

valencia• fruits

10 de junio de 2025 • Número 3.111 • Año LXIII • Fundador: José Ferrer Camarena • 5 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTÍCOLA FUNDADO EN 1962



La cosecha de aguacate español ha estado por encima de las 75.000 t, gracias el gran aporte hídrico que han recibido las fincas de Andalucía Oriental. / AET

España cierra su campaña de aguacate con cifras al alza

La cosecha ha superado las 75.000 t, un 20% más que lo cosechado el año anterior

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
La producción de aguacate en España, principal proveedor de fruta tropical del continente europeo, cumple con las expectativas trazadas al inicio del presente ejercicio y concluye la temporada 24/25 con unos datos que, si bien continúan lejos de los años de bonanza productiva previos a este periodo de climatología adversa, consolida un crecimiento superior al 20% respecto a la campaña 23/24, que fue una de las peores de la historia por el desastre hídrico en el que se ha visto inmersa la principal área productiva, localizada en las comarcas de La Axarquía y la Costa Tropical de Granada.

Según la Asociación Española de Tropicales (AET), que ya apuntó hacia esta leve mejora al comienzo del año, uno de los factores determinantes ha sido la mejora hídrica en las fincas gracias al gran aporte de agua recibido en el final de invierno

y arranque de primavera, reforzado con las buenas cifras de cosecha de las nuevas áreas en explotación de las provincias de Cádiz y Huelva; donde la pluviometría ha sido igualmente positiva al igual que en la Comunidad Valenciana.

■ **PRONÓSTICOS CUMPLIDOS**
El aguacate español ha comenzado a doblar el pulso a la nefasta curva que traía de cabeza a los agricultores del tropical nacional en los últimos años a causa de una de las sequías más extremas que ha vivido este país en las últimas décadas, y que se ha cebado especialmente con la principal área productiva del continente europeo, La Axarquía malagueña y la Costa Tropical de Granada, donde se produce nada menos que el 75% de todo el aguacate que sale de la península ibérica, sin contar, eso sí, con las nuevas plantaciones en el sur de Portugal. De esta forma, el balance de la campaña 2024/25,

que ya se anticipaba mejor que las de los últimos ejercicios a comienzos de este año, ha cumplido con las expectativas anunciadas desde la Asociación Española de Tropicales (AET), que estimó el incremento en la producción al cierre de una campaña que concluyó hace dos semanas en una cifra superior al 20% respecto a la temporada previa.

Finalmente, la cosecha de aguacate español ha estado por encima de las 75.000 toneladas, unos números en los que ha tenido mucho que ver el gran aporte hídrico que han recibido las fincas de Andalucía Oriental en el último tramo de invierno y en una primavera especialmente benévola con el campo tropical andaluz. Así lo evidencia el estado del embalse de La Viñuela, en la Axarquía, que se ha convertido en uno de los principales ‘observatorios’ de la situación climática en esta parte de la región y que ha logrado, por primera vez en

años, superar el nivel del 50% en la cifra de agua embalsada. El porcentaje es más que significativo, ya que abre la puerta a la mejora en las dotaciones para los regantes de una zona que ha vivido momentos críticos y que sigue pendiendo de un hilo.

■ **INTERPROFESIONAL**
En línea con los principales observatorios de consumo internacionales, que apuntan a un crecimiento sostenido en la demanda de aguacate, el máximo responsable de la AET volvió a poner en valor los avances que se están produciendo en el desarrollo de la Organización Interprofesional del Aguacate y del Mango español, que va a contribuir a la promoción, divulgación de bondades y defensa de estos dos productos que son una seña de identidad del campo español, especialmente en las regiones de Andalucía, Levante y Comunidad Valenciana e Islas Canarias.



Esta semana

3 Las importaciones hortofrutícolas de Marruecos son las que más se incrementan en España

Reino Unido aplaza los controles sanitarios a la importación hortofrutícola

5 “Buenas Hasta el Hueso” destaca el sabor y el carácter saludable de las frutas de hueso

El consumo de fruta fresca ha caído un 30% en los últimos diez años

6 Frutas tropicales y exóticas recorren un camino de retos y oportunidades

8 Entrevista a Julio Marín, nuevo director general de Decco Ibérica



ÍNDICE	
Agrocomercio	3
Agrocultivos	6
Agrocotizaciones	9
Noticias de Empresas	13



Editorial



El equipo de Valencia Fruits y los propietarios con el galardón de 8 Mediterráneo. / FOTOS: VALENCIA FRUITS Y LA 8 MEDITERRÁNEO TV

Y aquí seguimos

Esta semana Valencia Fruits cumplirá 63 años desde aquel primer número publicado el 15 de junio de 1962. Un periódico dedicado al sector hortofrutícola que llegue hasta aquí sólo se puede explicar por la fidelidad de sus lectores, el compromiso de las empresas que lo apoyan y los profesionales que, a lo largo de esta ya larga historia, han hecho posible la información independiente, rigurosa y de calidad característica del periodismo de Valencia Fruits.

Un medio que ha sido (y es) escuela de periodistas y también donde siguen firmando cada semana profesionales de larga trayectoria junto con nuevos periodistas que aportan una visión nueva. Una combinación que justo en estos días se ha visto recompensada con el premio Difusión, Comunicación y Promoción del Sector Agrario otorgado por La 8 Mediterráneo TV dentro del marco de los I premios Excelencia Agroalimentaria.

Para el equipo de Valencia Fruits y para los hijos del fundador, José Ferrer Camarena, y actuales propietarios (Rocío Ferrer y Agustín Ferrer) es una enorme satisfacción recibir este galardón de manos de colegas de profesión, en este caso del ámbito televisivo.

Todos los reconocimientos son bienvenidos y este lo agradecemos especialmente porque llega en un momento en el que estamos viendo cómo la prensa en papel reivindica su espacio y su razón de ser cuando hace años que se dio por (erróneamente) sentenciada y por la dinámica del propio sector hortofrutícola.

Un sector resiliente y comprometido como pocos que va sorteando las crisis sucesivas demostrando una capacidad de adaptación única. Cuando parece que todo falla, toda la cadena, desde el campo hasta el lineal, siempre está ahí para abastecer a la población, aunque tenga que superar problemas climatológicos, laborales, geopolíticos o sanitarios.

Siguiendo la estela del sector, Valencia Fruits superó desde los

Para el equipo de Valencia Fruits y para los hijos del fundador, José Ferrer Camarena, y actuales propietarios (Rocío Ferrer y Agustín Ferrer) es una enorme satisfacción recibir este galardón

cambios de regímenes políticos (seguimos abanderando nuestra independencia) hasta la crisis del papel en la que muchos medios sucumbieron, además de los vaivenes que todos hemos vivido en estos últimos lustros.

No queremos dar nombres porque no queremos olvidar a nadie, pero todos los que han pasado por nuestra redacción han hecho posible que hayamos llegado hasta aquí. Y no sólo periodistas. Comerciales, personal de administración y servicios, accionistas, proveedores, anunciantes... Cada uno ha desempeñado un papel único e imprescindible para que 63 años después podamos seguir informándoles y que, además, nos premien por ello. Por hacer nuestro trabajo.

Sin duda, vendrán tiempos complicados. Porque la experiencia nos demuestra que nunca hay tiempos sencillos. Pero nuestra vocación es estar aquí para contarlos. Y para ello necesitamos que ustedes, lectores, nos sigan dando su confianza semana a semana en nuestro periódico y día a día en nuestra web y redes sociales. Porque estar aquí desde 1962 no implica estar anclados en el pasado sino saber adaptarse a lo que trae cada tiempo.

También queremos agradecer especialmente a esas empresas e instituciones que siguen apostando por dar a conocer su trabajo, sus novedades, sus logros y sus innovaciones en nuestras páginas. Gracias a ellos podemos seguir garantizando nuestra independencia y seguir aquí para hacer lo que más nos

gusta: informarles puntualmente de todo lo que ocurre en el sector hortofrutícola y llevar nuestro nombre por el mundo.

Así que sí, estamos muy agradecidos por este premio de La 8 Mediterráneo, porque haya llegado en este momento y porque es un honor haber recibido el primer galardón de unos premios que esperamos que tengan una gran trayectoria. Tal y como merece un sector que nos lo ha dado todo. Y aquí seguimos, 63 años después, gracias a todos ustedes.



Raquel Fuertes recibió el premio de manos de Cristóbal Aguado, presidente de AVA



Las empresas premiadas (Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad Valenciana (CAECV), Bodegas Hispano Suizas, Casa Planes, Ecoaromuz, Valencia Fruits, Vicky Foods, Hexagon Agro, Aceites Albert y Cowvet de Rosalía Uría) con el con-seller de Agricultura.



El equipo de Valencia Fruits: Julia Luz, Alba Campos, Neri Torres, Óscar Orzanco, Nerea Rodríguez, Ana Meliá y Raquel Fuertes.

Agrocomercio

Las importaciones hortofrutícolas de Marruecos son las que más se incrementan en España

Fepex alerta de este aumento, mientras confirma también la subida de las exportaciones agroalimentarias europeas en un tres por ciento en febrero

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
La importación total española de frutas y hortalizas frescas en el primer trimestre creció un 8% en volumen y un 15% en valor totalizando 1,1 millones de toneladas y 1.442 millones de euros respectivamente.
El crecimiento de las compras de frutas y hortalizas a Marruecos es continuo. En los últimos cinco años del periodo analizado, la importación ha pasado de 156.229 toneladas, de enero a marzo de 2021, a 188.076 toneladas en enero-marzo de 2025, lo que supone un incremento del 20% y en valor ha pasado de 311 a 481 millones de euros, un 54% más, según datos de Aduanas procesados por Fepex.
El primer producto importado por España de Marruecos es el tomate, que además es la hortaliza que más ha crecido en el periodo analizado, pasando de 24.118 t en el primer trimestre de 2024 a 32.313 t en el primer trimestre de este año.



El primer producto importado por España de Marruecos es el tomate, que además es la hortaliza que más ha crecido en el periodo analizado, pasando de 24.118 t en el primer trimestre de 2024 a 32.313 t en el primer trimestre de este año. / ARCHIVO

este caso se redujo tanto el volumen (-17%) como el valor (-12%).
Para Fepex, la disparidad existente entre las normas fitosanitarias, laborales, sociales... exigidas en la UE, que no son requeridas en los países terceros de origen de las importaciones comunitarias hace que los productores de los Estados miembro sean cada vez menos competitivos.
Además, en el caso en concreto del tomate procedente de Marruecos ha, provocado un desplazamiento del tomate espa-

ñol. Y ello se ha debido también a que los precios de entrada, establecidos en el Acuerdo de Asociación de la UE con Marruecos, no han cumplido con su función de proteger el mercado comunitario y se han quedado obsoletos, impulsando la importación. Por ello, para Fepex es imprescindible su reforma, con el objetivo de asegurar la viabilidad de este cultivo de gran importancia social y económica en las regiones que lo producen y para asegurar, en definitiva, la soberanía alimentaria.

■ **EXPORTACIONES**
Las exportaciones agroalimentarias de la Unión Europea (UE) al resto del mundo alcanzaron los 19.600 millones de euros en febrero de 2025, un incremento del 3% respecto al mes anterior y del 1,4% en comparación con febrero de 2024, según datos publicados por la Comisión Europea (CE).
El Reino Unido permaneció como el primer destino de las exportaciones de la UE, con un incremento de 322 millones de euros en enero y febrero de 2025 respecto al mismo periodo de 2024 debido, según afirmó la CE, a los aumentos en una variedad de productos, incluidos los productos de cacao y café, entre otros productos.
Tras el Reino Unido, el segundo destino principal de las exportaciones agroalimentarias fue Estados Unidos, con un incremento de 413 millones de euros en los dos primeros meses del año en comparación con 2024 por un aumento del valor de las exportaciones de productos del cacao y productos vitivinícolas.
Las exportaciones en la categoría de café, té, cacao y especias registraron el mayor aumento en valor, de 758 millones de euros, en enero y febrero de 2025 en comparación con 2024.

Las exportaciones de productos de confitería y chocolate también aumentaron en 329 millones de euros, mientras que las exportaciones de productos lácteos aumentaron en 158 millones de euros. Por el contrario, disminuyeron las exportaciones de cereales de la UE, en 767 millones de euros, las de preparados de frutas, frutos de cáscara y hortalizas en 139 millones de euros y las de aceitunas y aceite de oliva, en 133 millones.
En cuanto a las importaciones a la UE desde otros países del mundo, Bruselas aseguró que el valor de las importaciones agroalimentarias de la UE alcanzó los 15.200 millones de euros en febrero de 2025, un 5% inferior a la del mes anterior y un 15% superior a la de febrero de 2024. Detalló que durante los dos primeros meses del año aumentaron en 4.600 millones de euros en términos interanuales, debido principalmente a los “elevados precios de una serie de importaciones de la UE”, en particular de los productos del cacao y el café.
Las importaciones que registraron un mayor incremento fueron las de Costa de Marfil, que aumentaron en 733 millones de euros respecto en los dos primeros meses de 2025 respecto al mismo periodo del año anterior debido principalmente, según la CE, a los “elevados” precios del cacao. También aumentaron las importaciones de China, en 447 millones de euros, las de Canadá, en 344 millones, las de Australia, en 330 millones y las procedentes de Estados Unidos, en 329 millones de euros. Por el contrario, disminuyeron las importaciones de Ucrania, debido sobre todo a la disminución de las importaciones de cereales y oleaginosas, y las de Rusia, por una “fuerte reducción” de las importaciones de semillas oleaginosas y cereales.

Reino Unido aplaza los controles fitosanitarios a la importación hortofrutícola

La entrada en vigor de la medida se retrasa hasta enero de 2027

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
El gobierno británico anunció la semana pasada que la entrada en vigor del certificado fitosanitario para la importación de la mayoría de las frutas y hortalizas, que era uno de los requisitos impuestos por Reino Unido a la importación comunitaria tras la salida de la UE y que estaba previsto que entrara en vigor el próximo 1 de julio, se retrasa de nuevo, hasta enero de 2027. Fepex valora esta medida porque evitará una mayor carga burocrática para el sector exportador.
El retraso de la entrada en vigor de nuevos controles sanitarios y fitosanitarios a la importación de frutas y hortalizas hasta enero de 2027 tiene como

objetivo que, en este plazo, la UE y Reino Unido concluyan un acuerdo, anunciado por ambas partes el pasado 19 de mayo, que permitiría que definitivamente el comercio entre ambos lados no requiriera de controles adicionales sanitarios y fitosanitarios.
Tras el Brexit, Reino Unido estableció requisitos adicionales para controlar la importación de frutas y hortalizas y otros productos frescos de la UE, que han ido entrando en vigor por fases. La obligatoriedad de que las exportaciones de frutas y hortalizas vayan acompañadas de un certificado fitosanitario, que conllevaba también, que una parte de la mercancía pudiera ser sometida a controles físicos y de identidad

en los puestos fronterizos, se ha ido retrasando en varias ocasiones, debido a la complejidad que supondría su implementación y el alto coste derivado de estos controles tanto para empresas, como para la administración y para los consumidores.
No obstante, los requisitos que Reino Unido exigió a su salida de la UE, y que ya se han introducido hasta ahora, se mantienen vigentes. En este sentido, para el grueso de las frutas y hortalizas frescas se tiene que seguir presentando la declaración aduanera (DUA) y el certificado de conformidad con las normas de comercialización, requisitos ambos que son obligatorios desde enero de 2021.



Fepex se congratula por este anuncio ya que el aplazamiento de los controles fitosanitarios evitará una mayor carga burocrática para el sector exportador. / ARCHIVO

Por otro lado, hay vegetales considerados de alto riesgo como la patata (tanto de la siembra como la de consumo) y las plantas, que ya tienen requisitos en vigor más exigentes, y estos productos si tienen que ir acompañados de certificados fitosanitarios y también son objetivo de controles físicos en puntos de destino autorizados.
Fepex se congratula del anuncio del gobierno británico ya que evitará que se incremente la carga administrativa que soportan las exportaciones a Reino Unido, que ya se han ido aumentando desde que este país

salió de forma definitiva de la Unión Europea.
Reino Unido es el tercer destino de la exportación española de frutas y hortalizas frescas, donde se enviaron 1.318.301 toneladas en 2024 por un valor de 2.186 millones de euros, el mismo volumen y valor que en 2023. Este año, y con datos del primer trimestre, la exportación española de frutas y hortalizas frescas a Reino Unido se elevó a 408.662 toneladas, un 2% más que en el mismo periodo de 2024 y 768 millones de euros, un 5% más, según datos del Departamento de Aduanas procesados por Fepex.

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: INDE UNLIMITED

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

Agua para todos en la UE

Por GONZALO GAYO

Desde Bruselas hay destellos para la esperanza. La semana pasada anunciaban que el agua entra en la agenda de la Comisión Europea con la 'Estrategia de resiliencia hídrica'. La presidenta Ursula von der Leyen señalaba que "El agua es vida. La resiliencia hídrica es clave para nuestros ciudadanos, agricultores, medio ambiente y empresas". En su intervención recoge el guante del sufrimiento de años de sequías y tragedias como la DANA: "Europa se ha visto afectada por fenómenos meteorológicos extremos, como inundaciones catastróficas, sequías prolongadas e incendios forestales. Con el aumento de los efectos del cambio climático, esta situación no hará sino empeorar. Ningún país o región se libra. Es algo que afecta por igual a ciudadanos, agricultores, el medio ambiente y las empresas, con repercusiones en la salud, la interrupción del suministro de energía, alimentos y agua potable y crecientes pérdidas económicas en toda la UE. Cinco de los diez principales riesgos a nivel mundial para las empresas están relacionados con el agua".

El objetivo del plan europeo es restaurar y proteger el ciclo del agua, garantizar agua limpia y asequible para todos y crear una economía del agua sostenible, resiliente, inteligente y competitiva en Europa. Y en esas estamos, desde hace siglos en la huerta valenciana, pero ahora con la bendición de una Europa que entiende lo mucho que hay en juego.

Los agricultores valencianos llevan décadas sufriendo sequías, cada año más intensas, con enormes pérdidas cosecha tras cosecha. El aprovechamiento de cada gota de agua forma parte de una cultura milenaria como atestiguan instituciones como el Tribunal de las Aguas que llevan siglos impartiendo justicia entre los regantes. Su ejemplo ha merecido el reconocimiento mundial como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco desde 2009. Apenas una década después, la huerta de Valencia también recibía de manos de la FAO otro reconocimiento mundial al declarar el "Regadío histórico de l'Horta de València" Sistema Importante del Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM). La sabiduría milenaria de nuestros agricultores es ejemplo para el mundo al tejer un vínculo entre lo rural y urbano, así como con un sistema productivo en el que se integran las culturas agrícolas e hidráulica, que han ido conformando un paisaje único, con la huerta de Valencia y la Albufera que hoy piden ayuda a Europa.

Una larga historia de esfuerzos para ofrecer los mejores productos de una huerta mediterránea que hoy sufre la



Riego en la huerta de Valencia. / GONZALO GAYO

escasez de agua y severas sequías persistentes, especialmente en el sur de Alicante. Pese a los reconocimientos, seguimos esperando respuestas para hacer frente a la escasez de agua y sequías que castigan a esta tierra y sus gentes, desde la derogación del PHN hasta los recientes recortes de trasvases cuando más hace falta hace el apoyo y solidaridad de todos.

El agua sigue siendo la gran asignatura pendiente en España. Incapaces de articular repuestas solidarias e inversiones necesarias en la cuenca mediterránea. Podemos construir la mayor red de Alta Velocidad de Europa pero somos incapaces de llevar el agua excedentaria a los campos y la España vaciada que se mueren de sed. En un solo año, en 2023, las pérdidas por la sequía superaron los 5.000 millones de euros así como 1.400 millones en pérdidas por la DANA en la agricultura valenciana el pasado 29-O. Mientras, desde Alicante aun esperan ayudas para reponer miles de almen-dros que murieron de sed en la anterior sequía y sin saber si podrán regar tras los recortes anunciados pese a la que se avecina este verano.

Necesitamos agua para vivir y es posible un justo reparto entre todas las cuencas hidrográficas. Los medios existen pero la voluntad no alcanza ni siquiera a plantearse soluciones como en la reciente cumbre fracasada de presidentas y presidentes en una España incapaz de arrimar el hombro para vertebrar e conectar todas las cuencas hidrográficas.

Es importante tomar conciencia del problema y reconocer que la Comunidad Valenciana lleva siglos luchando en el aprovechamiento de cada gota en el riego para ofrecer los mejores productos mediterráneos. Al menos Europa parece

que responde y ya veremos hasta donde para dar las respuestas que necesitan urgentemente los agricultores frente a los negacionistas de la solidaridad e infraestructuras para vertebrar la distribución de un agua que es de todos y para todos.

Resulta paradójico que España hoy lidera la financiación y construcción de proyectos hídricos en Marruecos con más de 240 millones de inversión mientras también la UE respalda más de 40 proyectos de agua potable y saneamiento en Egipto, con una inversión total de 5.000 millones de dólares para convertir áreas desérticas en tierras cultivables y aumentar la seguridad alimentaria del país en competencia con nuestros agricultores. Nadie se opone a que ayudemos en lo que haga falta a quien lo necesite, pero entenderán que nuestros agricultores también tienen derecho a las infraestructuras que permitan atender las necesidades de agua en el campo así como la construcción de embalses e infraestructuras necesarias para hacer frente a la próxima DANA.

Dedicamos recursos públicos para abastecer de agua en otros países mientras aquí se enfrentan territorios en vez de articular soluciones que nos unan compartiendo un bien público que contribuya al progreso de todos y de las futuras generaciones.

Tenemos el talento en las universidades y la capacidad de realizar las obras necesarias con las mejores empresas de obra civil de Europa en España para desarrollar una red que permita optimizar los recursos hídricos en sequías y hacer frente a gotas frías. Nuestros agricultores lo necesitan hoy más que nunca y se merecen todo el esfuerzo y respeto, incluido un Pacto del Agua, entre todos.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



‘Buenas Hasta el Hueso’ destaca el sabor y el carácter saludable de las frutas de hueso

El objetivo es promover su consumo entre la población de todas las edades proponiendo contenidos audiovisuales y gráficos muy atractivos y modernos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Tan sabrosas como saludables. Ese es el mensaje central un año más de la campaña “Buenas Hasta el Hueso” (www.buenas-hastaelhueso.es), que por tercer año inunda ya las redes sociales con sus melocotones, nectarinas, albaricoques, paraguayos, ciruelas y cerezas.

Instagram, Facebook, X, TikTok y YouTube es el espacio de difusión de esta iniciativa en la participan las federaciones de las cooperativas agroalimentarias de Andalucía, Aragón, Comunidad Valenciana, Extremadura y Región de Murcia, con el respaldo de Cooperativas Agro-Alimentarias de España.

“Un año más nuestro objetivo es poner en valor estas frutas y promover su consumo entre la población de todas las edades. Por eso, las redes sociales son el espacio perfecto para lograrlo, porque prácticamente todo el mundo está en ellas”, señalan desde la campaña.

Para ello, en esta edición se están proponiendo contenidos audiovisuales y gráficos muy atractivos y modernos, llamativos y divertidos, como vídeos



La iniciativa ha demostrado su efectividad con el aumento del consumo. / ARCHIVO

centrados en los sentidos, tasting y degustación, recetas, trucos y consejos, retos y dinámicas o píldoras informativas. “Además, contamos con interesantes sorteos para todos los públicos y el

apoyo de conocidos influencers”, informan desde Buenas Hasta el Hueso.

