipos locales para satisfacer los requisitos especiales de tu cadena de suministro.

MOVING THE WORLD, TOGETHER.

msc.com/fruit

msc

MANUEL BAIDES / Director general de Fruta de Autor

“Cuando España cubre la demanda, cesamos las importaciones para proteger el producto local”

Fruta de Autor consolida su papel como división internacional del Grupo Algitama Autor, combinando la expansión global con una firme apuesta por el producto nacional y de proximidad. Su estrategia, basada en el suministro los 12 meses del año y en una cuidada selección del producto, es clara: “ofrecer siempre un producto con sabor auténtico, una logística ágil y un servicio comercial cercano, que inspire confianza y aporte valor real a nuestros clientes en cada campaña”.

► JULIA LUZ, REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué papel juega Fruta de Autor dentro del Grupo Algitama Autor?

Manuel Baidés. Fruta de Autor es la división comercial internacional del Grupo Algitama Autor. Nos encargamos principalmente de la exportación a Europa y mercados de ultramar. Nacimos con el objetivo de dar salida internacional no sólo a nuestros productos —melón, sandía, cítricos, kakis...— sino también a los de empresas colaboradoras con las que llevamos años trabajando. Esta estructura nos permite mantener un contacto constante con los clientes y garantizar presencia de marca durante todo el año, lo que es clave en nuestra estrategia comercial.

VF. ¿Cómo trabaja Fruta de Autor el melón y la sandía?

MB. Operamos bajo marcas premium como Roxo, Foodie, Algitama o Melón de Autor, con una estrategia clara de suministro los 12 meses del año. Desde abril a septiembre, abastecemos desde las principales zonas productoras de España —Almería, Sevilla, Córdoba, Murcia, Comunidad Valenciana y La Mancha—. De septiembre a febrero, la campaña continúa desde Brasil y, de febrero a abril, desde Senegal, donde gestionamos directamente las fincas alquiladas. Así aseguramos una cadena de suministro constante y controlada.

En nuestra filosofía empresarial, priorizamos siempre el producto nacional. Cuando la producción española puede cubrir la demanda, cesamos las importaciones para proteger la proximidad y calidad local.

VF. ¿Qué variedades ofrecen?

MB. Somos una referencia nacional en melón Piel de Sapo con marcas premium como Roxo, Melón de Autor y Algitama. En sandía, destacamos con Foodie, Algitama y Roxo, ofreciendo sandía rayada, negra y mini. También trabajamos una línea de melón amarillo, como complemento a nuestra oferta.

VF. ¿Cuáles son vuestros principales mercados?

MB. España es nuestro mercado más maduro, con una red comercial consolidada. Europa es nuestro foco de crecimiento sostenible, y llevamos dos años desarrollando proyectos de alto valor en mercados de ultramar. En estos destinos colaboramos con casas de semillas para crear variedades con sabor, firmeza y larga vida útil, asegurando con-



Fruta de Autor trabaja bajo marcas premium como Roxo, Foodie, Algitama o Melón de Autor, con una estrategia de suministro los 12 meses del año. / FRUTA DE AUTOR

tinuidad en el lineal y una gran experiencia de consumo.

También estamos presentes en Medio Oriente y Asia, especialmente en Arabia Saudí y Dubái, donde exportamos melón todo el año mediante transporte aéreo. Aunque los volúmenes son

moderados por el coste logístico, el consumidor busca producto europeo premium, y ahí queremos estar.

VF. Entrando en materia, ¿cuáles son las primeras impresiones de esta campaña de melón y sandía nacional?



Manuel Baidés avanza una de las novedades de Fruta de Autor para esta temporada: el lanzamiento de la marca “Sabores de Marjal”. / FRUTA DE AUTOR

“Cada una de nuestras frutas pasa por un riguroso proceso de selección manual, realizado por personal experto, para asegurar que sólo llegue al cliente el producto que cumple con los más altos estándares”

MB. Las lluvias de primavera han afectado el cuaje, con rendimientos más bajos y precios elevados. En Almería arrancamos hace casi un mes con sandía, y el melón lo iniciamos hace dos semanas. El producto español ha llegado a un mercado bien posicionado y con precios competitivos frente al escaso y caro producto senegalés.

VF. ¿Cómo prevén que se desarrolle la campaña? Voces del sector auguran que, al retrasarse la campaña almeriense y murciana, esta puede solaparse con la de Castilla-La Mancha...

MB. Es posible pero el tiempo es caprichoso. Aunque Valencia no es un área de gran volumen, podría coincidir también con Castilla-La Mancha y marear un poco más el mercado. Nos preparamos mediante planificación escalonada, con un 20-30% de producción libre que permite maniobrar ante imprevistos como el pedrisco o retrasos en recolección. El 70% restante está perfectamente programado, y cuando es necesario, recurrimos a terceros con fruta avanzada.

VF. ¿Cuál es la hoja de ruta que Fruta de Autor se ha marcado para esta campaña?

MB. Apostamos por calibres mini, muy demandados por los consumidores con marcas como Le Petit Autor y Princesa, siempre con el sabor en la mente. También reforzamos nuestra línea de IV gama, con “sala blanca” para servir mitades y cuartos, un formato ideal para supermercado.

VF. ¿Hay un auge de la sandía en detrimento del melón?

MB. Sí, y se debe tanto al clima como a la fiabilidad del producto: la sandía suele acertar más en sabor. En cambio, en melón, la proliferación varietal ha afectado la regularidad. Por eso, ahora priorizamos sabor constante todo el año, con una línea varietal definida que ofrece al consumidor una experiencia predecible y satisfactoria.

VF. ¿Algún otro valor añadido que queráis ofrecer con vuestro producto al consumidor?

MB. Este año apostamos con fuerza por el melón de la Marjal,

un producto de proximidad con fuerte identidad y sabor diferencial. Su cultivo presenta retos importantes en cuando a riego y manejo, pero tras años de ensayo, hemos conseguido un producto excelente. Lanzamos este año la marca “Sabores de la Marjal”, disponible de junio a septiembre.

VF. ¿Qué características tiene este melón?

MB. Lo cultivamos en antiguas marjales arroceras de Castellón y Valencia, cercanas al mar. Las condiciones salinas y climáticas únicas aportan un dulzor elevado y un sabor inconfundible. Además, hemos recuperado variedades antiguas que van a ser una delicia para los paladares más exigentes.

VF. ¿Cómo integra Fruta de Autor la sostenibilidad y la innovación en su día a día?

MB. Fuimos pioneros en IV gama con sala blanca y maquinaria específica para evitar contaminación en los cortes. Usamos paneles solares, maquinaria 100% eléctrica y apostamos por reducir al máximo los plásticos. Nuestra innovación va siempre ligada a garantizar seguridad alimentaria y sostenibilidad real.

VF. ¿Qué pasos sigue Fruta de Autor hacia el futuro?

MB. Estamos consolidando nuestras marcas tanto a nivel nacional como internacional como referentes de sabor, calidad y fiabilidad. Cada una de nuestras frutas pasa por un riguroso proceso de selección manual, realizado por personal experto, para asegurar que sólo llegue al cliente el producto que cumple con los más altos estándares. Esta exigencia en cada detalle nos distingue y garantiza una experiencia óptima de consumo. Al mismo tiempo, apostamos firmemente por una producción respetuosa con el medio ambiente, eficiente y sostenible, como parte de nuestra visión de futuro. Nuestro compromiso es claro: ofrecer siempre un producto con sabor auténtico, una logística ágil y un servicio comercial cercano, que inspire confianza y aporte valor real a nuestros clientes en cada campaña.