Una iniciativa que en sus dos ediciones pasadas ha alcanzado 11 millones de reproducciones



En sus dos ediciones anteriores, la campaña ha registrado más de 11 millones de reproducciones de sus vídeos, y cerca de 13 millones de impresiones en todas sus redes sociales, donde suma cerca de 10.000 seguidores. / BHH

El consumo en España de fruta de hueso aumentó en 2024 en un 18% con respecto a 2023, según datos del MAPA, con un aumento del 6% en los últimos 5 años

de sus vídeos, y cerca de 13 millones de impresiones en todas sus redes sociales, donde suma cerca de 10.000 seguidores. Ha contado, por ejemplo, con contenidos elaborados por profesionales tan reconocidos como los chefs María Gómez, con una Estrella Michelin y dos Soles Repsol, o Mateo Sierra, participante del programa televisivo “Masterchef”.

Además, tal y como destacan los promotores de la iniciativa, “en nuestros contenidos, que son mezcla de información y entretenimiento, no dejamos de lado el papel de las cooperativas agroalimentarias. Ellas siempre apuestan por trabajar un producto natural sostenible, cercano y de calidad, que apoya la economía del mundo rural”.

■ AUMENTO DEL CONSUMO

La parte central de esta campaña online se desarrolla de abril a septiembre, fechas de producción en España de unas frutas de hueso de las que en la campaña 2024 se recogieron 1,79 millones de toneladas, cerca de un 2 por ciento más respecto a 2023.

Además, el consumo en España de fruta de hueso aumentó en 2024 en un 18 por ciento con respecto a 2023, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), con un aumento del 6 por ciento en los últimos 5 años.

“Estos datos demuestran”, a juicio de los promotores de Buenas Hasta el Hueso, “que este tipo de campañas no solo son necesarias, sino que son efectivas”.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El consumo de fruta fresca en los últimos diez años ha caído alrededor de un 30%, pasando de los 90,2 kilos per cápita en 2016 a los 64,4 kilos por persona del 2025, mientras que los platos preparados ganan terreno en una alimentación en el hogar que mantiene hábitos como la ingesta de arroz, pasta y legumbres.

La llegada del teletrabajo, el auge de nuevas dietas y la evolución de los precios en los alimentos, con un encarecimiento de los mismos del 2,9% en el último año móvil (hasta marzo de 2025) ha provocado un reajuste en la cesta de la compra de los españoles.

Pero, ante estos cambios, ¿cuáles son los alimentos que se han visto beneficiados?, ¿y los que menos?, ¿hay productos que mantienen su consumo sin variaciones respecto a hace diez años?

Las frutas frescas lideran la lista de artículos que han registrado una variación más abrupta en estos últimos diez años, con un descenso de su consumo de un total de 25,8 kilos per cápita, desde los 90,2 kilos, según los últimos datos.

Las cifras, extraídas del Panel del Consumo Alimentario en España elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), muestran también un descenso en el consumo

El consumo de fruta fresca ha caído un 30% en los últimos 10 años

Los platos preparados ganan terreno en una alimentación en el hogar que mantiene hábitos como la ingesta de arroz, pasta y legumbres, según el Panel de Consumo del MAPA

en el hogar de pescado, que pasa de los 14,4 kilos por persona en 2016 a los 9,22 en este último año móvil.

Asimismo, los españoles han disminuido su consumo de leche líquida en 10,9 litros durante el periodo analizado, mientras que la ingesta de otras leches se mantiene estable, y cae de igual forma en 7,11 kilos el consumo de pan por cliente.

Los zumos también se han sumado a la lista de productos que han registrado una caída en su consumo en esta década, pasando de los 10,1 litros per cápita a los 5,57 litros, esto es, casi a la mitad, en el periodo analizado.

Mientras que la fruta, el pan, la leche líquida, los zumos y el pescado ven disminuir su consu-



Las frutas frescas lideran la lista de artículos que han registrado una variación de consumo más abrupta en estos últimos diez años. / ARCHIVO

mo, otros productos han aumentado su presencia en la dieta de los hogares españoles en esta última década.

Por un lado, se encuentran los platos preparados, que han anotado un alza de unos cinco kilos durante este periodo: de los 12,9

La llegada del teletrabajo, el auge de nuevas dietas y la evolución de los precios en los alimentos han provocado un reajuste en la cesta de la compra de los españoles

kilos per cápita en 2016 a los 17,47 kilos per cápita en el último año móvil.

Por otro, se encuentran los frutos secos y el agua envasada, con un aumento de su consumo de 5,3 kilos per cápita en el caso de estos últimos, mientras que los frutos secos pasan de los 2,9 kilos a los 3,58 kilos en el periodo analizado.

Aunque más allá de las fluctuaciones, también hay productos que apenas han registrado variaciones en su consumo en los hogares españoles y que mantienen unas cifras similares a las de hace diez años.

Se trata de artículos como el café y las infusiones, el arroz, la pasta y las legumbres, que esta década apenas han anotado incrementos o descensos de un par de décimas e incluso en algunos curiosos casos mantienen la misma cantidad, como el arroz.

Agrocultivos

Frutas tropicales y exóticas recorren un camino de oportunidades y retos

Una jornada organizada por Fundación Grupo Cajamar y Asoproa analiza las posibilidades del sector



Algunos de los participantes en la jornada que se celebró en el Centro de Experiencias de Cajamar en la localidad de Paiporta (Valencia). / ÓSCAR ORZANCO

► ÓSCAR ORZANCO. PAIPORTA.

La frutas tropicales y exóticas van ganando terreno en los mercados europeos y se están convirtiendo en productos de consumo habitual. La demanda de este tipo de frutas sigue creciendo y, en este sentido, se están generando grandes expectativas comerciales, que sustentan el interés de los productores españoles por implantar estos cultivos. No obstante, este camino no está exento de obstáculos y de dificultades que se deben resolver.

Para analizar los retos y la situación actual del sector, la Fundación Grupo Cajamar y Asoproa organizaron la semana pasada una jornada bajo el título 'Frutas tropicales y exóticas: digitalización y sostenibilidad para un sector en expansión' en el Centro de Experiencias de esta entidad en Paiporta (Valencia). España ya es —gracias al aguacate, el mango, la chirimoya y el níspero— el primer país productor y tercer suministrador de fruta tropical de la UE pero podría mejorar su posición si implementase su oferta con otras frutas como la pitahaya, la papaya, el maracuyá, el litchi o el kumquat.

Las frutas tropicales y exóticas abren grandes oportunidades pero varios ponentes de la jornada reclamaron prudencia a la hora de implantar este tipo de cultivos en España, y 'enfriaron' las enormes expectativas de crecimiento, ya que su expansión

España es —gracias a los cultivos de aguacate, mango, chirimoya y níspero— el primer país productor y tercer suministrador de frutas tropicales del mercado de la Unión Europea (tras Países Bajos y Perú)

por la geografía española también está jalonada de fracasos. La superficie de cultivo sigue creciendo en zonas tradicionalmente productoras, como la costa tropical de Málaga y Granada, y en áreas emergentes como Huelva, Cádiz, Murcia, la Comunidad Valenciana, e incluso en el litoral cantábrico, el sur de Cataluña o Portugal. Sin embargo, los resultados no están siendo en todos los casos los esperados. En Huelva hay muchas zonas en las que se plantó aguacate y las plantaciones ya se han arrancado. Y en Portugal tampoco salen los números. En la Comunidad Valenciana, la variedad Hass no está funcionando bien, salvo en zonas de Alicante como Callosa o Pego. Y en determinados puntos de la geografía valenciana también se plantó papaya y pitahaya, y estos cultivos no ofrecieron buenos resultados.

■ OPORTUNIDADES

En España, según los datos procedentes de la encuesta de superficies y rendimientos, publicados por el Ministerio de Agricultura, hay aproximadamente unas 36.176 hectáreas de frutos subtropicales.

Y la producción del ejercicio 2024 ascendió a aproximadamente unas 250.000 toneladas. No obstante, este volumen global de cosecha se encuentra por debajo del potencial real de estos cultivos, ya que se arrastran dos años en los que la sequía ha afectado muchísimo a los rendimientos, principalmente en aguacate, que es uno de los principales productos que se cultivan en España. En una situación estándar la producción superaría las 300.000 toneladas.

La superficie de cultivo y la producción sigue creciendo y la revolución en el consumo de frutas tropicales es evidente. Durante la jornada, Ana Cabrera, miembro del equipo de formación en Plataforma Tierra de Cajamar, analizó en una ponencia la oferta y demanda de frutos exóticos y tropicales.

Ana Cabrera señaló que entre 2014 y 2024, las exportaciones españolas han crecido un 75% en volumen y un 174% en valor. Pero la tendencia definida por las importaciones europeas aún ha sido más espectacular. En esos diez años se ha duplicado el tonelaje (+107%) y se ha triplicado

el valor comercializado (+240%). Gracias a la eclosión de cultivos como el aguacate —hoy con 24.221 hectáreas— y, en menor medida, al mango (6.044 ha), a la chirimoya (2.547) y al níspero (1.959), España es el primer productor y el tercer suministrador de frutas tropicales de la UE (tras Países Bajos y Perú).

La representante de Cajamar analizó las principales zonas de producción españolas. En aguacate, Andalucía es protagonista —con Málaga a la cabeza (65% de área plantada) y Granada como segunda— pero con Valencia como alternativa (16,5%). Esas dos provincias andaluzas también encabezan la producción de mango y otra vez Granada acapara casi la totalidad de fincas de chirimoya; el cuarto tropical representativo es el níspero, que es cosa valenciana (alicantina, más bien, en un 67%).

Durante la jornada se expuso que España, líder en producción en la UE, necesita para alcanzar el liderazgo como primer proveedor continental ampliar la oferta, tanto de cultivos asentados como el aguacate o el mango, como de una nueva generación de frutas exóticas entre las que se encuentran la pitahaya, la papaya, el maracuyá, el litchi, el kumquat o el caviar cítrico.

Actualmente, frente a la oferta creciente y más consolidada, existe un grupo de frutas exóticas que "ya despiertan interés en

el consumidor", según destacó Virginia Pinillos, profesora de Producción Vegetal y Fruticultura de la Universidad de Almería, en su conferencia 'Potencial de las nuevas especies tropicales y exóticas en la Comunidad Valenciana'. Son cultivos con especial interés en las zonas más templadas de Andalucía y Comunidad Valenciana. Esta sería la principal conclusión del proyecto GoExotika desarrollado entre 2023 y 2025.

■ RETOS

Con algunos matices según cultivo, y más allá del criterio general de evitar zonas con riesgo de helada o de temperaturas extremas, los principales retos corroborados a lo largo de la jornada fueron la falta de variedades que se adapten a las condiciones edafoclimáticas mediterráneas o al cambio climático; la necesidad de mejorar el comportamiento en postcosecha y/o adecuar el transporte para abordar su internacionalización; la recomendación de invertir en cubiertas, tipo 'malla en sombra', plásticos o invernaderos (para maracuyá, papaya y pitahaya, no tanto en el caso del litchi y longan), así como de la necesidad de consolidar canales de comercialización específicos y de apostar por promocionar las propiedades nutritivas de estas frutas.

Sobre estos aspectos se profundizó en la mesa redonda que cerró el encuentro y que moderó el director del Centro de Experiencias de Cajamar, Carlos Baixauli. Celestino Recatalá, presidente de Asoproa, recordó las razones que en su origen motivaron el nacimiento de esta asociación. "Asoproa nació con el espíritu de ayudar al productor, en unos momentos en los que la producción de aguacate se estaba extendiendo en la Comunidad Valenciana y los agricultores desconocíamos muchos aspectos de este cultivo. Nadie sabía dónde comprar las plantas, qué portainjertos usar, dónde se podía plantar, cuáles eran las necesidades de agua. Hoy en la Comunidad Valenciana se cultivan casi 4.000 hectáreas y cada año se plantan 250 nuevas hectáreas. El cultivo sigue creciendo y actualmente muchos productores no tienen plantas para esta temporada. Sabíamos que consolidar el aguacate en la Comunidad Valenciana no iba a ser fácil, y como estamos peleando por obtener rentabilidad para los productores, creamos la marca 'Aguacates CV', y en alguna gran superficie ya hay en sus lineales fruta con este sello", explicó Celestino Recatalá.

Para el presidente de Asoproa, "las frutas tropicales y exóticas



Mesa redonda sobre las perspectivas de futuro para el cultivo del aguacate y otros subtropicales. / ÓSCAR ORZANCO

tienen futuro, pero hay que actuar con prudencia. Los agricultores, antes de realizar una inversión de este tipo, deberíamos de contrastar con información procedente de centros de investigación dónde el cultivo va a ir bien o mal para evitar sorpresas. Las frutas tropicales y exóticas sueñan estupidamente bien, pero cultivarlas en algunas zonas es complicado, y llegar al mercado, encontrar tu hueco, tampoco resulta fácil. Por lo tanto, hay que ser razonables y tratar de recabar toda la información posible antes de invertir”.

Por su parte, Manuel Almenar, responsable de Cultivo de Frutales de Anecoop, explicó que en el grupo cooperativo “los cultivos exóticos se engloban bajo la marca ‘Bouquet Exótico’, y comercializamos aproximadamente de media unas 2.000 toneladas de aguacate, unas 2.000 de papaya, 500.000 kilos de mango, 150 toneladas de pitahaya e higos”.

En relación a la producción de aguacate en la Comunidad Valenciana, Manuel Almenar señaló que “se trata de un cultivo muy joven que se ha expandido gracias a la variedad Lamb Hass, que es la que se ha adaptado a las condiciones de determinadas zonas, porque Hass está ofreciendo buenos resultados únicamente en zonas muy concretas y más óptimas para el desarrollo de este cultivo como Callosa o Pego (Alicante). Pero fuera de estas zonas, los resultados de Hass son muy variables cada año”.

“Para impulsar este segmento necesitamos más investigación, para ver si se adapta alguna variedad más. Está claro que si el Lamb Hass se produce aquí, genéticamente es posible cultivar aguacate en la Comunidad Valenciana. Lo que necesitamos es una variedad que cubra las fechas del Hass, y que ofrezca garantías. Lo que ocurre es que las investigaciones se concentran en una zona muy concreta, principalmente en Málaga y Granada. Por ello, va a ser más complicado encontrar una variedad que se adapte a nuestras zonas de producción.”, explicó el representante de Anecoop.

Por su parte, Paula Ruiz, directora de I+D+i y Sostenibilidad en Trops, confirmó la buena salud del aguacate. “Quizá estamos cerca de tocar techo en producción pero el consumo sigue creciendo, estamos en 2 kilos per

Uno de los principales retos del sector de las frutas tropicales y exóticas es la falta de variedades que se adapten a las condiciones edafoclimáticas mediterráneas o al cambio climático

cápita en la UE cuando en EEUU son 5 y hay países como Italia con gran potencial que aún siguen a nivel bajo (0,81 kg/persona/año)”, señaló la representante de la entidad.

■ INVESTIGACIONES

La jornada también abordó las ventajas competitivas que el sector tiene a su alcance. Juan José Hueso, investigador en la Estación Experimental Cajamar, consideró las posibilidades para la gestión integrada y lucha biológica contra plagas en entornos controlados (de humedad y temperatura) en papayas, pitahaya o maracuyá. Proyectos como el citado GoExotika, EuroPapaya, PitaMed o GoCarismed han servido para confirmar mejoras en sistemas de producción, riego, fertilización, momento óptimo de la recolección o manejo de postcosecha.

En esta misma línea, Miguel Calvo, técnico de Agrobío, ilustró sobre los avances en materia de lucha biológica en mango contra trips, chinches o coccinélidos al aire libre a partir de ‘setos perimetrales’ e ‘islas de biodiversidad’ que actúan “como barrera y fuente de alimentación y presas/huéspedes alternativos de la fauna auxiliar silvestre y de la que se pueda liberar”; así como en pitaya, papaya y maracuyá contra pulgón, trips y araña roja a partir de la suelta de ciertos agentes de control.

También se abordaron las soluciones para dos serios problemas de sanidad vegetal en aguacate. César Monzó, de la Unidad de Entomología del Centro Protección Vegetal del IVIA, describió los daños causados por el *Scirtothrips spp*, un trips foráneo muy polífago, cuyas poblaciones conviene monitorizar y con un ciclo biológico a considerar a la hora de tratar y de aplicar métodos de lucha biológica o fitosanitarios.

Lucía Guirado, del departamento de Patología Vegetal de la Universidad de Málaga, por su parte, se centró en cómo combatir la llamada ‘Muerte regresiva del aguacate’, una enfermedad

causada por varios hongos de la familia *Botryosphaeriaceae* cuya lucha requiere de un análisis previo de laboratorio y de la planta para identificar los mejores sistemas de control mediante fungicidas, bioestimulantes y/o microorganismos.

Junto al marchamo de mayor sostenibilidad, la digitalización podría ser otro punto fuerte. María Dolores Fernández, de la Estación Las Palmerillas de Cajamar presentó el proyecto GoIrrigate, una herramienta de recomendación de riego para aguacate basada en el balance de agua en suelo y el cálculo de la evapotranspiración del cultivo. A partir de datos de las estaciones climáticas de cada zona y de sensores en explotaciones, este software definirá estrategias de riego deficitario controlado cuando —por ejemplo— hay restricciones y lo hará incorporando al modelo la alternancia productiva propia de este cultivo.

En esta línea, Antonio López, de WidHoc Smart Agrosolutions, ahondó en los sistemas de agricultura de precisión que ofrece esta compañía para monitorizar a partir de sondas la evolución del clima, de la planta y del suelo y ganar en eficiencia en el riego e incluso en el control de los posibles lixiviados.

Por su parte, Paula Ruiz, representante de Trops, detalló cómo el modelo de transferencia de tecnología a los socios de esta OP puede contribuir a “hacer frente al cambio climático, a la escasez hídrica y a los problemas de relevo generacional y falta de mano de obra”. Ruiz explicó las características del “ecosistema” que permite alojar en la nube los datos de sensores localizados en las explotaciones, la aplicación de procesos de automatización de ciertas labores, de visión artificial en el campo para detectar plagas, contar flores o frutas o para la monitorización de su estado fenológico así como el uso de la inteligencia artificial para —a partir de toda esta información— optimizar riegos, mejorar aforos o hacer recomendaciones personalizadas.

Las lluvias dañan la cosecha de cereza de la Comunidad Valenciana

La Unió estima unas pérdidas que ascienden a más de 3 millones de euros



Las lluvias han provocado daños en el cultivo de la cereza. / LA UNIÓN

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. Los productores de cereza de la Comunidad Valenciana tenían depositadas bastantes expectativas para esta campaña que preveían excelente, tras varias consecutivas sin apenas fruta por la sequía o lluvias en momentos inadecuados. Sin embargo, las ligeras lluvias del inicio de la temporada de recolección, y sobre todo las más intensas de las últimas semanas acompañadas de pedrisco en algunas zonas, han mermado la producción y dejan unas pérdidas de más de 3 millones de euros, según la estimación provisional de La Unió Llauradora.

Según la organización agraria, sólo en la provincia de Alicante se cifran en 400 toneladas menos de cosecha sobre las previsiones iniciales por el efecto de las lluvias y en la de Castellón menos de la mitad de una campaña más o menos normal. “Las elevadas temperaturas de los pasados días no ayudan y han adelantado la producción, por lo que se va a registrar una acumulación de fruta en los mercados justo cuando los precios estaban más altos. Hay que indicar que la cereza es un fruto sensible y delicado, fundamentalmente con la lluvia que la agrieta y la hace inservible para comercializar”, indican.

La Unió critica que “es muy importante disponer de herramientas adecuadas para hacer frente a estas situaciones y también apoyo económico de las Administraciones. La Generalitat ni siquiera ha resuelto todavía las ayudas por la sequía del pasado año. Por otra parte, el seguro actual de la cereza se ha convertido en un grave problema más que en una solución para el sector, ya que los agricultores no lo ven útil ni les protege convenientemente ante su mayor problema meteorológico como es el de las lluvias persistentes y la falta de cuajado”.

Ante esta situación, La Unió, en defensa de los intereses de los productores de cereza, va a solicitar que la cobertura del seguro para lluvias sea por parcela y no por explotación. Otra modificación que propone es que la falta de cosecha o mal cuajado, que se cubre dentro de “Resto de adversidades Climáticas”, sea por variedad, que se mantenga por explotación pero que se perite por variedad.

Hay que señalar que para los campos de cerezos, con muchas parcelas por explotación, situa-

das en localidades diferentes, con diferentes altitudes, orientaciones y variedades (unas maduran antes que otras), el actual seguro por explotación baja mucho la media de daño y no resulta interesante contratarlo para este riesgo, lo que se une al encarecimiento de su precio por la alta siniestralidad, explica la organización de productores.

Tan importantes son estas medidas que propone la organización, que los agricultores de la Comunidad Valenciana han dejado de contratar el seguro y los últimos datos de 2024 indican que solo 118 explotaciones aseguraron su cosecha, un 22% menos que en 2023; por un volumen de 4,1 millones de kilos asegurados, un 23% inferior al año 2023.

“Si no se asegura y se abandonan explotaciones de cerezos, la viabilidad del cultivo está en peligro. En solo siete años, los que van de 2017 a 2023, la superficie cultivada de cereza en la Comunidad Valenciana se ha reducido un 14% (403 ha), tras pasar de 2.889 a 2.486 hectáreas”, señala La Unió.

Enric Simó, productor de cerezas de La Unió, explica que “en un comienzo, la campaña se preveía muy positiva, a diferencia de estos últimos años. Las lluvias continuadas han retrasado la floración, que normalmente tiene lugar la segunda quincena de marzo y este año se ha retrasado a la segunda quincena de abril, aproximadamente. Ya partíamos de una floración muy tardía pero, una vez arrancó, hubo pedrisco y eso estropeó gran parte de la producción, y muchas cerezas no han llegado a cuajar”.

La subida de precio que alcanza la cereza en esta campaña tampoco compensa a la mayor parte de los productores, porque hay menos fruta para obtener esa rentabilidad deseada. En el lado positivo, y de cara al futuro, se encuentra el reciente acuerdo entre China y España para la exportación de cerezas por primera vez en la historia al mercado chino. “Si España logra convertirse en un proveedor fiable, con fruta diferenciada y bien gestionada, los mercados chinos pueden ser una vía estable y de gran valor para nuestras cerezas en los próximos años, siempre y cuando resolvamos algunos problemas internos como el del seguro que eviten más abandonos de explotaciones”, afirma La Unio.

“Afronto esta etapa con total compromiso para seguir aportando valor a nuestros clientes”



Julio Marín explica que la atención cercana y personalizada al cliente ha sido siempre la seña de identidad de Decco Ibérica. / DECCO IBÉRICA

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Julio Marín es, desde hace unas semanas, el nuevo director General de Decco Ibérica. Con una larga trayectoria en el sector, Marín analiza en esta entrevista los desafíos a los que se enfrenta la compañía postcosecha en este momento, poniendo el foco siempre en el cliente, como es tradicional en Decco, y también subraya del reto personal que implica esta posición en una empresa que apuesta por el futuro y la innovación, al frente de “grupo humano apasionado por la postcosecha, íntegro, de alto rendimiento, cohesionado, comprometido y altamente profesional”.

Valencia Fruits. *Atesora una larga carrera en el sector postcosecha, ¿qué ha supuesto para usted el nombramiento como director General de Decco? ¿Cómo afronta este nuevo reto?*

Julio Marín. Este nombramiento es, ante todo, un gran honor y una responsabilidad que asumo con mucha ilusión. Tengo el listón muy alto por todos mis predecesores y por abanderar una compañía de líder del sector con presencia en nuestro país desde 1967 y fundada en California (EEUU) en 1934. Decco se ha consolidado como un referente global en postcosecha, ofreciendo soluciones en más de 40 países y con 7 plantas de fabricación en el mundo.

Afronto esta etapa con un compromiso total para seguir aportando valor a nuestros clientes y fortalecer el posicionamiento de Decco en un mercado cada vez más exigente. Lo cierto es que juego con ventaja ya que el equipo Decco es un grupo humano apasionado por la postcosecha, íntegro, de alto rendimiento, cohesionado, comprometido y altamente profesional.

VF. *¿Qué prioridades marcarán esta nueva etapa bajo su dirección en Decco? ¿Cómo se alinean esas prioridades con la evolución del mercado postcosecha?*

“Nuestro objetivo es crear sinergias que nos permitan anticipar las necesidades del mercado y responder con agilidad y eficacia”

“Queremos que nuestros clientes valoren no sólo lo que hacemos, sino cómo lo hacemos”

JM. Nos encontramos en un contexto cada vez más complejo con multitud de desafíos, como el abandono del sector primario, las plagas domésticas e importadas de países terceros (con su falta de herramientas para reducirlas), la falta de personal, la reducción en el consumo de frutas y hortalizas entre las nuevas generaciones, la reducción en el número de materias activas o las exigencias internas de alguna cadena de supermercados en reducir los LMR oficiales.

Por ello, la sostenibilidad, la innovación tecnológica (como la digitalización) y el servicio de alta calidad y eficaz a nuestros clientes son los tres pilares fundamentales. El mercado postcosecha está evolucionando, y en Decco queremos contribuir activamente en esta transformación.

VF. *Usted era director comercial hasta la fecha, ¿quién asume ahora ese rol?*

JM. El nuevo director Comercial, Paco Sala, es una persona de la casa, experto en postcosecha, con amplia experiencia del sector y un conocimiento profundo del mercado. Esta continuidad garantiza una transición fluida y mantiene el foco en la atención cercana y personalizada al cliente, que ha sido siempre nuestra seña de identidad.

VF. *Con los nuevos nombramientos, ¿se prevé una evolución en la cartera de productos o servicios ofrecidos por Decco?*

JM. Independientemente de los nombramientos, la empresa tiene una estrategia clara de registro y lanzamiento de nuevas soluciones que aporten valor añadido al sector agroalimentario. Un buen ejemplo es el re-

ciente lanzamiento de DECCO Zox una nueva herramienta para reducir las resistencias, con un LMR de 15 ppm con eficacia probada. A lo largo del año lanzaremos otras novedades que compartiremos con el sector.

Actualmente estamos reforzando el equipo humano en diferentes departamentos con el objetivo de mejorar nuestra propuesta de valor ya que entendemos que cada cliente necesita soluciones específicas.

VF. *¿Qué retos consideran clave en el sector postcosecha en los próximos años? ¿Cómo se está preparando Decco para afrontarlos tanto desde la dirección general como desde la comercial?*

JM. Hay muchos retos clave: promoción consumo de frutas y hortalizas, limitaciones en el uso de materias activas, políticas respetuosas con el medioambiente y, en definitiva, el reto de reducir el desperdicio alimentario. Desde Decco estamos invirtiendo en I+D para ofrecer soluciones eficaces y sostenibles, y desde el área técnico-comercial nos estamos enfocando en una comunicación más técnica y cercana, que permita al cliente entender el valor añadido de nuestras propuestas.

VF. *Decco tiene una larga historia en innovación postcosecha,*

¿hacia dónde se dirige el sector teniendo en cuenta las nuevas necesidades y las exigencias normativas? ¿En qué línea va a trabajar Decco Ibérica en ese sentido?

JM. El futuro del sector pasa por la innovación y la aplicación de tecnologías sostenibles y eficaces. Nuestro foco está en la sostenibilidad, la digitalización e implementar mejoras en el servicio de alta calidad a nuestros clientes. Queremos seguir siendo el socio preferencial de nuestros clientes.

VF. *¿Qué papel jugará el trabajo colaborativo entre la nueva dirección general y comercial para que Decco siga siendo el socio de confianza en postcosecha?*

JM. La colaboración será total ya que todos somos jugadores de equipo. Nuestro objetivo es crear sinergias que nos permitan anticipar las necesidades del mercado y responder con agilidad y eficacia. Esa coordinación será clave para mantener la confianza que los clientes depositan en nosotros.

VF. *¿Qué cambios y novedades van a percibir el mercado y los colaboradores en esta nueva etapa de Decco?*

JM. En Decco estamos reforzando y potenciando nuestro equipo humano con el objetivo de aumentar nuestra presencia en el territorio que abarcamos —España, Portugal y el norte de África—. Al mismo tiempo, estamos mejorando la experiencia del cliente mediante nuevas herramientas digitales, que nos permiten ser más ágiles, cercanos y eficaces. Queremos estar cerca del mercado, no sólo geográficamente, sino también en la forma en que escuchamos, entendemos y respondemos a sus necesidades.

VF. *¿Qué objetivo se marca en esta nueva etapa profesional en Decco?*

JM. Consolidar a Decco como la empresa de referencia en soluciones postcosecha sostenibles, innovadoras y eficientes. Quiero que nuestra marca sea sinónimo de seguridad, confianza, innovación y compromiso con el futuro del sector.

VF. *¿Dónde le gustaría ver posicionada a Decco dentro de 5 años?*

JM. En cinco años, me gustaría que Decco sea reconocida por nuestros clientes como un aliado estratégico en la transición hacia una postcosecha más sostenible, segura y eficiente. Aspiramos a consolidar nuestra presencia en los mercados y cultivos clave, ofreciendo soluciones innovadoras y adaptadas a sus necesidades reales. Queremos que nuestros clientes valoren no sólo lo que hacemos, sino cómo lo hacemos: con integridad, humildad, cercanía, responsabilidad y un firme compromiso con el futuro del sector agroalimentario.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 5 de junio de 2025, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna. Últimos precios recibidos.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	1,80
Aguacate	3,00
Almendra	7,00
Pomelo	1,30
Avellana	6,50
Kaki.....	2,20
Carambolas.....	4,00
Castañas	3,00
Cerezas	7,00
Cocos.....	0,80
Membrillo.....	1,50
Dátiles	3,50
Feijosas	8,00
Higo	7,00
Higos Chumbos.....	3,50
Frambuesa	1,50
Grosellas	10,00
Kiwis	2,90
Lichis	4,50
Lima	2,00
Limón.....	1,10
Fresa	10,00
Fresón	3,00
Granada	1,80
Mandarina Clementina	1,70
Satsuma	1,00
Otras	2,50
Mangos.....	5,00
Maracuyá.....	6,00
Melón Galia	1,50
Amarillo	0,90
Piel de Sapo	1,80
Otros.....	1,00
Moras.....	10,50
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca.....	2,50
Amarilla	2,50
Níspero	3,50
Nueces	3,00
Olivas	1,80
Papayas.....	3,00
Pera Blanquilla	1,50
Verano.....	1,20
Invierno.....	1,40
Temprana.....	1,00
Piña.....	2,10
Pitahaya	7,00
Plátanos Canario.....	3,80
Importación.....	1,50
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.....	1,40
Naranja	1,00
Chirimoya.....	3,60
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	0,90
Redonda	2,00
Ajo Seco.....	4,20
Tierno.....	1,10
Apio	1,00
Acelgas	0,70
Batata	1,10
Borraja	1,00
Brócoli.....	1,00
Brécol.....	1,50
Calçots	0,16
Calabaza	0,85
Calabacín	0,70

Cardo.....	1,10
Alcachofa.....	1,10
Cebolla Seca	0,75
Figueras	0,75
Tierna.....	1,00
Pepino	1,00
Col Repollo	0,60
Bruselas	2,80
Lombarda	0,50
China	0,90
Coliflor	1,30
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,35
Larga.....	0,80
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.....	0,65
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	1,00
Verde	1,00
Chirivía.....	1,00
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola	6,50
Rovellón-Níscalo	14,00
Champiñón	3,00
Otras Setas.....	11,00
Maíz	0,50
Pera Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 12 al 18 de mayo de 2025, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante. Últimos precios recibidos.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	2,60
Otras Variedades.....	0,60
Albaricoque Galta Roja.....	2,60
Otras Variedades.....	3,50
Cereza Burlat	5,45
Otras Variedades.....	6,03
Stark Hardy Giant.....	2,25
Chirimoya Otras Variedades	3,80
Ciruela Otras Variedades	3,87
Coco en Seco	0,85
Dátil Medjoul	3,40
Deglet Nour	3,12
Otras Variedades.....	6,34
Fresa	9,33
Fresón Candonga.....	2,50
Otras Variedades.....	2,81
Granada Otras Variedades	4,43
Guayaba Otras Variedades.....	3,80
Higo Seco.....	2,70
Kiwi Kiwigold	2,75
Otras Variedades.....	2,75
Pulpa Verde.....	1,30
Lima Mejicana.....	2,00
Otras Variedades.....	,30
Limón fino o Primafiori.....	0,60
Verna	0,60
Mandarina Otras Variedades.....	2,04
Mango Tommy Atkins	2,50

Otras Variedades.....	2,04
Manzana Fuji	1,51
Golden	2,08
Granny Smith	1,80
Otras Variedades.....	1,30
Pink Lady	2,20
Royal Gala.....	1,50
Starking o Similares.....	0,97
Maracuyá	4,87
Melocotón Otras Variedades	2,51
Melón Galia	2,12
Piel de Sapo.....	2,90
Naranja Lane Late	0,50
Navel Late.....	0,50
Valencia Late.....	0,62
Nectarina Carne Amarilla	1,50
Níspero Algeria o Argelino.....	1,75
Nuez	3,00
Papaya Papayón	2,55
Otras Variedades.....	5,75
Paraguay Otras Variedades.....	0,11
Partchita o Fruta de la Pasión.....	5,17
Pera Conferencia.....	1,50
Piña Golden Sweet.....	1,45
Ercolini / Morettini.....	2,00
Pitahaya Otras Variedades.....	7,11
Plátano Americano Otras Variedades ...	1,10
De Canarias 1	1,40
De Canarias Extra	2,60
Macho	1,05
Pomelo Amarillo.....	1,04
Otras Variedades.....	0,70
Sandía Otras Variedades	1,55
Sin Semilla	1,15
Tamarindo	2,70
Uva Blanca Otras Variedades	4,00
Negra Otras Variedades	2,00
Red Gilboe	3,20
Sin Semilla Blanca.....	4,52
Sin Semilla Negra.....	3,47
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Holas Lisas Verde.....	0,80
Hojas Rizadas Lyon	0,90
Otras Variedades.....	1,00
Ajo Blanco.....	3,80
Morado	5,48
Otras Variedades.....	5,51
Tierno o Ajete	1,10
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,10
Otras Variedades.....	1,32
Apio Otras Variedades.....	1,32
Verde	0,60
Apionabo	0,90
Berenjena Otras Variedades	0,99
Boniato o Batata.....	0,80
Brócoli o Brócoli o Brécol	1,00
Calabacín Blanco	0,50
Otras Variedades.....	0,85
Verde	1,15
Calabaza de Invierno	0,60
Otras Variedades.....	0,80
Cardo.....	1,20
Cebolla Blanca Dulce Fuentes de Ebro.....	1,40
Grano de Oro o Valenciana	0,69
Morada	1,29
Otras Variedades.....	0,898
Recas y Similares.....	0,75
Ceboleta o Tierna	3,50
Chirivía.....	0,90
Col de Hojas Lisas	0,40
Lombarda o Repollo Rojo	1,00
Repollo de Hojas Rizadas.....	1,00
Coliflor	1,00
Endivia	1,90
Escarola Lisa.....	1,00
Otras Variedades.....	0,95
Espárrago Otras Variedades	4,25
Espinaca.....	0,60
Guisante	2,91
Haba Verde o Habichuela.....	1,40
Hinojo	0,70
Jengibre	2,50
Judía Verde Elda.....	4,13
Verde Fina.....	7,00
Otras Variedades.....	4,05
Verde Perona	3,00
Lechuga Cogollo	1,60
Hoja de Roble	1,80

Iceberg.....	1,60
Otras Variedades.....	1,60
Romana	0,80
Maíz o Millo.....	0,95
Nabo	0,80
Simialres	1,90
Pepino Apicoz	3,69
Corto o Tipo Español.....	0,66
Otras Variedades.....	0,21
Perejil	0,80
Pimiento Amarillo Tipo California	1,50
Otras Variedades.....	2,14
Rojo California	1,21
Rojo Lamuyo.....	1,10
Rojo Najerano.....	2,50
Verde Italiano.....	1,90
Verde Padrón.....	3,66
Rábano y Rabanila	1,03
Remolacha Común o Roja	0,75
Resto de Hortalizas	0,80
Seta Champiñón	2,70
Otras Variedades.....	3,75
Shii-Take.....	5,20
Tomate Asurcado Verde Raf	1,09
Cherry	5,86
Liso Rojo Daniela / Long Life /	
Royesta	0,84
Liso Rojo Pera	1,23
Liso Rojo Rama	0,70
Liso Verde Rambo	1,34
Otras Variedades.....	1,13
Yuca o Tapioca o Mandioca	1,50
Zanahoria o Carlota Nantesa	0,96
Otras Variedades.....	0,80
PATATAS	Euros/kg
Blanca Ágata Granel	0,93
Blanca Agria Granel	0,71
Blanca Monalisa Granel	0,90
Blanca Otras Vriedades Granel.....	0,95
Blanca Spunta Confecc	1,30
Blanca Spunta Granel	1,00
Otras Variedades Confecc	0,90
Roja Otras Variedades Granel.....	1,00
Roja Red Pontiac Granel	2,20

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 3 al 6 de junio de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,40-2,50
Cerezas	4,00
Fresones	2,75-3,00
Melocotones Rojos.....	2,25
Melón Piel de Sapo	1,25-1,35
Nectarinas.....	2,25-2,10
Nísperos	2,50
Pera Sanjuanera	S/C
Sandías	1,20-1,25
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechugas.....	0,63-0,58
Berenjenas.....	0,70-0,75
Calabacines.....	0,65-075
Cebollas Grano de Oro.....	0,88
Judías Verde Perona	2,25-2,20
Patatas Calidad	S/C
Primor	0,64
Pimientos Verdes.....	1,30
Tomate Maduro	1,20-1,30
Verde	1,40

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 26 de mayo al 1 de junio de 2025. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,35
Albaricoque.....	2,09
Almendra	10,83
Cereza / Picota	4,45
Ciruela	2,25
Chirimoya.....	3,80
Dátil	5,66
Fresa / Fresón	2,55
Granada	3,65

Breva.....	5,25
Kiwi / Zespri	4,09
Lima	1,88
Limón.....	1,26
Mango	3,16
Manzanas O.V.....	1,72
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,44
Royal Gala / Cardinale	1,84
Starking / Red Chief / Galaxia	1,75
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	2,04
Granny Smith	2,05
Pink Lady	2,36
Melocotón Baby Gool	2,76
Melón / Galia / Coca	1,12
Naranja Navel	1,40
Navel Late / Nanelate / Lanelate	1,17
Valencia Late / Miaknight	1,18
Salustiana	0,95
Nectarina	2,64
Níspero / Nipola	3,27
Nuez	4,88
Paraguay	2,47
Pera Conferencia / Decana	2,28
Blanquilla o Agua.....	1,91
Ercolini / Etrusca.....	2,49
Piña	1,57
Plátano.....	3,12
Banana	1,38
Sandía	1,00
Uva	4,10
Otros Frutos Secos.....	8,36
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,96
Ajo Seco.....	4,64
Alcachofa	1,12
Apio	1,32
Berenjena.....	0,79
Brócoli / Brecol.....	2,03
Calabacín.....	0,62
Calabaza / Marrueco.....	0,92
Cebolla / Chalota	0,96
Cebolleta.....	1,36
Champiñón	2,80
Col Repollo	0,71
Coliflor / Romanescu	1,03
Espárrago Verde.....	5,25
Espinaca.....	1,90
Guisante	2,70
Haba Verde	1,18
Judía Fina	3,60
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	2,36
Boby / Kora / Striki	2,90
Lechuga O.V.....	0,77
Cogollo	1,81
Iceberg.....	0,78
Pepino	0,63
Perejil	1,96
Pimiento Verde.....	0,85
Rojo Asar	1,98
Puerro	1,39
Rábano / Rabanilla.....	2,60
Remolacha	2,15
Seta	4,70
Tomate O.V.....	1,33
Cherry	2,06
Daniela.....	1,06
Zanahoria.....	0,93
Hierbabuena	1,98
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,79

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 3 al 6 de junio de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	3,42
Cerezas	5,00
Fresones.....	2,37
Melocotones Rojos.....	2,48
Melón Piel de Sapo	1,60
Nectarinas.....	3,00
Nísperos	4,50
Pera Sanjuanera	S/C
Sandías	1,20
HORTALIZAS	Euros/kg

Informe Semanal de Mercados de Cítricos

Resumen informativo semanal de los mercados de cítricos de la Comunitat Valenciana. In-formación facilitada por la Generalitat Valenciana a través de la Consejería de Agriucultura, Ganadería y Pesca, durante el período comprendido del 26 de mayo al 1 de junio de 2025. Precios origen. Semana 22/2025.

PRECIOS DE CÍTRICOS EN ORIGEN

La campaña de compras en campo de cítricos se puede dar por finalizada en las tres pro-vincias. Esta semana se han realizado las últimas transacciones significativas del grupo Valencias (Valencia late y Valencia Midnight) en la Vega Baja. Respecto a las cotizaciones medias, éstas se han incrementado ligeramente al ser las últimas disponibles. Los precios de las naranjas blancas Valencia Late continúan situándose muy por encima de la campaña anterior. En lo referente a la campaña del limón Verna, ya se ha vendido más del 90% de la producción y siguen realizándose transacciones con cotizaciones que siguen siendo prácticamente estables

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.

Lechugas.....	0,81	Otras Variedades.....	7,95
Berenjenas.....	0,94	Ciruela Otras Familia Black.....	4,20
Calabacines.....	6,00	Coco Otras Variedades.....	1,15
Cebollas Grano de Oro.....	0,84	Dátil Deglet Nou.....	4,45
Judías Verde Perona.....	2,40	Fresa.....	8,95
Patatas Calidad.....	0,56	Fresón Otras Variedades.....	9,95
Primor.....	0,70	Guayaba Otras Variedades.....	3,85
Pimientos Verdes.....	1,27	Higo Chumbo.....	2,45
Tomate Maduro.....	/S/C	Kaki Otras Variedades.....	4,45
Verde.....	1,50	Kiwi Kivigold.....	6,45

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 3 al 6 de junio de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abas-tecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	2,38-2,26
Cerezas.....	4,96-4,20
Fresones.....	2,02-1,84
Melocotones Rojos.....	2,20-1,70
Melón Piel de Sapo.....	1,33-1,34
Nectarinas.....	1,95-2,12
Nísperos.....	2,85-3,00
Pera Sanjuanera.....	/S/C
Sandías.....	1,04-1,02
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechugas.....	0,64-0,60
Berenjenas.....	0,85-0,82
Calabacines.....	0,62-0,64
Cebollas Grano de Oro.....	0,93-0,91
Judías Verde Perona.....	3,80
Patatas Calidad.....	0,75-0,80
Primor.....	1,10
Pimientos Verdes.....	0,87-1,14
Tomate Maduro.....	1,10-1,38
Verde.....	1,17-1,44

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 3 al 6 de junio de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abaste-cimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	2,75-3,00
Cerezas.....	2,75-3,50
Fresones.....	3,00-2,50
Melocotones Rojos.....	2,00
Melón Piel de Sapo.....	1,25-1,35
Nectarinas.....	2,25-2,10
Nísperos.....	2,50
Pera Sanjuanera.....	/S/C
Sandías.....	1,20-1,25
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechugas.....	0,70-0,80
Berenjenas.....	1,00
Calabacines.....	0,60
Cebollas Grano de Oro.....	0,80
Judías Verde Perona.....	3,00-2,00
Patatas Calidad.....	/S/C
Primor.....	0,64
Pimientos Verdes.....	1,30
Tomate Maduro.....	1,20-1,30
Verde.....	1,40

Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 2 al 6 de junio de 2025, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass.....	5,23
Fuerte.....	5,38
Otras Variedades.....	3,45
Albaricoque Otras Variedades.....	3,09
Moniquí.....	2,96
Cereza Picota.....	7,95

Otras Variedades.....	7,95
Ciruela Otras Familia Black.....	4,20
Coco Otras Variedades.....	1,15
Dátil Deglet Nou.....	4,45
Fresa.....	8,95
Fresón Otras Variedades.....	9,95
Guayaba Otras Variedades.....	3,85
Higo Chumbo.....	2,45
Kaki Otras Variedades.....	4,45
Kiwi Kivigold.....	6,45
Pulpa Verde.....	4,45
Limón Fino o Primafiori.....	1,20
Otras Variedades.....	1,20
Verna.....	1,20
Mandarina Clemenlate.....	2,59
Clemenule.....	2,55
Manga Kent.....	7,61
Mango Tommy Atkins.....	2,95
Manzanas Fuji.....	2,15
Golden.....	2,15
Granny Smith.....	1,83
Royal Gala.....	2,10
Starking o Similares.....	1,85
Granny Smith.....	1,83
Melocotón Merrill y Elegant Lady.....	3,45
Baby Gold.....	3,45
Melón Piel de Sapo.....	1,32
Amarillo.....	1,95
Otras Variedades.....	1,35
Galia.....	4,15
Naranja Valencia Late.....	1,20
Otras Variedades.....	1,20
Lane Late.....	1,20
Navel.....	1,20
Navel Late.....	1,20
Nectarina Carne Blanca.....	3,01
Níspero Algeria o Argelino.....	2,95
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	2,65
Papayón (2-3 kg/ud).....	2,19
Paraguayo Otras Variedades.....	4,20
Pera Conferencia.....	2,15
Limonera.....	2,20
Otras Variedades.....	1,60
Piña Golden Sweet.....	7,32
Plátanos Canarias Primera.....	2,08
Canarias Segunda.....	1,59
Extra.....	2,39
Pomelo Rojo.....	1,75
Sandía Sin Semilla.....	1,29
Con Semilla.....	1,30
Uva Red Globe.....	3,10
Blanca Otras Variedades.....	4,14
Negra Otras Variedades.....	3,95
Zapote.....	2,95
Resto de frutas.....	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon.....	2,75
Ajo Blanco.....	5,05
Tierno o Ajete.....	2,35
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,85
Apio Verde.....	1,80
Apionabo.....	2,95
Berenjena Morada.....	0,87
Berros.....	2,23
Boniato o Batata.....	1,93
Brócoli, Brocol o Brócoli.....	2,84
Calabacín Blanco.....	1,08
Verde.....	1,50
Calabaza De Verano.....	1,11
De Invierno.....	1,09
Cebolla Grano Oro o Valenciana.....	1,37
Morada.....	1,63
Recas o Similares.....	1,30
Tierna.....	0,95
Col China o Pekinensis.....	0,85
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,98
Repollo Hojas Rizadas.....	0,48
Coliflor.....	2,46
Endivia.....	1,25

Escarola Rizada o Frisé.....	1,12
Espárrago Verde o Triguero.....	2,40
Espinacas.....	0,18
Guindilla Verde.....	3,50
Roja.....	2,50
Haba Verde o Habichuela.....	1,75
Hinojo.....	2,45
Judía Verde Bobby.....	2,97
Verde Otras Variedades.....	2,73
Verde Elda.....	5,90
Lechuga Otras Variedades.....	0,30
Romana.....	0,47
Maíz o Millo.....	1,40
Nabo.....	0,55
Pepino Largo o Tipo Holandés.....	1,15
Perejil.....	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California.....	2,55
Rojo Lamuyo.....	2,66
Verde Italiano.....	2,45
Verde Padrón.....	3,42
Otras Variedades.....	1,82
Puerro.....	1,15
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.....	1,12
Otras Variedades.....	0,75
Tipo Canario.....	0,85
Zanahoria o Carlota Nantesa.....	2,86
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.....	0,85
Otras Variedades.....	1,15
Roja Otras Variedades.....	0,85
Blanca Spunta.....	0,85

Mercamurcia

Información de precios orientativos de mayorista a detallista, puestos en mercado y con envasado estándar de frutas y hortali-zas, referidos a la semana del 2 de junio de 2025, ofertados en Mercamurcia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte.....	3,00
Hass.....	2,80
Otras Variedades.....	2,60
Albaricoque Otras Variedades.....	3,00
Bulida.....	2,00
Galta Roja.....	3,58
Cereza Otras Variedades.....	2,50
Burlat.....	4,00
Ciruela Red Beaty.....	1,50
Malleras.....	6,00
Coco en Seco.....	0,80
Dátil Deglet Nour.....	3,50
Medjooul.....	7,00
Otras Variedades.....	3,70
Fisalis Tomatillo.....	4,65
Golden Berry.....	5,00
Amarillo Enano.....	4,75
Fresón Otras Variedades.....	3,00
Granada Otras Variedades.....	4,00
Guayaba o Cas.....	4,00
Otras Variedades.....	3,50
Breva Colar.....	6,00
Kiwi Pulpa Verde.....	4,00
Otras Dulce.....	5,50
Otras Variedades.....	3,25
Lima Mejicana.....	3,00
Limón Verna.....	0,75
Mandarina Otras Variedades.....	2,75
Mango Haden.....	3,50
Tommy Atkins.....	4,00
Otras Variedades.....	3,00
Manzana Golden.....	1,40
Starking o Similares.....	1,50
Reineta.....	1,90
Granny Smith.....	1,80
Royal Gala.....	1,70
Fuji.....	1,70
Pink Lady.....	2,40
Verde Doncella.....	2,20
Melocotón Tirrenia.....	1,50
Catherine.....	2,00
Otras Variedades.....	2,50
Melón Piel de Sapo.....	1,30
Galia.....	1,50
Futuro.....	1,00
Naranja Navel.....	0,90
Valencia Late.....	0,75
Navel Late.....	1,00
Otras Variedades.....	1,25
Nectarina Otras Variedades.....	1,70
Níspero Otras Variedades.....	3,50
Nuez Nacional.....	4,50

Papaya Solo y Sunrise.....	2,00
Papayón.....	2,00
Otras Variedades.....	2,20
Paraguayo UFO 4.....	1,50
Platereta.....	1,30
Pera Ercolini / Morettini.....	3,00
Agua o Blanquilla.....	2,00
Limonera.....	2,00
Conferencia.....	2,20
Piña Africana.....	0,75
Golden Sweet.....	0,90
Plátano de Canarias Extra.....	3,60
De Canarias 1.....	3,00
De Canarias 2.....	2,80
Americano o Banana.....	1,40
Macho.....	1,80
Pomelo Rojo.....	1,30
Rambután.....	2,50
Sandía Con Semilla.....	0,60
Sin Semilla.....	0,90
Otras Variedades.....	0,85
Uva Sin Semilla Negra.....	3,75
Sin Semilla Blanca.....	4,50
Tamarindo.....	3,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Lisas Verde.....	0,65
Ajo Blanco.....	5,00
Tierno o Ajete.....	3,50
Morado.....	5,50
Otras Variedades.....	4,50
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,40
Violeta.....	0,70
Otras Variedades.....	0,60
Apio Verde.....	0,95
Amarillento.....	1,00
Berenjena Morada.....	1,25
Otras Variedades.....	0,75
Boniato o Batata.....	1,25
Brocolo o Brocoli o Brecol.....	1,60
Calabacín Verde.....	0,70
Blanco.....	0,80
Calabaza de Verano.....	0,55
De Invierno.....	1,50
Otras Variedades.....	0,45
Cebolla Grano de Oro o Valenciana.....	1,00
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.....	0,75
Chirivia.....	1,20
Col Repollo de Hojas Rizadas.....	1,00
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,80
Coliflor.....	1,30
Endivia.....	2,40
Escarola Rizada o Frisé.....	1,25
Lisa.....	1,20
Espárrago Verde o Triguero.....	3,60
Espinaca.....	1,00
Guindilla Verde.....	2,30
Roja.....	4,50
Judía Verde Fina.....	4,50
Verde Bobby.....	2,50
Verde Perona.....	2,50
Verde Otras Variedades.....	2,50
Laurel.....	1,00
Lechuga Batavia.....	0,50
Romana.....	0,65
Iceberg.....	0,70
Cogollo.....	1,25
Hoja de Roble.....	1,40
Lollo Rosso.....	1,40
Otras Variedades.....	0,30
Maíz o Millo.....	1,50
Nabo.....	1,00
Pepino Corto o Tipo Español.....	0,70
Perejil.....	1,00
Pimiento Verde Italiano.....	1,00
Rojo Lamuyo.....	1,50
Amarillo Tipo California.....	1,00
Verde Cristal.....	0,90
Rojo California.....	1,20
Verde Padrón.....	3,60
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.....	3,80
Shii-Take.....	4,00
Tomate Liso Rojo Daniela / Long Life / Royesta.....	0,85
Liso Rojo Rama.....	1,00
Liso Rojo Pera.....	0,85
Cherry.....	1,75
Liso Verde Rambo.....	1,20
Liso Rojo Tipo Canario.....	0,80
Liso Verde Mazarrón.....	1,20
Asurcado Verde Raf.....	3,00

Kumato.....	2,75
Otras Variedades.....	1,25
Zanahoria en Rama.....	1,20
Nantesa.....	0,90
Jengibre.....	3,50
Ñame o Yame.....	1,70
Ocra 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.....	0,65
Blanca Liseta Confecc.....	0,60
Blanca Spunta Confecc.....	0,75
Blanca Agria Granel.....	0,60
Blanca Agria Confecc.....	0,70
Roja Otras Variedades Granel.....	0,90
Lonja de Mercamurcia. Información de los precios de las almendras, del 29 de mayo de 2025. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidord, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.	
ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona.....	6,23
Largueta.....	5,67
Comuna.....	5,32
Ferragnes.....	4,72
Garrigues.....	4,83
Guara.....	5,46
Ramillete.....	5,81
Comuna Ecológica.....	5,89

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 5 de junio de 2025. Información de EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa.....	
Rama campo 1ª.....	180,00
Rama campo 2ª.....	/S/C
AVENA	
Avena.....	
Blanca.....	/S/C
Rubia.....	/S/C
Forraje Avena.....	/S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada.....	
Pienso –62 kg/hl.....	/S/C
Pienso +62 kg/hl.....	/S/C
CENTENO	
Centeno.....	/S/C
GIRASOL	
Pipa.....	
Alto Oléico.....	/S/C
Pipa de Girasol.....	/S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre.....	
Secadero.....	/S/C
PAJA	
Paja Empacada.....	/S/C
TRIGO NACIONAL	
Trigo.....	
Duro Proté=13%.....	/S/C
Duro Proté=12%.....	/S/C
Extensible Chamorro.....	/S/C
Forrajero.....	/S/C
Gran Fuerza w 300.....	/S/C
Media Fuerza w –300.....	/S/C
Panificable.....	/S/C
Triticales.....	/S/C
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 3 de junio 2025. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa.....	155,00
CEBADA	
Importación.....	203,00
Nacional P.E. (62-64).....	220,00
CENTENO	
Centeno.....	/S/C
COLZA	
Importación 34/36%.....	268,00
GARROFA	
Harina.....	311,00
Troceada.....	352,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha.....	225,00
GIRASOL	
Importación.....	
34%.....	255,00
Semillas de Girasol.....	450,00

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 22, del 26 de mayo al 1 de junio de 2025, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/árbol, cotización más frecuente)</i>		
NARANJAS BLANCAS		
Valencia Late	0,40,-0,45	Alicante
Valencia Midnight	0,45-0,60	Alicante
LIMÓN		
Limón Verna	0,55-0,65	Alicante
FRUTAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Albaricoque Temprano	0,70-1,80	Valencia
Cereza Burlat	2,42	Alicante
Ciruela Tipo Black	1,60-2,00	Alicante
Melocotón Temprano	1,10-1,20	Valencia
Extratramprano	0,60-1,10	Valencia
Paraguayo	0,55-2,15	Valencia
Nectarina amarilla	0,70-1,70	Valencia
Blanca	0,70-0,75	Valencia
Níspero Algar	1,77	Alicante
HORTALIZAS		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Apio		
Verde	0,46-0,61	Alicante
Alcachofa		
Consumo Fresco	0,55-0,85	Castellón
Industria Corazones	0,40-0,50	Castellón
Berenjena		

Rayada	0,60-0,69	Alicante
Rayada	1,02	Castellón
Boniato Rojo	0,69-0,86	Alicante
Blanco	0,81-0,95	Alicante
Calabacín	0,25-0,52	Alicante
Calabacín	0,50-0,60	Castellón
Calabacín	0,40-0,70	Valencia
Blanco	0,55-0,85	Castellón
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,36-0,60	Alicante
Cebolla		
Tierna	0,64-0,76	Castellón
Spring	0,70	Castellón
Spring	0,35-0,56	Valencia
Babosa	0,43-0,69	Valencia
Col		
Lombarda	0,25-0,34	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,17-0,37	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,39-0,44	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,35-0,50	Castellón
Coliflor		
Blanca	0,28-0,52	Alicante
Blanca	0,65-0,70	Castellón
Judía		
Blanca	4,25-5,10	Castellón
Roja	2,97-3,40	Castellón

Verde Boby	2,09-2,34	Alicante
Verde Perona	3,40	Castellón
Lechuga		
Romana	0,30-0,35	Castellón
Trocadero	0,40-0,70	Castellón
Maravilla	0,32-0,55	Castellón
Patata		
Blanca	0,36-0,60	Alicante
Blanca	0,20-0,64	Castellón
Blanca	0,19-0,35	Valencia
Roja	0,20-0,30	Castellón
Pepino Blanco	0,36-0,69	Alicante
Blanco	0,42-0,85	Castellón
Pimiento		
California Amarillo	0,40-1,21	Alicante
California Rojo	0,40-0,75	Alicante
California Verde	0,40-0,65	Alicante
Lamuyo Rojo	0,50-1,63	Alicante
Lamuyo Verde	0,50-1,45	Alicante
Dulce Italia	0,62-1,03	Alicante
Tomate		
Acostillado	1,03-1,31	Alicante
Valenciano	1,50-2,12	Castellón
Valenciano	1,06-2,00	Valencia
Redondo Liso	1,36-1,44	Castellón
Redondo Liso	0,88-1,32	Valencia

Daniela	0,69-1,00	Alicante
Daniela	0,60-0,65	Castellón
Pera	0,65-0,70	Castellón
Pera	0,80-1,06	Valencia
FRUTOS SECOS		
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	4,76-4,86	Alicante
Comuna	5,05-5,40	Castellón
Largueta	5,01-5,11	Alicante
Marcona	5,61-5,71	Alicante
Marcona	5,75-6,40	Castellón
Plantea	4,76-4,86	Alicante
INDUSTRIALES		
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
ACEITE		
Oliva Lampante >2º	2,50-2,80	Castellón
Oliva Virgen 0,8º-2º	3,00-3,10	Castellón
Oliva Virgen Extra	3,50-3,80	Castellón
Garrafa		
Entera	0,38-0,50	Castellón
MIEL		
Miel de Azahar	3,80-4,20	Castellón
Miel de Milflores	3,00-3,20	Castellón
Miel de Romero	4,00-4,50	Castellón

Importación 28/3	207,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación.....	275,00
Importación.....	222,00
Importación CE	222,00
MUO	
Importación.....	350,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%.....	320,00
Harina	
Soja Nacional 47%	320,00
Aceite Crudo de Soja	1.156,00
Salvados de Soja	S/C
SORGO	
Importación.....	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	180,00
Forrajero.....	232,00
Panificable,	
mín. 11	242,00
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.....	202,00
Crudo	
de Palma.....	1.031,00

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cítricos, del 20 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.....	S/O
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>	
Última sesión de esta campaña. Mercado con muy poca actividad y operaciones. Se dea de cotizar la Valencia Delta calidad 1ª y repetición de las cotizaciones de las variedades Valencia Midnight y	

Barberina de calidad 1ª y 2ª en base a operaciones puntuales. Repetición de las cotizaciones de industria del Grupo Blanca y Salustiana. La parte superior de las horquillas se corresponden con calibres altos y extras. La lonja agradece a todos los miembros su dedicación y esfuerzo durante toda la campaña.

Última sesión de esta campaña.

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 13 de mayo de 2025. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	S/C
Grupo 2.....	S/C
Grupo 3.....	S/C
Grupo 4. A	S/C
Grupo 4. B	S/C
Grupo 4. C	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo 1.....	S/C
Grupo 2.....	S/C
Grupo 3.....	S/C
Grupo 4.....	S/C
Grupo 5.....	S/C
OTROS PRODUCTOS	
Tricale.....	S/C
Cebada	S/C
Avena.....	S/C
Maíz.....	S/C
Sorgo	S/C
Habas.....	S/C
Guisantes.....	S/C
Girasol Alto	
Oleico.....	S/O
Girasol.....	S/O
Colza.....	450,00
<i>Próxima sesión 10 de junio de 2025.</i>	
Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 3 de JUNIO de 2025. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.	
ALMENDRAS	
Euros/Tm	
Floración Tardía Monovarietal	S/C
Soleta.....	5,50
Belona.....	5,50
Guara.....	S/C
Antoñeta.....	S/C
Constantí	S/C
Comuna Tradicional.....	5,30
Ecológica.....	S/C
Próxima sesión el 17 de junio de 2025.	

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 4 de junio de 2025, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Pienso	194,00
Cebada	180,00
Triticale.....	184,00
Centeno	163,00
Avena.....	160,00
Maíz.....	211,00
FORRAJES	
Euros/Tm	
Alfafa	
Paquete Rama	S/C

Paquete Deshidratado.....	S/C
Paja 1º Cebada	S/C
Veza	
Forraje de 1º.....	S/C
Forraje	90,00
PATATAS	
Euros/Tm	
Agría.....	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 la sesión de la lonja celebrada hoy ha comenzado a cotizar la alfalfa categoría 1º a 150 euros tonelada, si bien por debajo de esta categoría hay un sinfín de precios debido a que al ser el primer corte y sumado a las abundantes lluvias, hay un incremento de la presencia de hierba; se espera en secoano un segundo corte de mucha mejor calidad. En la presente campaña hay en Leon 4.700 hectáreas de alfalfa de secoano y 6.300 hectáreas de regadio, con una producción estimada de 4.000 kg/ha en secoano y 12.600 kg/ha en regadío. Respecto al cereal continua la estabilidad con una leve bajada de un euro en tonelada tanto para el trigo como para el maíz, si bien la semana empezó con una inquietud por la reactivación de la guerra ruso-ucraniana con el transcurso de la misma, los mercados se han vuelto a tranquilizar estando ya más pendientes del inicio de la nueva cosecha que marcará precios futuros. Se puede consultar más información en la página web de la lonja www.lonjadeleon.es ..	

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 2 de junio de 2025. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALMENDRA	
Guara	5,30
Comuna	
Ecológica	5,45
Pelona	3,95
Belona	5,35
Constantí.....	5,25
Vairo.....	5,20
Lauranne	5,20
Común	5,00
Largueta.....	5,30
Marcona	5,75
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 Segovia

Precios semanales de cereales, fijados en la Lonja de Segovia del día 5 de junio de 2024. Información facilitada por EFEA-GRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALFAFA	
Alfafa	
Empacada	145,00
AVENA	
Avena.....	164,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	182,00
CENTENO	
Centeno	163,00
COLZA	
Colza.....	S/C
GIRASOL	
Girasol.....	S/C
PAJA	
Paja	
Empacada	S/C
TRIGO	
Trigo	
Nacional.....	195,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 3 de junio 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.....	207,00
Grupo 4.....	205,00
Grupo 5.....	203,00
Pienso	
Importación.....	S/O
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	S/O
Grupo 2.....	252,00
Grupo 3.....	245,00
Grupo 4.....	238,00
Triticale	
Nacional.....	198,00
Importación.....	S/O
Avena	
Importación.....	180,00
Nacional.....	S/O
Cebada,	
Igual y más de 64	190,00
Menos de 64.....	185,00
Importación Origen Puerto.....	S/O
Maíz	
Importación origen Puerto	220,00
Nacional.....	S/O
Habas	

Nacional.....	S/O
Importación.....	S/O
Guisantes	
Nacional.....	S/O
Importación.....	S/O
Girasol	
Alto oleico +80%	S/O
Convencional	S/O
Colza.....	450,00
NOTA: Toda la información de precios y cotizaciones de esta Lonja es propiedad de la misma.	
<i>Próxima sesión el 10 de junio de 2025.</i>	

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 5 de junio de 2024. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2024-2025).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero	237,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	194,00
Pienso –62 kg/Hl	187,00
AVENA	
Rubia	S/C
Pienso	192,00
TRIGO	
Duro Pr>12.....	S/C
Pienso	
+72 Kg/Hl.....	217,00
Fuerza +300w +14 pr	S/C
Fuerza -300 +12,5 pr	S/C
Panificable Pr>11, W<200	228,00
Chamorro.....	S/C
Triticale.....	201,00
Centeno	S/C
Guisante	275,00
Yeros.....	S/C
Garbanzo	
sin limpiar	S/C
Veza	S/C
Alfafa 1º.....	200,00
Paja 1º + p grande.....	54,00
Avena en Rama	100,00
Veza Henificada	115,00
Nota: Primeras siegas de cebada. Mínimas bajadas en cereales. Se mantienen los forrajes. Los primeros cortes están siendo de buena calidad.	
Próxima cotización 17 de junio de 2025.	

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 19de al 25 de mayo de 2025, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euro / Kilo
Trigo Media Fuerza.....	21,03
Trigo Pienso.....	20,48
Cebada Malta	19,50
Cebada Pienso	18,30
Maíz	S/C
Triticale.....	S/C
Con la nueva cosecha de los cereales de invierno llamando a las puertas de los graneros finaliza la campaña de comercialización 2024-2025, en la que los precios han mantenido la tendencia	

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 del 26 de mayo al 1 de junio de 2025.

CEREALES

■ **De invierno:** En **Córdoba**, el estado fenológico dominante de los **cereales de invierno** se encuentra entre grano pastoso y grano maduro. Ha comenzado la recolección en las zonas más adelantadas de la provincia, limitrofes con la provincia de **Sevilla**. La campaña ha estado marcada por las abundantes precipitaciones de marzo y abril, lo que permitió un buen desarrollo de la planta, pero también, problemas con algunas enfermedades y malas hierbas, así como dificultades para aplicar abonados de cobertera, por lo que se estiman rendimientos algo inferiores a lo que se podría esperar por la pluviometría acontecida, aunque buenos y similares al año pasado. En **Granada**, los **trigos blandos** se encuentran en fase de grano lechoso, los más adelantados se encuentran en fase de grano pastoso. Los rendimientos estimados oscilan entre los 2.500-3.000 kg/ha. Las **cebadas cervceras** se encuentran en fase de grano maduro con rendimientos de unos 2.500 kg/ha. En cuanto a la **avena** se estiman rendimientos entre 1.000-1.500 kg/ha, el tipo Previsión es de los más empleados. En **Huelva**, en parcelas del **Condado Litoral y Condado Campiña** comienza ya la campaña de recolección del **cereal de invierno** en las parcelas de siembra más temprana. Es aún pronto para dar datos medios de rendimiento y parámetros de calidad (no olvidemos que mucha espiga no ha granado bien y el cultivo se ha visto afectado por el exceso de humedad en su desarrollo). La mayoría de parcelas se encuentran en fase de maduración de granos. Las **cebadas** están evolucionando de la fase de grano lechoso a la de grano duro. En **Jaén**, los **trigos duros** en la **comarca de la Campiña Norte y Campiña Sur** se encuentran en fase de grano pastoso, y las parcelas más tardías en grano lechoso. Se encuentra amarillo, con parcelas completas al final del ciclo. No se han tratado las enfermedades fúngicas. Las **cebadas** han tenido un desarrollo normal, con rendimientos aforados de unos 2.500-3.000 kg/ha. En **Málaga**, en la **comarca Centro**, los **cereales** se encuentran en maduración de granos, se espera comenzar en la zona a final de junio. En las parcelas de **trigos duros** se esperan unos 3.000 kg/ha de rendimientos según aforos, una de las variedades más empleadas es Avispa. Las **cebadas cervceras** se encuentran en fase de maduración de granos. La nascencia no fue buena aunque mejoró con el ahijado y gracias a las precipitaciones. En **Sevilla**, en las **comarcas Aljarafe-Marismas** aumenta el número de parcelas recolectadas. En **zonas de la Sierra Norte como Gerena y Guillena** la recolección ha comenzado. En la **comarca de La Vega** se observan parcelas recolectadas con rendimientos medios. En parcelas de **cebadas** de la **zona La Vega**, se observan problemas en los granos por hongos.

LEGUMINOSAS

En las plantaciones de **garbanzos** más adelantadas se observan las vainas formadas y comenzando la maduración, mientras que en las zonas más atrasadas se encuentran en floración e incluso en crecimiento vegetativo. Se observan amarilleamiento de plantas y problemas de rabia en muchas zonas. Ha comenzado la recolección de **habas y guisantes**, en algunas zonas se obtienen rendimientos medios a pesar de las abundantes precipitaciones, debido a la dificultad para controlar las malas hierbas en estos cultivos.

CULTIVOS FORRAJEROS

En **Córdoba**, continúan los trabajos de empacado del heno de las mezclas de **cereales forrajeros** y su posterior almacenamiento en las explotaciones. En **Sevilla**, la **alfalfa** se encuentra en crecimiento vegetativo y con fincas ya empacadas.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

En **Cádiz**, en la **comarca Costa Noroeste, zona Chipiona y Sanlúcar de Barrameda**, se observan parcelas que han tenido episodios graves de mildiu debido a las intensas lluvias de marzo. Se le han dado dos aplicaciones por semana, siempre que se pudiera entrar. Esta circunstancia ha afectado los rendimientos tal y como se está viendo en plena recolección. La campaña de la **patata temprana** se desarrolla en **Sevilla** con rendimientos medios y buen ritmo de comercialización. En las **comarcas Aljarafe, La Vega y Campiña** se observan parcelas ya recolectadas, casi todas manualmente. Hay parcelas con defoliante aplicado y otras en crecimiento de brotes laterales.

CULTIVOS INDUSTRIALES

El cultivo del **girasol** presenta una fenología muy dispar, los más tempranos se encuentran en plena floración y los más tardíos están comenzando el desarrollo de hojitas. La subida de temperaturas unido a la humedad en capas profundas impulsa el crecimiento de esta planta. El estado fenológico de los **girasoles** avanza con rapidez. Hay parcelas en las que todavía se pueden regabinar y se eliminan abundantes malas hierbas tras una primavera lluviosa. En el cultivo del **algodón**, en **Cádiz**, hay zonas con buena nascencia, encontrándose con una altura entre 8-15 cm con varias hojitas desplegadas. En zonas de siembras más tardías, por inclemencias del tiempo, se encuentran comenzando el desarrollo con 2-4 entrenudos. Se están regando por aspersión y aplicando abonados de cobertera. En **Córdoba**, el estado fenológico predominante es el V (Desarrollo vegetativo), algo atrasado debido a que las siembras se hicieron tarde por las precipitaciones. La nascencia fue buena y apenas si hay mermas o marras. Las plantas presentan una altura de 10-15 cm. Se han aplicado herbicidas y regabinas para limpiar la abundancia de malas hierbas. En **Jaén** sigue el desarrollo vegetativo de las plántulas de **algodón** con una altura de 5-10 cm de altura.

CULTIVOS HORTÍCOLAS AL AIRE LIBRE

En **Almería**, la campaña de **lechuga, brócoli y coliflor** se da prácticamente por finalizada en la **comarca del Bajo Almanzora**. Continúa la recolección de **calabacín**, aunque debido a sus precios bajos, en muchas plantaciones el cultivo se está arrancado y dando por finalizado. En **Cádiz**, los **nabos blancos** en la **zona de la Algaida** han tenido un mal año por problemas con la alternaria. Ha habido mucha humedad debido a las constantes precipitaciones. Las **zanahorias** manojos están finalizando su campaña, también con un mal año. En **Córdoba**, las parcelas de **melón** en acolchado de la **comarca de La Campiña Baja**, se encuentran entre fase de crecimiento vegetativo de brotes y floración, todavía sin cubrir enla totalidad de las calles, algo retrasados respecto a otras campañas por la meteorología. En **Jaén**, las **cebollas tempranas** comienzan la campaña a mediados de mes. Han tenido un año complicado con aplicaciones para mildiu cada tres días. Las mermas han oscilado entre 35-45%, según zonas, quedando unas 160.000 plantas por hectárea, que están dando un rendimiento 25-30 t/ha. En la **comarca de La Vega (Sevilla), zona Los Palacios**, se observan parcelas en arquillos con **sandías** en producción. Predominan las negras sin pepitas de unos siete kilos de peso.

CULTIVOS HORTÍCOLAS PROTEGIDOS

En **Almería**, en los invernaderos de **sandía** se seguirá recolectando previsiblemente dos o tres semanas más. El precio ha bajado, pero se mantiene dentro de márgenes aceptables para el agricultor. En las plantaciones más tardías el fruto sigue madurando. No se observan graves problemas fitosanitarios. En los invernaderos de **melón**, se están realizando los últimos cortes de las variedades más tardías de **Amarillo y Categoría**. Las plantaciones más tempranas y medias de todos los tipos ya se han arrancado. Los semilleros están entrando en la época de más actividad de toda la campaña realizando siembras, desarrollo de plántulas y salida de partidas hacia los invernaderos. En la **zona de La Algaida (Cádiz)** se observan invernaderos de **melón Galia** con la recolección al 60%. El peso medio se encuentra entre 1,2-1,4 kg/pieza. Hay invernaderos que se encuentran en fase de desarrollo ya que se acaban de plantar las más tardías. Los **melones tipo Galia de Sanlúcar** se encuentran con buenas cotizaciones. Siguen saliendo **pimientos Italianos** en la **comarca Costa Noroeste**, con otros en fase de engorde de fruto y los más tardíos en floración-cuaje. Se observan tanto el tipo verde como rojo. Los **tomates Pera** se encuentran en fase de crecimiento de brotes, floración y cuaje. En la **zona de La Algaida (Cádiz)** se observan invernaderos de **melón Galia** con la recolección al 60%. El peso medio se encuentra entre 1,2-1,4 kg/pieza. Hay invernaderos que se encuentran en fase

AGROCOTIZACIONES

de desarrollo ya que se acaban de plantar las más tardías. Los **melones tipo Galia de Sanlúcar** se encuentran con buenas cotizaciones. Siguen saliendo **pimientos Italianos** en la **comarca Costa Noroeste**, con otros en fase de engorde de fruto y los más tardíos en floración-cuaje. Se observan tanto el **tipo verde como rojo**. Los **tomates Pera** se encuentran en fase de crecimiento de brotes, floración y cuaje. En **Granada**, se están preparando invernaderos para la nueva campaña, se limpian de restos de cultivo, sistemas de riego y se solarizan. Los **tomates** de la **zona de Vélez de Benaudalla** plantados en abril con densidad de dos plantas /m2 se encuentran en fase de crecimiento vegetativo. Se están entutorando y regando dos veces al día con 15 minutos de agua. La campaña de **Cherrys** está finalizando en la zona. La mayoría de invernaderos se han blanqueado para mitigar el calor. Invernaderos en la **zona de Carchuna** con **pimientos Lamuyos verdes** se encuentran comenzando la recolección. En **Huelva**, la campaña de la **fresa** para fresco finaliza pero continúa la de Industria. Campaña retrasada a nivel general. En las plantaciones de **frambuesas**, finaliza la recogida de las variedades **Imara y Kweli**. Los rendimientos han sido bajos y las cotizaciones mejor que en otros años. En **Málaga**, en la **comarca de Vélez-Málaga** se observan invernaderos de **tomates tipo Daniela y Pera** comenzando la campaña. Plagas como tuta y araña roja son de los principales inconvenientes de este cultivo. La campaña de las **berenjenas** está comenzando en la **zona de la costa** con variedades como **Cristal**. Se observan invernaderos con **pimientos Italianos** finalizando campaña y otros iniciandola. La aparición del Trips parvispinum presenta un grave problema ya que las materias activas eficaces están prohibidas en España. La mayoría de invernaderos emplean lucha integrada contra las plagas.

FRUTALES DE HUESO

En **Huelva**, la recolección de la fruta de hueso en la **Comarca Costa** va con cierto retraso. Variedades de **nectarina de carne amarilla como la Primabel y Primaluz** salen de las fincas a buen ritmo . Los calibres son medios, predominando el B-C. Los **melocotones de carne amarilla** siguen en recolección con variedades como la **Playgold** avanzadas y la **Primagold**, comenzando la recolección. Se están comenzando a recolectar variedades tempranas de **ciruela** como la **Red Beauty**. En **Jaén**, los **cerezos** se encuentran en fase de maduración en las zonas más adelantadas, en las zonas más tardías, la fase de engorde. En general se ve el fruto con color, encontrándose los más tardíos aún verdes. Variedades adelantadas son la **Burlat y Starking** , le siguen intermedias como **Garrafal** y las más tardías, **Lampe**. Se ha procedido al desbrozado de los ruedos. En **Sevilla**, en la **zona de Guillena y la comarca de La Vega** se recolectan **nectarinas y melocotones** tempranos obteniéndose unos 25 tm/ha. En estos momentos se recoge **melocotones del tipo Early Royal**. Los calibres que predominan son B y C.

FRUTOS SECOS

En **Almería**, los **almendros** tienen un excelente desarrollo vegetativo, superior a años anteriores debido a las precipitaciones registradas. Las lluvias han sido muy beneficiosas para la adecuada evolución de la cosecha y sobre todo para las parcelas de secano. Los frutos han alcanzado en las variedades más tempranas el tamaño definitivo, produciéndose la lignificación del endocarpio (hueso) y la formación de los cotiledones, adquiriendo la corteza su tonalidad grisácea característica. En las plantaciones con variedades tardías continúa el crecimiento de los frutos. En **Granada**, los **almendros** en las **comarcas de Alhama y Valle de Lecrín**, se encuentran en fase de engorde de fruto. Se están dando aplicaciones de Difenconazol contra enfermedades como cribado y monilia. Para combatir los pulgones están finalizando aplicaciones con materias activas Cipermetrina y Lambda Cihalotrin en dosis de 1cc/litro y 0,5 cc/litro respectivamente. En **Huelva**, los **almendros de la Costa, Condado Campiña y el Condado Litoral**, se encuentran en fase de engorde de fruto y con bastante desarrollo. Se observa unos árboles sanos y cargados de frutos.

FRUTOS SUBTROPICALES

En **Cádiz**, en la **comarca Campo de Gibraltar**, los **aguacates** presentan los frutos cuajados comenzando el engorde de frutos. En **zonas de La Janda**, en una superficie importante, se encuentran en fase de floración-cuaje. Se eliminan malas hierbas y restos de poda. En **Granada**, se están aplicando al cultivo del **aguacate** diferentes abonados con compuestos de nitrógeno, fósforo, extractos húmicos, ácidos fúlvicos y materia orgánica, además de estimulantes y macronutrientes, en ambos casos con dosis de 150l/mes/ha. Se están regando del orden de una hora al día. Se encuentran en fase de engorde muchas explotaciones de **mangos**, los que están en invernaderos se encuentran más adelantados, con tamaño final de cosecha. En **Málaga**, el estado fenológico de las plantaciones de **aguacates** oscila entre F (Floración) y G (Cuaje). En las plantaciones de la provincia se observan ataques de hongo aéreo. La única solución posible para su lucha consiste en cortar la rama y aplicar pintura cicatrizante. Se están regando una hora al día. Hay frutos cuajados comenzando la fase de engorde. En **Sevilla**, los **kakis** más tempranos se encuentran con una fenología de crecimiento del fruto. Los más tardíos en caída de pétalos. La floración y el cuaje han tenido problemas y no se observa demasiada carga en los árboles.

CÍTRICOS

En **Almería**, la recolección está prácticamente acabada, quedan por cosecharse unas pocas plantaciones de variedades tardías de **naranja**. Continúa la recolección del **limón Verna**. En **Córdoba**, el estado fenológico predominante de las variedades tardías pendientes de recolectar, la mayoría **Valencia Late**, es M (Maduración)/(Recolección). Respecto a la nueva campaña 2025-2026, que dio comienzo el 1 de abril de 2025, se observa como estado dominante el I1/I2 (Cuajado del fruto)/(Cierra del cáliz). La campaña de recolección de las variedades tardías está muy adelantada, acabando antes de lo que suele ser habitual. Continúan las labores de poda y picado de restos en plantaciones ya recolectadas. En **Huelva**, los más adelantados se encuentran en fase de J (Frutos en Desarrollo). Los **cítricos** más retrasados en fase I (Caída fisiológica de frutos). En **Málaga**, la campaña del **limón Verna** está teniendo poca producción, se estima un cuarto de la cosecha. Hay problemas de riego por averías en las instalaciones del pantano del Chorro y solo están pudiendo regar los que tienen pozos particulares o manantiales. Las **naranjas** se encuentran en fase de J (Engorde de fruto) así como las **mandarinas** comenzando el crecimiento. Han tenido caída fisiológica de frutos.

VIÑEDO

En **Córdoba**, el estado fenológico dominante es el J (Cuajado). Se realizan labores de control de cubiertas vegetales y malas hierbas. Ha habido problemas de mildiu y oídio.

OLIVAR

En **Almería**, continúan los riegos en explotaciones con instalaciones por goteo. Las precipitaciones caídas en fechas pasadas, han sido muy beneficiosas para las plantaciones de olivar en general y más concretamente para el **olivar de secano**. En **Córdoba**, el estado fenológico predominante se encuentra entre D3 (Corola cambio de color) y G2 (Fruto cuajado) observándose frutos del tamaño de un guisante como más adelantado. La arboleda presenta un crecimiento vegetativo muy favorable con brotaciones abundantes y desarrolladas. En la **comarca de La Vega y Alhama (Granada)** se encuentran en fase de floración-cuaje con algún fruto ya cuajado. Predominan variedades como **Pical y Hojiblanca**. El cultivo lleva un retraso de una semana por las lluvias. Las últimas, han provocado un aumento de tratamientos fungicidas con productos de cobre. En **Huelva**, en **zonas como Arjona-Porcuna-Lopera-Arjonilla**, los **olivos** se encuentran en fase de caída de pétalos y con frutos cuajados. Llevan algo de retraso respecto a otras campañas. Los **olivos** se han desbrozado, sobre todo el ruedo. En la **comarca de La Loma** se encuentran en fase de cuaje con frutos cuajados, y caída de pétalos en zonas más tardías. Las parcelas están limpias, se aplicó herbicida, a comienzos de mayo, con las materias activas glifosato más MCPA.

descendente de la anterior, acumulando entre ambas una rebaja con respecto a la de 2022-2023, de precios máximos históricos, del 30%. Dos campañas bajistas que han coincidido con dos años de rendimientos también bajos causados por la sequía, lo que ha alejado un poco más el umbral de rentabilidad de estos cultivos. En 2025 nuestros agricultores esperan una cosecha excelente en cantidad y calidad del grano, que deberá afrontar un mercado, que se mantiene con precios bajos y del que se esperan actualmente, pocas variaciones

FORRAJERAS	Euros/Kg
Heno de Alfafa	15,00
Veza	10,00
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

Durante la semana previa a las fiestas de San Bernabé, el sector del champiñón y setas ha encontrado esta semana un equilibrio entre la oferta y demanda, lo que lleva a la repetición en todas las cotizaciones

HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla	/C
Verde	0,75
Borrajá	0,75
Lechuga	
Rizada	3,60
Cogollos	/C
Apio	/C
Cardo	/C
Repollo.....	0,30
Coles de Bruselas.....	/C
Coliflor	8,70
Brócoli.....	0,65
Romanescu	/C
Alcachofa	1,00
Industria.....	1,00
Espárrago	
Fresco IGP Navarra.....	2,75
Industria.....	2,45

Alubia	
Verde Fresco.....	2,30
Haba Calzón	0,80
Grano.....	0,50
Calabacín	0,50
Tomate 1	0,80
Pepino Corto	0,65

Con la llegada de los cultivos de verano, los almacenistas afrontan una semana con menos volumen en los productos que recepcionan, mientras va creciendo el abanico de hortalizas a comercializar. Se puede apreciar una subida en las cotizaciones de los productos como coliflor, borrajá y acelga ante la falta de género en campo y, por tanto, en el mercado.

FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO PERA	
Limonera 60+	/C
Ercolini 50+	/C
Blanquilla	
DOP	0,60
Conferencia	
DOP 75+	/C
70-75 mm.....	/C
65-70 mm.....	/C
Conferencia 65-70 mm.....	/C
Industria.....	0,11

GRUPO MANZANA	
Industria.....	0,13
Golden 70+	0,55
Fuji 70+	0,75

Esta semana se da por finalizada la campaña de comercialización de la fruta de pepita, dejando paso en los meses de verano a la de hueso. En campo, las intensas lluvias durante los primeros días de la semana han paralizado por completo la recolección de cereza, pero con la intención de retomar la cosecha durante el fin de semana, aprovechando la buena previsión de sol y temperaturas alta.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS	
Común	1,02
Largueta.....	1,30
Marcona	1,36
Floración tardía	1,62
Ecológica.....	1,35

El Sistema Citrocide® de Citrosol llega a Francia para mejorar la vida útil del ajo pelado

Royal Saveurs SAS, en Marignac, ha implementado la tecnología CITROCIDÉ® para lavar de forma higiénica sus dientes de ajo pelado

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN

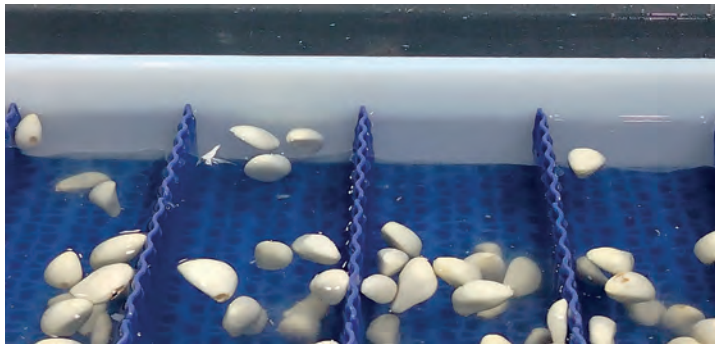
La firma valenciana Citrosol, en colaboración con INDUSTRA-DE, ha instalado su innovador Sistema Citrocide® para el lavado higiénico de dientes de ajo pelado en la empresa francesa Royal Saveurs SAS, situada en Marignac. Con esta nueva implementación, Citrosol extiende su tecnología líder en soluciones postcosecha para frutas y hortalizas mínimamente procesadas a nuevas zonas productoras de ajo en Europa.

■ LAVADO HIGIÉNICO

La tecnología Citrocide® garantiza el lavado higiénico de los dientes de ajo después de su pelado, con una reducción drástica de la carga microbiológica que el producto trae en su superficie y alargando su vida útil incluso más de 20 días. El Sistema Citrocide® supone una solución integral, basada en el lavado higiénico que garantiza la estabilidad microbiológica del producto durante todo su ciclo de vida.

Además, el producto desinfectante utilizado por Citrosol en este sistema no deja ningún tipo de residuo peligroso en el producto final y cuenta con certificación para su uso en agricultura ecológica tanto bajo la normativa europea como estadounidense.

Los principales procesadores y exportadores de dientes de ajo pelado de España llevan más de 5 años lavando de forma higiénica sus dientes de ajo con el Sistema Citrocide® de Citrosol, y sus resultados avalan el potencial de esta tecnología, logrando una reducción significativa en la aparición de mohos en los envases (Figura 1), uno de los principales retos asociados a la comercialización del ajo pelado. La implantación del Sistema Citrocide® en la



Citrosol extiende su tecnología a nuevas zonas productoras de ajo. / CITROSOL

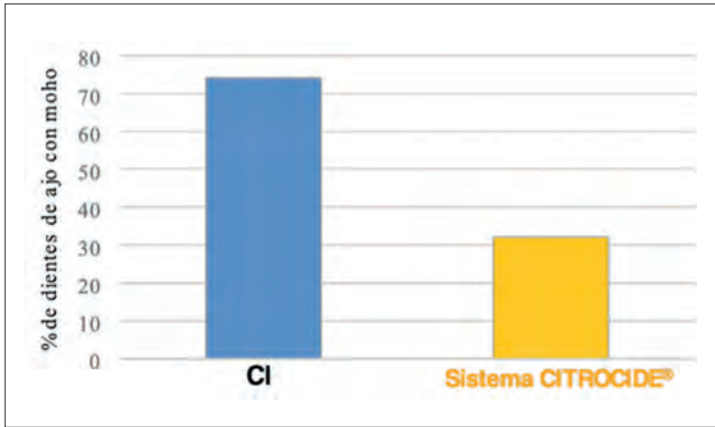


Figura 1. Porcentaje de dientes de ajo pelado con presencia de moho en superficie al cabo de 24 días a temperatura ambiente, para dientes de ajo lavados con 100 ppm de cloro (Cl) o con el Sistema Citrocide®. / CITROSOL

línea de Royal Saveurs supone un paso más en la expansión internacional de Citrosol en el ámbito del IV Gama.

■ RESPUESTA A LA INDUSTRIA

La creciente demanda de alimentos de calidad, prácticos y listos para su consumo ha impulsado el auge de las frutas y hortalizas mínimamente procesadas. Productos como el ajo pelado se han convertido en soluciones ideales tanto para el canal Horeca como para el consumidor final, al reducir tiempos de preparación, minimizar desperdicios y facilitar una

producción más eficiente. Sin embargo, el pelado acelera el deterioro del producto y acorta su vida comercial, siendo necesaria la aplicación de tecnologías postcosecha eficaces que protejan sus propiedades y calidad.

El Sistema Citrocide® de Citrosol marca un hito en el camino hacia una alimentación más segura, saludable y sostenible. Gracias a su desarrollo tecnológico, cada vez más consumidores y empresas en Europa pueden beneficiarse de las ventajas de un ajo pelado más duradero, seguro y libre de mohos.



Juan Canet, presidente de Univall y Ricardo Cortell, de La Llosa de Ranes. / GA

La Cooperativa Agrícola de la Llosa de Ranes se integra en Univall Coop. V.

Se incrementa así la capacidad productiva en cítricos, fruta de hueso y kaki de Univall, socia de Anecoop

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN

La cooperativa agrícola ‘Cristo del Milagro’ de La Llosa de Ranes ha formalizado su integración en Univall Coop. V., cooperativa de segundo grado que, tras la firma del acuerdo celebrada la primera semana de junio, incrementa su capacidad productiva en 4.000 toneladas, de las que 3.500 se refieren a cítricos y 500 a fruta de hueso y kaki, según informan fuentes de Univall.

Cabe recordar que Univall nace a finales de 2023 de la unión de dos cooperativas valencianas con una amplia tradición en el sector: la vitivinícola de La Pobla del Duc y la cooperativa del Camp de Llutxent/Otos, ambas socias de Anecoop, que contribuyó a impulsar su proyecto de integración y les prestó asesoramiento a lo largo de todo el proceso. La nueva entidad se incorporó a Anecoop como socia de pleno derecho en junio de 2024.

Con la firma de esta nueva incorporación, el objetivo de Univall sigue siendo el mismo desde su creación, según comentan sus responsables: “seguir creciendo de manera eficiente a través de la concentración de volumen de producto, una gama diversificada y un uso más eficiente de los almacenes, con la consiguiente reducción de costes”. Además, amplía su presencia en otra zona productiva como es

la comarca de la Costera, una diversificación en cuanto a la localización que contribuye a minimizar el impacto de la situación climática cambiante y los efectos meteorológicos en los cultivos.

El presidente de Univall, Juan Canet, ha mostrado su satisfacción tras la rúbrica de este acuerdo y ha manifestado que “con esta nueva incorporación fortalecemos nuestra cooperativa de segundo grado, sumamos competitividad a nuestro modelo de negocio y aumentamos nuestro impacto positivo en la actividad económica de la zona”.

Por su parte, Ricardo Cortell, presidente de la cooperativa de La Llosa de Ranes, ha subrayado que “tras el buen funcionamiento del contrato de colaboración suscrito con Univall la campaña anterior, damos un paso más para seguir creciendo e incrementar la rentabilidad de nuestros agricultores y el desarrollo socioeconómico de nuestro entorno”.

El presidente de Anecoop, Alejandro Monzón, ha señalado por su parte que “hoy celebramos esta unión que supone un nuevo impulso al cooperativismo valenciano. Desde Anecoop animamos a nuestros socios a que apuesten por la integración y la intercooperación como claves fundamentales para hacer frente a los desafíos globales de la economía”.

La Asociación Nacional de Fabricantes de Zumos y Gazpachos presenta su nuevo Programa de Promoción

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN

La Asociación Nacional de Fabricantes de Zumos y Gazpachos de España ha celebrado en Madrid la presentación oficial de su Programa de Promoción Europeo 2025-2027, una iniciativa cofinanciada por la Unión Europea tras un proceso altamente competitivo que se desarrollará en España y Portugal, con el objetivo de acercar el zumo de frutas y gazpacho al consumidor, destacando su calidad, diversidad y sabor.

El evento, que ha contado con la asistencia de medios de comunicación, autoridades públicas y representantes del sector agroalimentario, marca el inicio de una campaña con tres años de duración y presencia multicanal en ambos países.

Bajo el claim “Listo para tomar, listo para disfrutar”, la propuesta creativa articula su mensaje en torno a una dualidad que refleja el equilibrio entre el ritmo de la vida cotidiana y el placer de consumir el zumo de frutas y gazpacho.

Esta idea conecta la funcionalidad del convenience con lo sensorial y refuerza, al mismo tiempo, el compromiso con un modelo agroalimentario, equilibrado y sostenible del campo a la mesa, poniendo en valor la calidad, sabor, diversidad, tradición y el trabajo del sector primario europeo.

La campaña ha sido presentada por Dña. Purificación González Camacho, Subdirectora General de Promoción de los Ali-

mentos de España (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación); D. José Hernández Perona, Presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Zumos y Gazpachos; y D. Javier Valle, Secretario General de la misma.

Durante la rueda de prensa se ha dado a conocer también la creatividad de la campaña, que representa esta dualidad visual mediante el contraste entre dos mundos: la practicidad junto a lo vibrante, dinámico y enérgico.

Una identidad visual que conecta principalmente con un público joven adulto e independiente, que es más práctico y sostenible a la hora de elegir su alimentación, trasladando la idea de que disfrutar de las frutas y hortalizas europeas en cual-



El objetivo es acercar el zumo de frutas y gazpacho al consumidor. / ANFZG

quiera de sus variedades, sabor, textura y formatos tiene un papel fundamental en los consumidores europeos.

En un contexto de consumo deficitario, “la riqueza, frescura y calidad de nuestras frutas y hortalizas nos sitúan en una posición privilegiada para la elaboración de zumos y gazpachos a partir de frutas y hortalizas frescas. Por eso, nuestra industria es capaz de ofrecer productos de la más alta calidad gracias a la combinación de materias primas excepcionales y de tecnologías avanzadas en todo el proceso: desde

el aprovisionamiento hasta la producción y comercialización”, señala José Hernández Perona, presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Zumos y Gazpachos.

El plan de actuación contempla publicidad exterior y digital, presencia en redes sociales, materiales informativos, colaboraciones con prescriptores y encuentros sectoriales con medios de comunicación, distribución y canal Horeca. Este programa está cofinanciado por la Unión Europea, en el marco del Reglamento (UE) n° 1144/2014 y sus reglamentos de ejecución.

Viveros Hernandorena impulsa un proyecto para profesionalizar el algarrobo

El proyecto Carob Tree combina innovación en vivero y modernización agronómica para liderar este cultivo en pleno proceso de cambio

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN**
Viveros Hernandorena impulsa con fuerza su estrategia de innovación en el sector viverista a través del Proyecto Carob Tree, una ambiciosa iniciativa que busca profesionalizar el cultivo del algarrobo en España y convertir al país en el principal referente europeo en superficie, calidad y conocimiento técnico de este cultivo emergente. “Creemos firmemente en el potencial del algarrobo como una alternativa rentable, sostenible y adaptada al cambio climático, especialmente en zonas cálidas como la Comunidad Valenciana, Baleares o sur de la península. Pero para que el cultivo sea profesional, debe comenzar por una planta de calidad y un sistema agronómico bien diseñado”, explica Rosa Hernandorena, directora comercial de Viveros Hernandorena.

■ INNOVACIÓN

El proyecto Carob Tree se estructura en dos líneas principales de trabajo: por un lado, la me-



Este año Viveros Hernandorena ha injertado más de 100.000 plantas de algarrobo. / VH

jora del sistema de producción de planta en vivero: “Llevamos desde 2011 trabajando en I+D para optimizar el injerto, mejorar el enraizamiento y reducir costes de producción sin perder calidad. Nuestro objetivo es poder ofrecer plantas de algarrobo a gran escala, en maceta y con garantía profesional”, señala Hernandorena. Y, por otro lado,

la modernización del cultivo con el objetivo de intensificar el marco de plantación para aumentar la productividad y adelantar la entrada en producción. Así, y desde su campo experimental, y en colaboración con la Asociación Empresas Innovadoras de la Garrofa (EiG), la Universidad de las Islas Baleares, la Universidad de Bari (Puglia, Italia), y

otros centros de investigación como el IVIA, la empresa ensaya nuevas variedades, marcos de plantación, técnicas de poda, fertirriego y sistemas de recolección. “Queremos demostrar con datos reales cómo intensificar el cultivo sin perder sostenibilidad, y que cada agricultor pueda elegir la fórmula que mejor se adapta a su explotación”, apunta. Las visitas al campo experimental se realizan cada 15-20 días, siendo la próxima jornada técnica el 12 de junio. “Estamos sorprendidos por el nivel de interés. Cada día más agricultores y técnicos se acercan para ver los resultados, intercambiar experiencias y formarse. Esa es la clave: crear una comunidad técnica en torno al algarrobo profesional”, afirma.

Este año, Viveros Hernandorena ha injertado ya más de 100.000 plantas de algarrobo, actualmente en fase de brotación en invernadero. La previsión es que estén listas para salir al mercado a partir de septiembre.

■ RESULTADOS DE CAMPAÑA

Más allá del algarrobo, la empresa ha cerrado una excelente campaña de invierno y primavera, con récord de exportación y venta nacional en caqui, y buen comportamiento del granado y frutales de hueso. “El almendro ha tenido un ritmo más moderado de venta de planta, pero confiamos en una recuperación del interés gracias a la subida de precios de la almendra y a la mejora hídrica reciente”, explica Rosa Hernandorena.

En frutales de hueso, la firma ha desarrollado una intensa campaña de micro injerto con patrones híbridos certificados, alcanzando las 150.000 plantas esta primavera, que ya se encuentran en su vivero de campo. “Estamos ampliando nuestra oferta de subespecies como platerinas, paraguayos, ciruelos o melocotones. El objetivo es cubrir toda la demanda profesional con variedades de los principales obtentores, tanto nacionales como internacionales”, añade.

■ TECNOLOGÍA

Uno de los hitos técnicos más destacados ha sido la incorporación de cámaras de conservación con ozono, que han permitido extender las entregas de planta a raíz desnuda hasta finales de mayo sin incidencias. “Esto ha sido una revolución para el sector. Nos permite mayor flexibilidad comercial y una mejor gestión del stock. El agricultor también se beneficia, porque puede recibir la planta en mejores fechas, sin presiones”, afirma Hernandorena.

Essen'ciel: cambian las reglas del juego

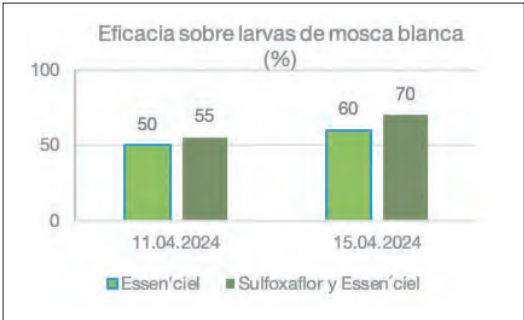


Figura 1. Eficacia de Essen'ciel a una concentración de 0,5% y 0,25% (en mezcla con Sulfoxaflor), aplicado a un volumen de caldo de 1.500 l/ha, frente a mosca blanca 1 y 5 días después de la aplicación. / BASF

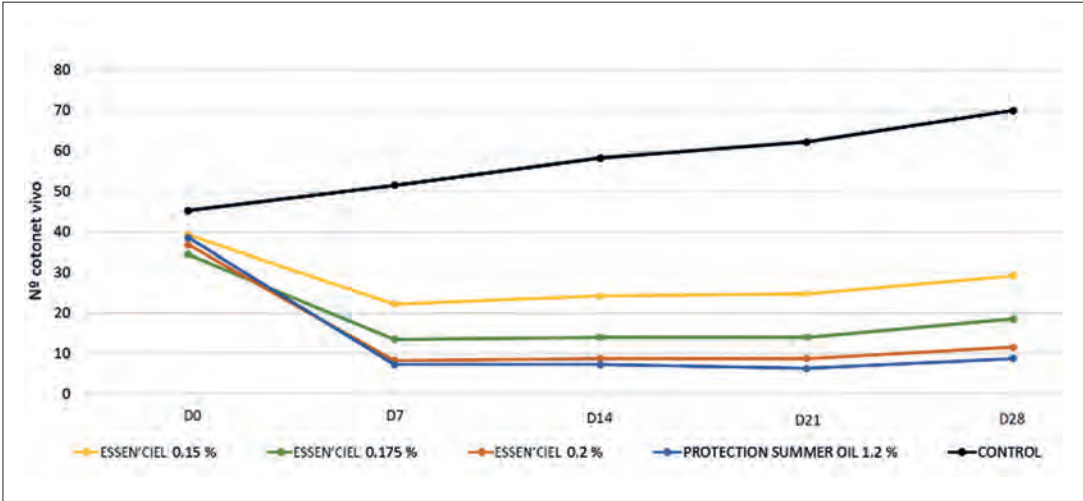
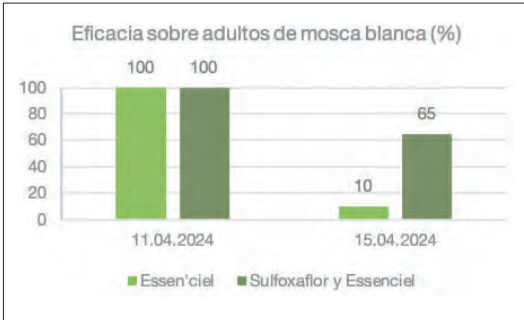


Figura 2. Efecto de Essen'ciel frente a cotonet de sudáfrica a diferentes dosificaciones (volumen de caldo de 1.500 l/ha) respecto a un aceite parafínico desde el día de aplicación (D0). / BASF

► BASF.

El uso de aceites es conocido en agricultura, principalmente relacionados con la producción ecológica. Su uso, particularmente

como insecticida, es una práctica cada vez más popular debido a la necesidad de métodos de control de plagas que sean sostenibles y menos perjudiciales para el

medioambiente y la salud humana. Sin embargo, este incremento de uso sólo ha sido posible mediante la evolución de las formulaciones para maximizar sus

Essen'ciel muestra una alta versatilidad, pudiendo aplicarse en solitario de forma intercalada con insecticidas químicos convencionales

virtudes y hacer frente a algunas de sus desventajas. En el pasado, los aceites se han caracterizado por su acción mecánica (asfixia por cubrimiento) y/o repelente frente a insectos, requerimientos de altas dosificaciones, riesgos de fitotoxicidad y eficacias limitadas. En la actualidad, y gracias al desarrollo científico-técnico, existen opciones que cambian las reglas del juego en el uso y expectativas de esta tipología de productos.

Essen'ciel es un aceite esencial de origen natural, suponiendo esta la primera diferencia respecto a los aceites tradicionales (frecuentemente, denominados parafínicos o de verano). Procede de la naranja, se trata de una microemulsión que consigue una alta eficacia desde dosis hasta 10 veces inferiores a la de un aceite convencional. De esta manera, los riesgos de fitotoxicidad son reducidos y la miscibilidad con la mayor parte de los fitosanitarios del mercado es facilitada respecto a otros aceites, incluidos los esenciales. Essen'ciel tiene acción frente a diferentes plagas y enfermedades, con un amplísimo rango de cultivos. Además de la obturación de traqueolas en insectos (como aceites parafínicos), Essen'ciel deseca el exoesqueleto de insectos y la capa de fosfolípidos de los hongos, causando la pérdida de agua del organismo.

Sin embargo, se ha observado su selectividad en la fauna auxiliar, posibilitando su desarrollo. Por ejemplo, hay nulo o bajo efecto sobre especies parasitoides y predadoras de interés en cítricos, como *A. pseudococci*, *E. formosa* o *P. persimilis* (entre otros), que permiten la gestión integrada de plagas. En términos de plagas, afecta a la capa de fosfolípidos de los hongos y evita su viabilidad en todas las superficies en las que hubo contacto, alterando el ciclo de vida de patógenos como oídio y mildiu. Continuando con el caso particular de los cítricos, su eficacia está contrastada sobre araña, cochinillas, piojo rojo, minadores trips y mosca blanca (ejemplos en Figuras 1 y 2 de dos plagas diferenciadas). Desde concentraciones inferiores a 0,4% se consiguen altas eficacias frente a mosca blanca y araña roja, no siendo necesario subir del 0,6% en el resto de plagas. Ante escenarios de altas temperaturas (>25°C) y altos volúmenes de caldo, debe considerarse no subir la dosificación de 8 l/ha. Un arduo trabajo técnico ha derivado en conseguir los más altos estándares de eficacia sin riesgos de fitotoxicidad.

Essen'ciel muestra una alta versatilidad, pudiendo aplicarse en solitario de forma intercalada con insecticidas químicos convencionales para reducir la residualidad y el riesgo de aparición de resistencias. Desde dosificaciones inferiores, mejora las propiedades de los caldos para conseguir una mayor cobertura del tratamiento e incrementa la eficacia de otros insecticidas. De este modo, es una opción moderna, cómoda y segura para la gestión de plagas y enfermedades sin riesgos para aplicadores ni consumidores.

Ribera d'Ebre

Información elaborada
por Óscar Ortega

FRANCESC BARBERO / Presidente del Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre

“Trabajamos para reforzar el papel del Consell como herramienta útil para los ayuntamientos y la ciudadanía”

Con estas palabras Francesc Barbero, presidente del Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre y alcalde de Flix, ilustra el papel de una de las principales funciones de esta entidad. La resiliencia y la capacidad de adaptación del sector agrícola, el destino de los Fondos de Transición Nuclear, y las acciones de Ribera d'Ebre Viva son otros temas que comenta Barbero en la entrevista.

Valencia Fruits. Desde julio de 2023 está al frente del Consell Comarcal. ¿Cuáles son los principales objetivos que se ha marcado para esta legislatura?

Francesc Barbero. Desde que asumí la presidencia, uno de los principales objetivos ha sido seguir construyendo una comarca cohesionada, que afronte con garantías los retos de futuro.

Apostamos por la diversificación económica, el equilibrio territorial, la sostenibilidad medioambiental y el fortalecimiento del tejido social. En ese sentido, trabajamos para reforzar el papel del Consell como herramienta útil para los ayuntamientos y la ciudadanía, priorizando el desarrollo, la innovación y la lucha contra el despoblamiento.

VF. ¿Qué perspectivas presenta la campaña actual de fruta dulce en la comarca?

FB. Las perspectivas de esta campaña son positivas. Pese a las incertidumbres climatológicas de los últimos años, en esta ocasión la floración y la maduración se han desarrollado con relativa normalidad. La fruta presenta buena calidad y, afortunadamente, la producción se ha mantenido dentro de los parámetros esperados. Es una buena noticia para el sector agrícola de la Ribera d'Ebre, que continúa demostrando su resiliencia y capacidad de adaptación.

VF. ¿Cómo valora la campaña anterior?

FB. La campaña pasada, aunque marcada por episodios de calor extremo y la persistente



Francesc Barbero, presidente del Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre. / CCRE

sequía, se pudo cerrar con resultados razonablemente buenos, sobre todo si tenemos en cuenta el contexto general del país.

La profesionalidad del sector permitió afrontar la situación con eficacia. Esta experiencia nos reafirma en la importancia de seguir trabajando por una agricultura más preparada ante el cambio climático.

VF. En cuanto a la diversificación de cultivos, se habla del cultivo de kiwi como una alternativa emergente. ¿Qué balance hace del proyecto piloto en marcha?

FB. Estamos en una fase muy interesante del proyecto piloto del cultivo de kiwi.

Se trata de una iniciativa que estamos impulsando con prudencia pero con ambición, buscando modelos de producción viables en nuestra comarca. Las primeras pruebas son prometedoras y nos están permitiendo obtener información valiosa para evaluar su adaptación a nuestras condiciones. Este tipo de proyectos reflejan nuestra voluntad de innovar y buscar oportunidades sostenibles para el sector primario.

VF. ¿Qué características agroclimáticas diferencian a la Ribera

de otras zonas productoras de fruta dulce?

VF. Los Fondos de Transición Nuclear se presentan como una herramienta clave para el futuro de la Ribera d'Ebre. ¿Qué impacto prevén que tendrán en la comarca?

FB. Los Fondos de Transición Nuclear representan una oportunidad única para planificar el futuro de la Ribera d'Ebre con una visión a largo plazo. Desde el Consell Comarcal trabajamos para que estos recursos se traduzcan en proyectos transformadores, que diversifiquen la economía, generen empleo de calidad y permitan avanzar hacia un modelo más sostenible y resiliente.

Nuestra previsión es que, si se gestionan con criterio territorial y visión estratégica, tendrán un impacto muy positivo. Podrán reforzar sectores clave como la agricultura, mediante la modernización de infraestructuras y la incorporación de nuevas tecnologías, así como impulsar nuevas actividades vinculadas a la energía renovable, la digitalización o la economía verde. Es fundamental que estos fondos respondan a las verdaderas necesidades del territorio y cuenten con la participación activa de los agentes locales.

Estamos ante una oportunidad para asegurar un futuro próspero y justo para las generaciones presentes y futuras.

VF. Ribera d'Ebre Viva es un proyecto transversal para dinamizar la comarca. ¿Tiene implicaciones concretas en el ámbito de la fruta dulce?

FB. Sí, absolutamente. Ribera d'Ebre Viva nace con la vocación de articular el desarrollo socio-económico del territorio, y dentro de ese marco, la fruta dulce ocupa un lugar destacado. Se han desarrollado acciones de promoción del producto local, formación especializada para jóvenes agricultores, y líneas de trabajo vinculadas al turismo agroalimentario. También estamos trabajando para reforzar la conexión entre el sector agrario y otras actividades emergentes, como la digitalización o la economía circular.

VF. Por último, tras las lluvias de los últimos meses, las reservas de agua parecen haber mejorado. ¿Cómo ha afectado la sequía a la comarca y qué medidas están tomando para afrontar futuras situaciones similares?

FB. La sequía ha sido, sin duda, uno de los grandes retos recientes para nuestra agricultura. Aunque las últimas lluvias han traído un respiro, no podemos bajar la guardia. Desde el Consell trabajamos en la concienciación sobre el uso eficiente del agua, la modernización de regadíos y la colaboración con las comunidades de regantes y administraciones competentes. Estamos decididos a avanzar hacia una gestión hídrica más sostenible y resiliente, que garantice la actividad agraria sin comprometer los recursos del futuro.

d'Ebre de otras zonas productoras de fruta dulce?

FB. La Ribera d'Ebre goza de un clima mediterráneo interior, con inviernos fríos que favorecen el reposo vegetativo y veranos cálidos que permiten una maduración óptima de la fruta. Además, el relieve y la diversidad de microclimas dan lugar a una fruta de gran calidad y sabor diferenciado. Todo esto, unido al saber hacer de nuestros agricultores, convierte a nuestra comarca en



Descobreix la
Ribera d'Ebre a:
turismeriberaebre.org



Oficina y almacén: Ctra. C12 km 61-62, Mora la Nova (Tarragona)
Domicilio fiscal: C/ del sol 8, Tivissa (Tarragona) ESPAÑA
JOAN PERELLÓ CASADÓ
Tel. 629 20 10 78 - fruitesperelloinfo@gmail.com



JOAN PERELLÓ / Responsable de Fruites Perelló

“Estamos plantando variedades innovadoras que esperemos nos den buenos resultados”

Joan Perelló, responsable de Fruites Perelló, habla sobre diversos temas, en clave particular, como las diferentes acciones de sostenibilidad y, en clave general, como las incidencias climatológicas en el desarrollo de campaña de fruta de hueso de Ribera d'Ebre.

Valencia Fruits. Bajo la óptica de Fruites Perelló, ¿cómo está funcionando el inicio de campaña de fruta de hueso de Ribera d'Ebre?

Joan Perelló. De momento está siendo un inicio campaña complicado ya que la climatología no ha sido la mejor aliada con diferentes episodios de lluvias en época de floración que han causado un mal cuajado y con diferentes tormentas con granizo que han afectado algunas plantaciones de la Ribera d'Ebre.

A nivel de precios, en cambio, parece que se esté cotizando bien ya que el problema del cuajado es a nivel nacional de todas las zonas productoras.

VF. Seguimos a pie de campo, ¿en qué variedades focalizan su producción y qué calendario abastan?

JP. Estamos plantando variedades innovadoras que esperemos nos den buenos resultados. Todo apunta a que sí. Hablamos de unas variedades con unas determinadas características que se adaptan perfectamente a las exigencias del mercado.

En cuanto a calendario, intentamos que las variedades cubran desde mediados de mayo hasta finales de agosto para poder tener una campaña seguida y larga.

VF. Parece que se ha pasado de sequía a disponer de suficientes reservas de aguas, ¿qué medidas toma al respecto?

JP. Nosotros aunque la sequía ya esté más controlada por los episodios de lluvias desde el pasado marzo que han incrementado las reservas de agua, en Fruites Perelló continuamos con nuestros recursos para ahorrar el máximo en agua.

Hablamos de nuestra línea de trabajo de desarrollar acciones en términos de sostenibilidad



Joan Perelló a pie de campo de unas de sus plantaciones en Ribera d'Ebre. / ÓO

como, por ejemplo, minimizar la huella de carbono; trituradoras con evacuación de rama del triturado en medio de los árboles para obtener materia orgánica vegetal al suelo y reducir los tratamientos con herbicidas, abono orgánico; o la mencionada a pie de campo para minimizar el consumo de agua por medio de bacteria beneficiosas para las plantas y con el aporte del mulching en la interfila para evitar la evaporación por el sol.

VF. ¿A qué mercados destina su fruta? ¿Local, exportador? ¿Qué países?

JP. Tenemos clientes en el mercado nacional y exportador. Nosotros exportamos principalmente a Italia e Inglaterra.

VF. Objetivos para el presente curso...

JP. En la línea de los últimos años. Nuestros objetivos se centran en continuar luchando para obtener una fruta buena de comer, es decir, que no sólo sea bo-

nita por fuera; cualidad que hoy en día es difícil de encontrar y que nuestros clientes sigan apostando por nosotros.

VF. Bajo su experiencia, ¿ingredientes de una campaña de éxito?

JP. No sé exactamente la fórmula mágica, aunque sí diría que el tiempo es muy importante para la agricultura. Es el ingrediente principal que influye en casi todo: en la cantidad de fruta, tanto a nivel nacional como internacional; en sus características, calibre, sabor; en su consumo en destino, a más calor más consumo... Y todo ello en su conjunto mueve los precios del mercado.

También es muy importante escoger unas buenas variedades que se adapten bien a las condiciones agroclimáticas de cada zona productora, den buen calibre y sean buenas para comer, adaptándose a la demanda del cliente.



Alex Paula en la pasada edición Fruit Attraction. / ÓSCAR ORTEGA

ALEX PAULA / Coordinador comercial de Grup Fruiter de Benissanet

“Estamos abriendo nuevas vías de trabajo con nuevos clientes y productos”

Después de sus primeros meses en el cargo, Alex Paula, coordinador comercial de Grup Fruiter de Benissanet, comenta sus impresiones. En la entrevista Paula también analiza, entre otros temas, las incidencias de campaña de fruta de hueso de la zona productora de Ribera d'Ebre, la tendencia varietal y su participación en Fruit Attraction.

Valencia Fruits. Algo más de medio año en el cargo. ¿Una valoración de la parte comercial de Grup Fruiter de Benissanet?

Alex Paula. Desde el punto de vista comercial estamos abriendo nuevas vías de trabajo con nuevos clientes así como nuevos productos. Y siempre centrados en mejorar la calidad.

VF. ¿Qué le ha sorprendido más positivamente?

AP. En especial, la confianza que tienen depositada en nosotros los clientes habituales.

VF. En fruta de hueso, ¿con qué producción cuenta este año?

AP. Contamos con alrededor del mismo volumen de producción que la campaña anterior aunque sí es cierto que el cuajado ha sido menor y las abundantes lluvias de invierno han afectado positivamente al campo de una forma que el riego no puede suplir, y tanto el calibre como la calidad van a ser mejores y compensarán la pérdida de número de frutos.

VF. Hablando de lluvias, ¿cómo han afectado las diferentes inclemencias meteorológicas?

AP. Nos afectó el granizo en una zona muy pequeña donde fue catastrófico para algunos productores, pero a nivel de cooperativa la bajada de producción no ha sido relevante. El resto de meteorología ha sido positiva en general.

VF. Siguiendo a pie de campo, ¿cuál es la tendencia varietal?

AP. La tendencia es suministrar a nuestros clientes durante el mayor tiempo posible de campaña, de una forma regular y con variedades de buen sabor y color, pero con un largo período de consumo después de la recolección.

VF. ¿A qué mercados destina la oferta de fruta de hueso de Grup Fruiter de Benissanet?

AP. Repartimos el destino de nuestra producción de fruta de hueso tanto a mercado nacional como a diferentes países de Europa.

VF. ¿Distintos mercados, distintas demandas?

AP. Aunque en términos generales la demanda es parecida, en algunos países prefieren calibres grandes y en otros, pequeños. Ahí interviene tanto la cultura de consumo de cada país como el manejo comercial que se hace de la fruta en destino.

VF. ¿Qué objetivos se plantean para este ejercicio?

AP. Nuestro objetivo es mejorar los procesos de producción en campo y en el manejo en nuestra central frutícola para ser más eficientes y servir al cliente un producto de mejor calidad, recogido más en su punto óptimo, más fresco, con mejor sabor y con mayor vida útil.

VF. Un año más, ¿acudirán a Fruit Attraction? ¿Por qué?

AP. Sí. Parece una inversión considerable para una empresa pequeña como la nuestra aunque siempre obtenemos nuevos contactos y si al final establecemos buenos vínculos comerciales con alguno de ellos, ya merece la pena.

WWW.VIVEROSEBRO.ES

EXCLUSIVA en variedades SMS



CEREZA - MELOCOTONERO - NECTARINA - ALBARICOQUE - CIRUELO - ALMENDRO



Viveros EBRO



VIVEROS:
Afueras "Partida Tulieses" s/n • 43747 MIRAVET (Tarragona)
(+34) 977 407 278 • frutales@viverosebro.es
(+34) 977 400 324 • marga@viverosebro.es

ANDREU Y ENRIC MINISTRAL / Gerentes de Fruites Gozalbo
LI DOMÈNECH / Directora comercial de Fruites Gozalbo

“Ribera d'Ebre sigue siendo una zona perfecta para el cultivo especializado de fruta de hueso”

Las afectaciones de efectos climáticos en la producción y comercialización en la campaña de fruta de hueso de Ribera d'Ebre, el desarrollo de marcas propias y objetivos de esta empresa familiar son algunos de los temas que tratan Andreu y Enric Ministral y Li Domènech, gerentes y directora comercial de Fruites Gozalbo, en esta entrevista.

Valencia Fruits. Cerezas, albaricoques, melocotones, paraquayos... ¿qué esperan de esta campaña de su producción en Ribera d'Ebre?

Andreu Ministral. Este año nos encontramos ante una campaña especial puesto que la producción es buena y los mercados encuentran a faltar producto de países como Grecia y Turquía por culpa de los diferentes episodios de heladas y granizos.

VF. Siguiendo con la producción y al hilo de los efectos climáticos, ¿cómo ha afectado a sus plantaciones los diferentes episodios de lluvia y granizo?

AM. Como comentábamos en la pregunta anterior, el granizo nos ha respetado aunque sí ha habido muchas fincas afectadas; circunstancia que es un problema tanto por el producto como por las propias fincas.

VF. Ustedes cuentan con parcelas en Mercagirona. En su abanico de oferta, ¿qué supone disponer de producción propia de fruta?

Li Domènech. Intentamos cada año poder introducir más productos propios, ya sea producidos por nosotros como conjuntamente con nuestros proveedores.

El hecho de disponer de marcas propias da mucha seguridad a nuestro cliente que, a la vez, nos obliga a tener todo el ciclo cerrado desde el campo hasta nuestro cliente. Hablamos de Sugo, L'Horta de Gozalbo...

VF. Y en el caso concreto de la fruta procedente de Ribera d'Ebre, ¿su cliente valora esa procedencia?

LD. Hace 30 años los productos de la Ribera d'Ebre eran productos precoces; en cambio, hoy en día se ha variado la precocidad por la especialidad. Es decir, determinados productos tienden a ir desapareciendo y, por el contrario, otros cogen



Andreu Mistral, gerente de Frutas Gozalbo. / ÓSCAR ORTEGA



Enric Mistral, gerente de Frutas Gozalbo. / ÓSCAR ORTEGA



Li Domènech, directora comercial de Frutas Gozalbo. / ÓSCAR ORTEGA

“El hecho de disponer de marcas propias da mucha seguridad a nuestro cliente”

mentan la oferta bajo su comercialización. El año pasado incorporaron variedades de tomate de ensalada. Una valoración...

Enric Ministral. Podríamos decir que hoy día la función de comercialización en base a ser mayoristas es más ser un referente en distribución, regularidad y manteniendo siempre el nivel máximo de calidad.

VF. También disponen de centros logísticos en Girona y Mercabarna. Para Fruites Gozalbo, ¿qué supone contar con estas infraestructuras?

EM. Con el paso de los años y la evolución del negocio, la logística también ha experimentado un gran cambio.

Antiguamente un camión tenía dos o tres descargas y hoy día las descargas se han duplicado, resultando más incómodo y lento en la recepción. Por ello, disponemos de centro logístico en Mercabarna y Perpignan que nos permiten dar un servicio ideal a nuestros clientes y proveedores con descarga y sin romper la cadena del frío del producto.

Con la suma de nuestra infraestructura con centros de producción y logística repartidos por Mercagirona, Mercabarna, Miravet, Perpignan... potenciamos nuestra definición de empresa de servicio.

VF. ¿Qué objetivos se plantea para este ejercicio?

AM. Seguimos manteniendo el objetivo de crecer en la distribución, manteniendo el objetivo de mimar el Km 0, puesto que nuestro cliente así lo demanda. Y siempre con la máxima exigencia de calidad y precio estable.

Si bien es normal que disfrutemos de poder tener frutas durante todo el año cabe recordar que nada es mejor que una buena fruta tomada recién cortada y en su punto perfecto de maduración, ejemplo de una óptima fruta de Km 0.

VF. Y para acabar, ¿cómo presentaría Fruites Gozalbo a un operador?

LD. Hoy día hay suficiente información en las redes sociales de todas las empresas y casi, podemos decir, que no falta la presentación.

En pocas palabras podemos definirnos como una empresa familiar con un gran equipo de trabajadores que pensamos que somos una muy buena solución para cualquier proveedor/distribuidor.

“Con el paso de los años, la logística ha experimentado un gran cambio”

“Mantenemos el compromiso de crecer en distribución, manteniendo el objetivo de mimar el Km 0”

mucha fuerza puesto que la comarca de Ribera d'Ebre sigue siendo una zona perfecta para el cultivo especializado de fruta de hueso.

VF. Seguimos en el plano comercial. No sólo cuentan con marcas propias, sino que incre-

PAMPOLS
PACKAGING INTEGRAL

900 401 777
www.pampols.es

**El mejor packaging
para sus cerezas**



JACOB MARSAL / Director de investigación de Viveros Ebro

“Estamos a punto de sacar al mercado Nipama, una nueva variedad de cereza precoz”

Jacob Marsal, director de investigación de Viveros Ebro, reflexiona en esta entrevista sobre el inicio de campaña de cereza de Ribera d'Ebre y aborda diferentes aspectos de su faceta viverista como su campo de experimentación propio y el asesoramiento constante a los clientes.

Valencia Fruits. Como productor de cereza, ¿una previsión de campaña en la zona de Ribera d'Ebre?

Jacob Marsal. De momento parece que se mantienen los buenos precios. Supongo que las grandes heladas primaverales en Turquía y diversas inclemencias climáticas negativas en diferentes zonas productoras han mermado la cantidad de fruta en el mercado y, en consecuencia, los precios son óptimos. Esperemos que esta dinámica positiva también se mantenga durante el resto del transcurso de la campaña.

VF. ¿Qué ofrece la cereza de Ribera d'Ebre frente a otras zonas productoras?

JM. Aquí, en la zona productora de Ribera d'Ebre, siempre disfrutamos de un clima excelente para las variedades precoces, con un reposo hibernal suficiente para la mayoría de variedades de cereza que permite que la planta inicie su brotación sin sufrir estrés.

VF. Pasemos a su otra línea de negocio: viveristas. Y ampliamos a otras frutas. ¿Qué demandan sus clientes?

JM. Dentro de la categoría de fruta de hueso notamos un aumento en las plantaciones de cerezo. Cabe decir que muchas no son nuevas plantaciones sino renovaciones de antiguas. Entonces en estas replantaciones es imperativo utilizar un patrón más resistente como, por ejemplo, Mariana.

Melocotón, nectarina y paraquayo siguen siendo los principales cultivos de fruta de hueso.

VF. ¿Por qué trabajan con diferentes programas? En su conjunto, ¿qué ofrecen?

JM. Es importante disponer de buenas variedades y, para ello, en el caso de las variedades protegidas debemos disponer de las licencias de experimentación y multiplicación de cada obtentor para poder suministrar plantas al cliente. En Viveros Ebro tra-



Jacob Marsal, director de investigación de Viveros Ebro, a pie de campo. / ARCHIVO

“En Ribera d'Ebre siempre disfrutamos de un clima excelente para las variedades precoces”

“No perdemos la esencia de empresa familiar después de más de 50 años”

bajamos con diversos obtentores como, por ejemplo, IPS, Summerland y SMS. Con estos programas podemos ofrecer diferentes va-

azúcar, productividad y calibre. En el terreno de los portainjertos, la finalidad es mejorar el portainjerto para que cada agricultor pueda contar con plantas más resistentes y adaptadas a las condiciones de cada campo de explotación y, de esta manera, conseguir un rendimiento óptimo de la planta.

VF. Bajo su experiencia y conocimiento como viverista, ¿hacia dónde se decanta las plantaciones de fruta?

JM. Estamos a punto de sacar al mercado Nipama, una nueva variedad de cereza precoz Californiana que se caracteriza por su gran calibre, coloración 100%, muy dura y adaptación a zonas sin reposo hibernal. En España aún no hemos visto su fruta aunque en Chile y en California hace años donde se observa un comportamiento espectacular con gran productividad. De hecho, en la próxima campaña esperamos ya ver esta fruta en la península. En términos genera-

“Desde siempre la cereza de la Ribera d'Ebre, se ha caracterizado por su precocidad y calidad”

les la idea es encontrar aquellas variedades que mejoren las propiedades organolépticas actuales y que mejor se adapten a las necesidades de cada productor y, obviamente, aceptadas por el mercado. Para ello es fundamental probar y contrastar esas nuevas variedades.

En esta línea de trabajo, en Viveros Ebro disponemos de campo de experimentación propio, para nosotros “la colección”, que nos permite probar y testar el buen funcionamiento de las nuevas genéticas y contrastar los aspectos de cada una de variedades con las ya existentes.

VF. ¿Qué objetivos se plantea para esta campaña?

JM. Seguimos la misma idea durante los últimos años, que no es otra que mejorar.

No perdemos la esencia de empresa familiar después de una trayectoria de más de 50 años. Contamos con un equipo de excelentes profesionales con un gran bagaje de conocimiento e investigación que transmitimos a nuestros clientes. En este sentido, el asesoramiento cobra un gran valor añadido porque orientamos desde antes de la plantación y durante toda la vida de esa plantación: elección de portainjerto, variedad que mejor se adapte, poda, formación... En definitiva, asesoramos a cada cliente según sus necesidades específicas.



Una imagen de la nueva variedad de cereza Nipama. / ARCHIVO



GOZALBO



www.gozalbo.com

39
Aniversario





“Ribera en Flor” es una iniciativa que permite a los visitantes y a la población de la comarca disfrutar de la floración de los árboles frutales. / ÓSCAR ORTEGA

La iniciativa “Ribera en Flor” permite a los visitantes y a la población de la comarca descubrir el paisaje, con la floración de los árboles frutales como principal protagonista, la gastronomía y el patrimonio cultural e histórico que ofrece la comarca de Ribera d'Ebre.

En la edición de este año 2025, que empezó su andadura el pasado mes de febrero, se organizaron 21 experiencias turísticas guiadas, 3 más que la pasada edición, repartidas por 13 pueblos de la comarca de la Ribera d'Ebre, uno más: Vinebre, Ascó, Benissanet, Flix, García, Ginestar, Palma d'Ebre, Tivissa, Serra d'Almos, Miravet, Móra la Nova, Riba-roja d'Ebre y Móra d'Ebre.

Durante los primeros meses de la primavera, la Ribera d'Ebre se transforma en un auténtico mar de colores gracias a la floración. Esta comarca es la primera gran zona de Cataluña con cultivos de fruta dulce que saca flor, convirtiendo su paisaje en una experiencia visual y sensorial única. Las fechas primaverales de “Ribera en Flor” son ideales para gozar del espectáculo cromático que presentan los campos de la comarca. Es una actividad para todos los gustos, muy diversa y apta para todos los públicos.

La mayoría de propuestas están vinculadas al producto local o elementos patrimoniales con actividades muy diversas, desde propuestas que combinan catas de productos o degustaciones en restaurantes, a algunas opciones diferentes como un taller literario, un taller de flores o paseos en carro, en bicicleta o a pie.

■ ESPECTÁCULO CROMÁTICO

Durante la presentación, que tuvo lugar el pasado febrero en un campo de melocotoneros floridos de Benissanet, la vicepresidenta del Consell Comarcal y alcaldesa de Benissanet, Núria Morera, la consejera de Turismo, Comercio y Producto Local, Vanessa Serrano, y la técnica comarcal de Turismo, Mònica Sabaté, junto con representantes de ayuntamientos, empresas y entidades organizadoras, invitaron a todo el mundo a visitar la Ribera d'Ebre para disfrutar del espectáculo cromático de los campos.

Núria Morera destacó que “hace años que promocionamos nuestro paisaje y el sector agroalimentario para dar a conocer la Ribera en Flor. Animamos a todo el mundo a visitar la comarca durante las próximas tres semanas para disfrutar de este espectáculo natural y ayu-

Nueva edición de la campaña turística “Ribera en Flor”

Esta iniciativa tiene como objetivo dar a conocer el patrimonio paisajístico, gastronómico, histórico y cultural a través de visitar campos en floración de los árboles frutales

darnos a situar la Ribera d'Ebre al mapa de Cataluña, del Estado y más allá”. Además, aprovechó para recordar la importancia de respetar los campos, los regadíos y de no arrancar flores ni ramas de los árboles.

■ ESCAPARATE

Por su parte, la consejera Vanessa Serrano remarcó que esta campaña marca el inicio

de la temporada turística en la comarca. “La Ribera d'Ebre se viste de gala con las flores rosas y blancas de los árboles frutales, convirtiéndose en un escaparate que invita turistas y visitantes de todas partes a descubrir nuestro territorio”, indicó la consejera.

Serrano explicó que las experiencias han sido organizadas tanto por agentes públicos como

privados e incluyen actividades variadas para todos los públicos, vinculando la floración con los productos locales, la cultura, el deporte y el patrimonio histórico, entre otros.

Finalmente, la técnica del Consejo Comarcal, Mònica Sabaté, detalló que las 21 experiencias se dividen en 17 propuestas, puesto que algunas actividades se llevan a cabo dentro de un

Con “Ribera en Flor” se goza del espectáculo cromático de los campos de la comarca

El Consejo Comarcal prevé superar los más de 1.200 participantes del año pasado

mismo espacio. “Estas propuestas se desarrollarán en los 13 municipios de la comarca y han sido organizadas por entidades, ayuntamientos y empresas vinculadas a los sectores turístico y agroalimentario, ofreciendo a los visitantes una oportunidad única para descubrir tanto el entorno como los productos locales”, explicó. El Consejo Comarcal espera igualar o superar los más de 1.200 participantes del año pasado. Las actividades, aptas para todos los públicos, incluyen desde rutas guiadas hasta degustaciones y talleres.

Montfruits

EXPORTADORES DE FRUTAS

Melocotón • Nectarina • Cerezas • Clementinas • Naranjas

Almacén Central en Santa Bàrbara

Ctra. Comarcal 331, km.17,800 • 43517 TORTOSA (Tarragona) • Tel. 977 71 92 71 • Fax: 977 71 94 80
E-mail: info@montfruits.com • www.montfruits.com

Almacén en Benissanet

Ctra. Mora s/n • 43747 BENISSANET (Tarragona) • Tel.: 977 40 76 43

Este año, somos un



LIMÓN

valencia
fruits
Suplementos
JUNIO 2025

Suplemento
patrocinado por





El sector del limón y pomelo está bien estructurado alrededor de su interprofesional Ailimpo, desarrollando con normalidad las funciones de una interprofesional. / AILIMPO

Por qué los limones son los cítricos más rentables

► **PACO BORRÁS (*)**
Hacer esta afirmación puede parecer ciertamente algo temerario, por lo que intentaré aportar algunos datos que lo justifiquen. En primer lugar, quiero especificar que esta afirmación la debo acotar en el tiempo al actual siglo XXI.

Partiendo de la base que los citricultores se mueven también por los resultados, hay un dato que nos puede indicar si esta afirmación va bien encaminada, y es observar la evolución de las hectáreas de cítricos en los últimos años (ver tabla 1).

Teniendo en cuenta que el principal mercado de nuestros cítricos es la exportación y que las ventas del mercado interior en fresco van totalmente en consonancia con estas, es interesante observar cuál ha sido la evolución de las cuatro familias de cítricos a lo largo de las últimas décadas, tanto en términos de toneladas como de valor económico en euros (ver tabla 2).

Y aunque indudablemente a nivel de consumo es mucho más elevado el de los cítricos dulces que los otros cítricos, sin embargo, vemos que en los últimos quince años se ha producido un cambio importante ya que en términos de toneladas los limones en particular han pasado de representar el 12,71% a principios del actual siglo y en estos momentos representan el 19,89% en el último quinquenio.

Si observamos este mismo cuadro, pero en términos económicos, las cifras son las que se aprecian en la tabla 3.

Hasta los primeros años de este siglo, el peso económico de las exportaciones de los cítricos dulces era superior al 85% y en estos momentos es del 75%.

Si observamos ahora la evolución de los precios anuales de los tres primeros grupos con una visión de los últimos 30 años te-

nemos el resultado que se ve en la gráfica 1.

En la gráfica observamos que hay claramente tres periodos:

- Desde 1995 a 2007. Los precios de los limones se mantienen pegados a las de las naranjas y claramente por debajo de las mandarinas.
- Entre 2008 y 2013. Empiezan a alejarse de las naranjas claramente por encima y superan algunos años a las mandarinas.
- A partir de 2014, donde casi todos los años superan netamente a los dos cítricos dulces.

A lo largo de los últimos años, el precio de exportación del limón ha seguido una tendencia ascendente, aunque con picos de subidas y bajadas

En este punto es interesante resaltar que en los precios de las mandarinas han jugado un papel decisivo en la media de sus exportaciones la aparición en los últimos años de las mandarinas club Nadorcott, Tango y Orri. Y esto es relevante porque a la hora de analizar la rentabilidad para el citricultor debemos tener en cuenta que en estas variedades al trasladar el resultado de la comercialización al neto por hectárea que recibe el productor estas variedades tienen *royalties*, tanto iniciales, que hay que amortizar, como anuales, mientras que la inmensa mayoría de los limones no tiene este gasto.

Además, debemos también valorar que los gastos de cultivo, recolección y manipulación de

(Pasa a la página 4)

Hectáreas de cítricos en España					
	Producción	Importación	Exportación	% Imp/Prod.	% Exp/Prod.
Naranjas	153.631	145.306	140.786	143.999	-6,27%
Mandarinas	120.256	111.467	104.496	97.525	-18,90%
Limones	40.801	38.363	48.196	52.119	27,74%
Pomelos	1.851	1.976	2.628	3.244	75,26%
TOTAL	110.543	220.361	141.793	199,34%	128,27%

Tabla 1. Fuente: Anuarios Ministerio de Agricultura.

Exportación de cítricos en volumen de toneladas						
	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010-2014	2015-2019	2020-2024
Naranjas	1.332.166	1.472.947	1.350.597	1.626.178	1.676.474	1.441.762
Mandarinas	1.234.270	1.368.382	1.564.027	1.603.941	1.439.205	1.221.746
Pomelos	22.454	30.103	36.956	51.437	60.252	68.262
Limones	437.322	529.394	429.745	526.999	643.097	678.397
Total Export Cítricos	3.026.212	3.400.827	3.381.324	3.808.555	3.819.028	3.410.167

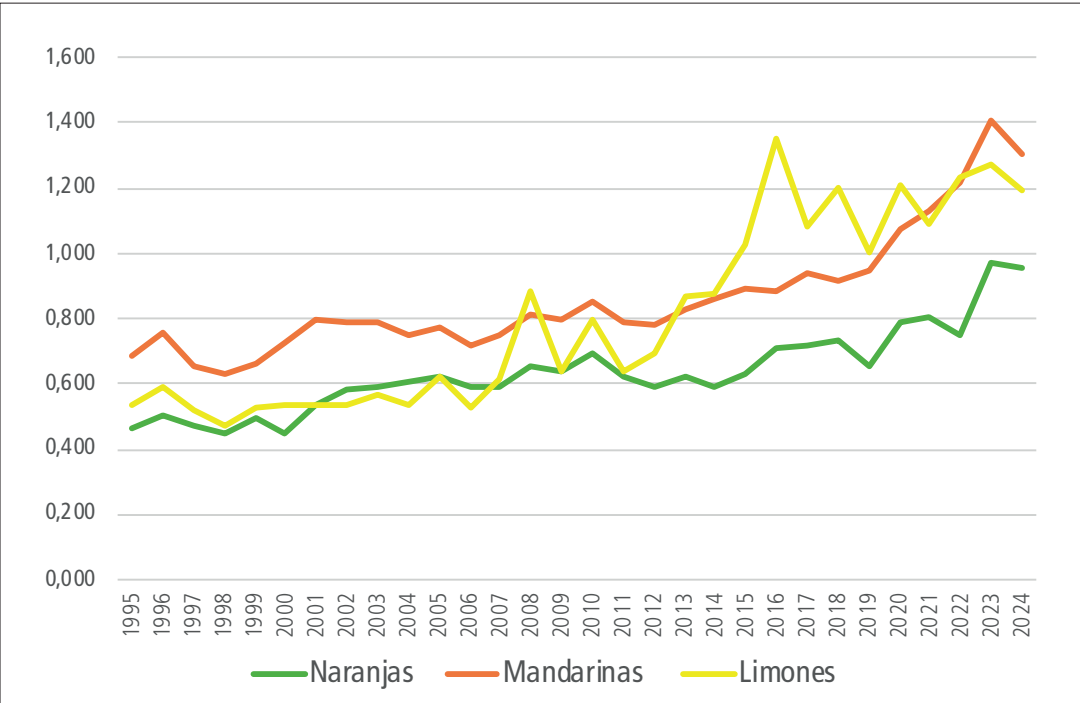
Peso de las diferentes familias sobre el total						
	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010-2014	2015-2019	2020-2024
Naranjas	44,02%	43,31%	39,94%	42,70%	43,90%	42,28%
Mandarinas	40,79%	40,24%	46,25%	42,11%	37,69%	35,83%
Pomelos	0,74%	0,89%	1,09%	1,35%	1,58%	2,00%
Limones	14,45%	15,57%	12,71%	13,84%	16,84%	19,89%

Agrupación por tipología						
	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010-2014	2015-2019	2020-2024
Cítricos Dulces	84,81%	83,55%	86,20%	84,81%	81,58%	78,10%
Otros Cítricos	15,19%	16,45%	13,80%	15,19%	18,42%	21,90%

Tabla 2. Fuente: Datacomex.

Hectáreas de cítricos en España						
	1995-1999	2000-2004	2005-2009	2010-2014	2015-2019	2020-2024
Cítricos Dulces	153.631	145.306	140.786	143.999	-6,27%	-6,27%
Otros Cítricos	120.256	111.467	104.496	97.525	-18,90%	-18,90%

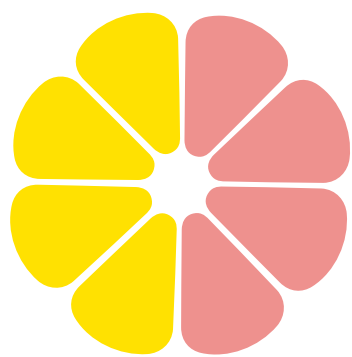
Tabla 3. Fuente: Datacomex.



Gráfica 1. Precios anuales de exportación de naranjas, mandarinas y limones. / FUENTE: DATACOMEX



MUCHO MÁS QUE CÍTRICOS



ailimpo

Asociación
Interprofesional de
Limón y Pomelo

“Por qué...”

(Viene de la página 2)

las mandarinas son claramente superiores a los de los limones, por lo que podemos afirmar con bastante certeza que en los rendimientos medios por hectárea de los últimos años los limones salen ganando.

POR QUÉ SE DA ESTA SITUACIÓN

Aunque estudios con más profundidad que un artículo de divulgación como este pueden poner sobre la mesa más cuestiones, desde mi punto de vista hay razones claves que explican esta situación del limón en España.

Así, el consumo de cítricos en España, según el panel de consumo en los hogares del Ministerio de Agricultura es el que se aprecia en la tabla 4.

Como vemos, la bajada de consumo de frutas frescas es grande, pero lo es mucho más la bajada en naranjas. Las mandarinas se mantienen con una cierta tendencia a la baja. Y aunque los limones han bajado en los últimos años, el consumo de limones fuera del hogar es el más alto por su peso en Horeca y en la restauración en general. Según las estimaciones globales en España el consumo de limones se mantiene en 175.000 toneladas los últimos años, lo que implica un consumo per cápita en España por encima de los 3 kilos al sumar a los hogares el canal Horeca.

Pero, si analizamos lo que ha pasado con los cítricos en Europa y a nivel mundial, vemos que las exportaciones de limones han subido en los últimos años, mientras que en naranjas ha bajado, tanto en Europa como a nivel mundial, mientras que las mandarinas crecen ligeramente en Europa y en el mundo. La imagen (gráfica 2) de la evolución porcentual de las exportaciones en el comercio mundial de cítricos nos lo muestra.

Y no hay que olvidar que el sector otros cítricos, limones y pomelos, está bien estructurado alrededor de su interprofesional Ailimpo, desarrollando con normalidad las funciones de una interprofesional, promoción, seguimiento de la producción española, información mensual de la comercialización propia y de otros países, negociando calendarios con el hemisferio sur y un largo etcétera de actividades de vertebración del sector.



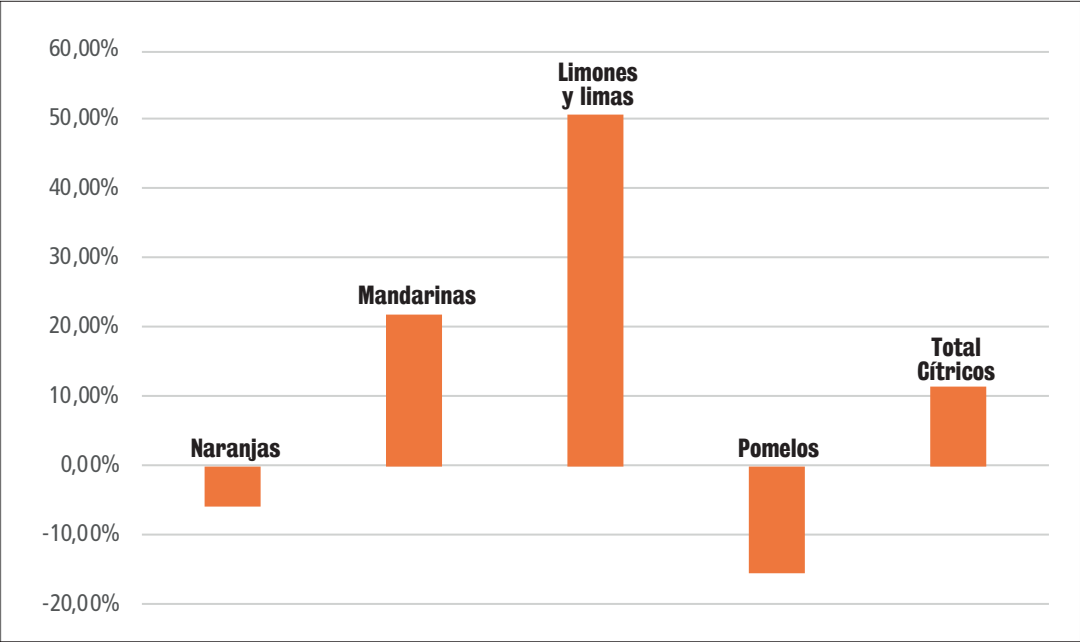
El consumo de limones fuera del hogar es el más alto por su peso en Horeca y en la restauración en general. / ARCHIVO

En España el consumo de limones se mantiene en 175.000 toneladas los últimos años, lo que implica un consumo per cápita en España por encima de los 3 kilos al sumar a los hogares el canal Horeca

sional Ailimpo, desarrollando con normalidad las funciones de una interprofesional, promoción, seguimiento de la producción española, información mensual de la comercialización propia y de otros países, negociando calendarios con el hemisferio sur y un largo etcétera de actividades de vertebración del sector.

En definitiva, aunque a nivel mundial el limón ha vivido unos años con el viento de cola, los citricultores españoles de limón además han mantenido una buena interprofesional activa cumpliendo, sencillamente, las funciones para lo que se creó.

(*) Consultor hortofrutícola



Gráfica 2. Evolución de las exportaciones mundiales de cítricos en la década 2024-2023. / FUENTE: FAOSTAT

Consumo de cítricos en España										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Frutas frescas	99,18	99,54	92,45	90,78	90,91	99,74	91,80	80,67	78,51	79,38
Naranjas	20,52	19,59	17,82	17,09	16,26	17,35	15,10	13,65	11,56	10,62
Mandarinas	6,43	6,26	5,62	5,69	5,83	6,38	5,87	5,77	5,06	5,82
Limones	2,45	2,42	2,54	2,38	2,29	2,74	2,31	2,08	1,81	1,87

Tabla 4. Fuente: Ministerio de Agricultura. Panel de consumo en los hogares

Luz verde a la nueva extensión de norma para el limón y el pomelo

Ailimpo desarrollará acciones de comunicación y promoción dirigidas a la defensa fitosanitaria, lucha de plagas y mejora de la cadena de valor

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. El pleno del Consejo General de la OIA (Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias), órgano colegiado adscrito al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, informó favorablemente el pasado 29 de mayo sobre la solicitud de extensión de norma presentada por la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (Ailimpo).

Con esta extensión, Ailimpo tiene previsto desarrollar, durante el periodo comprendido entre el 16 de junio de 2025 y el 15 de junio de 2030, diversas actividades dirigidas a la promoción e información de este sector. La distribución de los recursos económicos será de entre un 50 por

La distribución de los recursos será de entre un 50 y un 70% para la defensa fitosanitaria y control de plagas; entre un 10 por ciento y un 30% para acciones de comunicación y promoción sectorial; y entre un 5% y un 20% para proyectos de I+D

ciento y un 70 por ciento para la defensa fitosanitaria y control de plagas; entre un 10 por ciento y un 30% para acciones de comunicación y promoción sectorial; y entre un 5% y un 20% para proyectos de investigación, desarrollo e innovación y optimizar la cadena de valor.

El pleno de la OIA, presidido por la secretaria general de

Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria, Ana Rodríguez, está compuesto por representantes de la Administración General del Estado, así como las comunidades autónomas, las organizaciones profesionales agrarias, cooperativas agrarias y pesqueras y las representativas de la industria, el comercio agroalimentario y los consumidores.



El periodo de actividades será del 16 de junio de 2025 al 15 de junio de 2030. / ARCHIVO

75 años dando fruto.

Exportamos limones y pomelos al mundo con la misma frescura con la que empezamos. Tradición que se moderniza. Calidad intacta.

Naturalmente, desde 1950.





El objetivo del proyecto es fomentar mejores prácticas agrícolas, con énfasis en el control fitosanitario eficiente y responsable. / AILIMPO

Las AGEFIs, agrupaciones para la gestión fitosanitaria sostenible en limón y pomelo

► **AILIMPO.** El proyecto estrella de Ailimpo para los próximos años ya tiene nombre, se trata de las AGEFIs (Agrupación para la Gestión Fitosanitaria Sostenible en el Limón) que tienen como objetivo fomentar, entre los productores, mejores prácticas agrícolas, con énfasis en el control fitosanitario eficiente y responsable. Así, se trata de ayudar a los agricultores para que realicen una gestión más efectiva de las diferentes herramientas para el control fitosanitario, promoviendo la sostenibilidad ambiental y el cumplimiento de la normativa legal vigente. A través de la AGEFIs, se realiza el monitoreo continuo de plagas y enfermedades en una serie de fincas de limonero y pomelo para la detección temprana de plagas y enfermedades y así reducir los daños de los cultivos, hacer un uso más eficiente de los productos fitosanitarios y, en definitiva, mejorar la rentabilidad de las explotaciones.

Esta iniciativa abarca zonas productoras clave de producción de limón en la Región de Murcia, ofreciendo un enfoque adaptado a diversas condiciones agroclimáticas. El proyecto lo ejecuta y coordina Ailimpo y ha estado financiado por la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia en la campaña 2024/25 a modo de proyecto piloto. A partir de la campaña 2025/26 el proyecto se escalará y contará con más de 100 estaciones de monitoreo financiadas a través de la nueva Extensión de Norma de Ailimpo, lo que permitirá un contacto directo con los productores.

El proyecto piloto AGEFIs es pionero en España, y pretende ser un modelo transformador de la forma de producir cítricos, en particular del cultivo del limón y pomelo, mediante la implementación de prácticas agrícolas sostenibles. Su objetivo primordial es facilitar la gestión eficiente de los recursos fitosanitarios, lo que se traduce en una reducción significativa del uso de productos químicos y en una mejora en la calidad ambiental.

Una de las principales características de la AGEFIs es la red de estaciones de monitoreo que permite la detección temprana de plagas y enfermedades en los cultivos. De esta forma, los productores reciben datos precisos y actualizados sobre el estado de sus cultivos, lo que facilita la toma de decisiones informadas sobre los momentos en los que realizar los tratamientos, optimizando el uso de fitosanitarios y reduciendo gastos innecesarios.

La información obtenida del seguimiento, que se difunde a través de boletines semanales que publicamos en Ailimpo, es de utilidad no sólo para los productores de las fincas colaboradoras, sino también para todos los agricultores cuyas fincas se encuentren en las inmediaciones de dichas estaciones de monitoreo.

Así, se lleva a cabo un seguimiento de todas las plagas comunes, entre las que se encuentran el piojo blanco (*Aspidiotus nerii*), el piojo rojo de California (*Aonidiella aurantii*), la mosca de la

El modelo de las AGEFIs representa un avance en la forma en que se gestionan las plantaciones de limoneros, dirigiendo al sector hacia una agricultura más profesional, responsable y sostenible

fruta (*Ceratitis capitata*), el coto-net (*Planococcus citri*), Polilla del limonero (*Prays citri*), las diferentes especies de ácaros, los trips (especialmente *Scirtothrips*), etc.

En cuanto a las enfermedades fúngicas, se presta especial atención a la *Phytophthora spp.*, tanto por los problemas de aguado como de podredumbre del cuello, y al mal seco de los cítricos, dos problemas comunes que afectan la salud de los árboles de limón.

Por otro lado, para evitar la introducción de nuevas plagas y enfermedades a las zonas cítricas, también se realiza un seguimiento de las plagas cuarentenarias como el caso de los vectores de HLB o *Thaumatococcus leucocotreta*, así como el control visual de la posible aparición de determinadas enfermedades que en la actualidad no existen en la citricultura española. Una detección temprana de nuevas plagas y enfermedades es crucial para delimitar las zonas a las que pudieran afectar para evitar su expansión y llevar a cabo medidas de erradicación.

Además del seguimiento de plagas y enfermedades, a través de la AGEFIs se están realizando una serie de ensayos con diferentes empresas del sector con el objetivo de encontrar soluciones, principalmente de control biológico, para el control de los *Scirtothrips spp.*

Como conclusión, el modelo de las AGEFIs representa un avance en la forma en que se gestionan las plantaciones de limoneros, dirigiendo nuestro sector hacia una agricultura más profesional, responsable y sostenible.



Visionary Engineering

El futuro del análisis de calidad de la fruta

Nuestros sistemas de calidad con IA mejoran la precisión y agiliza los ajustes en la detección de defectos en frutas.



Optimización inteligente



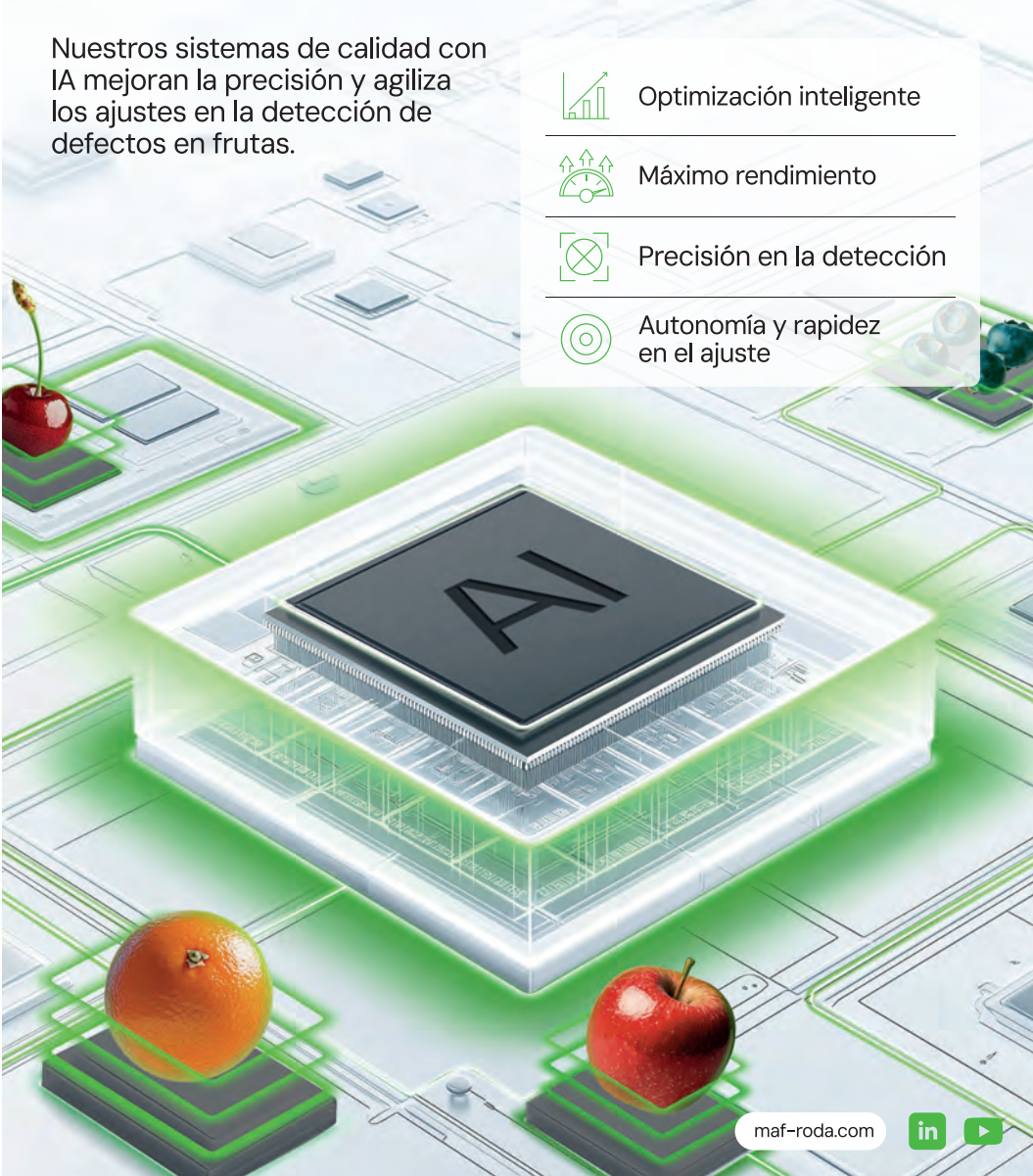
Máximo rendimiento



Precisión en la detección



Autonomía y rapidez en el ajuste



maf-roda.com



En la imagen, Paco García Díaz, técnico de la AGEFIs. / AILIMPO

La Región + Eco de Europa



Región  de Murcia

Evolución de la superficie de limón en España (ha)			
CAMPAÑAS	Fino	Verna	TOTAL LIMÓN
2014	24.054	13.444	37.498
2015	24.736	13.627	38.363
2016	25.455	15.644	41.099
2017	26.343	16.164	42.507
2018	28.487	17.345	45.832
2019	29.437	17.247	46.684
2020	29.993	18.203	48.196
2021	30.546	19.866	50.412
2022	32.272	19.847	52.119
2023	31.945	19.392	51.337
2024	31.635	18.924	50.559

Fuente: MAPA



La superficie de limonero se reduce tras 8 años de crecimiento

La superficie cultivada ha registrado una caída de 1.560 hectáreas en los dos últimos años

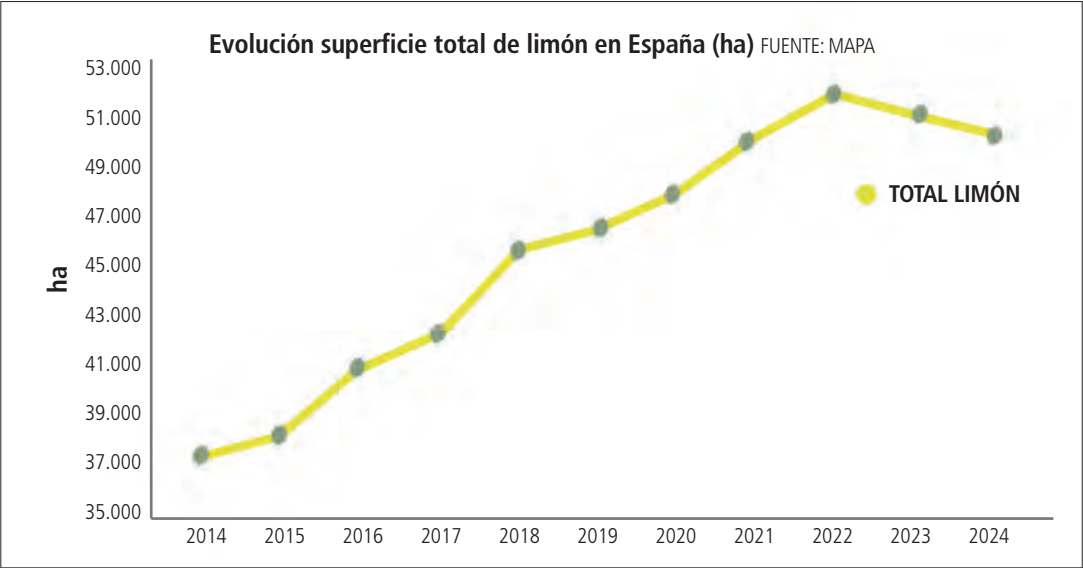
■ **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
Por primera vez tras ocho años consecutivos de crecimiento, el sector limonero ha roto la tendencia de expansión que imperaba en este segmento hortofrutícola, y la superficie cultivada ha descendido ligeramente tanto en 2023 y como en 2024. En este sentido, los datos definitivos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación correspondientes al ejercicio 2024 reflejan una bajada de la superficie dedicada al limonero de 1.560 hectáreas con respecto a 2022, año en el que se alcanzó un máximo de 52.119 hectáreas en producción en el conjunto del territorio español.

Según la cifra oficial de superficie total de limonero en España publicada por el Ministerio de Agricultura, durante el ejercicio 2024 el sector estaba cultivando un total de 50.559 hectáreas, lo que refleja un descenso del 3% (1.560 hectáreas) que se ha producido entre 2022 y 2024.

En un análisis más detallado, analizando las cifras por variedades, los datos reflejan un descenso de la superficie entre 2022 y 2024 de 637 hectáreas de limón Fino (-2%) y de 923 en el caso del limón Verna (-4,6%).

■ **CAMBIO DE TENDENCIA**
Estas cifras reflejan un cambio de tendencia significativo en los datos de superficie de este cultivo en España ya que durante los ocho años anteriores (entre 2014 y 2022), se produjo un incremento de 14.621 hectáreas (+39%). Unas cifras que ilustran el ‘boom’ que experimentó el sector del limón español hasta el año pasado, auspiciado fundamentalmente por la rentabilidad que estaba proporcionando este cultivo.

“Aunque porcentualmente el descenso de superficie no es aún muy elevado, las cifras del Ministerio de Agricultura muestran como la crisis de producción que padeció el sector de limón en la campaña pasada, en la que se superó un volumen de cosecha de 1.560.000 toneladas, ha supuesto una reacción de los productores, lo que podría ser un indicador de un cambio de ciclo”, indica la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (Ailimpo) en un análisis de las cifras del MAPA.



Tras la crisis que padeció el sector en la campaña pasada, en la que se superó un volumen de cosecha de 1.560.000 toneladas, el descenso de superficie podría ser un indicador de un cambio de ciclo

Durante la pasada temporada, el elevado volumen de oferta superó con creces la capacidad de la demanda para absorber el exceso de producción que caracterizó este ejercicio. La gestión de la campaña fue muy complicada y unas 400.000 toneladas de limón se quedaron en el árbol sin salida comercial. Ante este escenario, se comenzó a hablar abiertamente de la ‘crisis del limón’, y esto ha podido influir en la caída de superficie cultivada.

Según habían venido señalando durante los últimos ejercicios desde Ailimpo, el mercado actual, sumando la comercialización de producto en fresco e industria, no puede absorber con rentabilidad una cantidad superior a 1,1 millones de toneladas. Y para la interprofesional la situación que se vivió durante la pasada campaña respondía fundamentalmente a un desequilibrio estructural provocado por el elevado aumento de la superficie plantada de limón. Un desequilibrio que puede ir corrigiéndose con este cambio de tendencia. No obstante, habrá que constatar si la reducción de hectáreas cultivadas corresponde a una situación puntual de los dos últimos años o se confirma como un cambio estructural en las próximas campañas acumulando nuevos descensos de superficies.

Desde la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (Ailimpo) recalcan que seguirán analizando todos los datos relativos a superficie de cultivo y producción de plantones “con el objetivo de que el conjunto del sector de limón (productores, cooperativas, exportadores e industrias) disponga de una información veraz y contrastada sobre la situación de este cultivo”.

El campo andaluz demanda soluciones para el futuro del limón

Tras una campaña 23/24 “desastrosa”, la producción se ha regulado y los precios se han mantenido estables

► **JULIA LUZ. REDACCIÓN.**
Andalucía es, sin lugar a dudas, una potencia agrícola en España. Desde los invernaderos de Almería hasta las miles y miles de hectáreas de frutos rojos en Huelva, esta comunidad autónoma del sur peninsular lidera la producción de un amplio abanico de cultivos. Entre ellos, los cítricos ocupan un lugar destacado. Actualmente, el limón es el cuarto frutal más producido en Andalucía y el tercero dentro del grupo de los cítricos, sólo por detrás de la naranja y la mandarina. La superficie dedicada a este cultivo alcanza las 6.946 hectáreas, distribuidas principalmente entre Málaga, que concentra el 63% del total con 4.477 hectáreas, y Almería, que aporta el 30% con 2.121 hectáreas. El resto se reparte entre provincias como Huelva (115 ha), Granada (89 ha), Sevilla (121 ha), Córdoba (7 ha) y Cádiz (16 ha).

Según Juan Bedolla, productor de limón en Málaga y responsable del cultivo del limón en COAG Andalucía, la producción media anual se sitúa en torno a las 88.906 toneladas, con un valor estimado de 71 millones de euros. Esta cifra representa aproximadamente el 7% del valor total de la producción cítrica andaluza. En cuanto a la distribución varietal, el cultivo se reparte de forma equilibrada entre las dos principales variedades: limón Fino y Verna, que representan cada una el 50% de la producción.

El responsable de COAG ha señalado que la situación del cultivo de limón en Andalucía “cada día es más complicada”, debido a una combinación de factores que dificultan seriamente la labor de los productores. Entre ellos, destacan el incremento de los costes de producción, la escasez de infraestructuras hídricas, la competencia desleal de países terceros y la creciente amenaza de enfermedades foráneas.

Un ejemplo claro de estas dificultades fue la campaña anterior, calificada como “desastrosa”, caracterizada por precios muy por debajo de los costes de producción, una prolongada sequía y una sobreproducción que contribuyó aún más a la caída de los precios.

En cuanto a la campaña actual, Belloda indica que, aunque los precios están siendo más favorables, los cultivos se han visto afectados por dos fuertes DANAs, una en el mes de octubre de 2024 y otra en marzo de 2025. La comarca del Guadalhorce, en Málaga, ha sido la zona más afectada por estas inclemencias climáticas.

Si hablamos con Belloda sobre los desafíos y retos del limón en Andalucía, la rentabilidad está en el quid de la cuestión. “Debemos seguir luchando por unos precios justos para los productores, la mejora de las infraestructuras hídricas —fundamentales en un contexto de sequía prolongada—, y el fortalecimiento de los medios para combatir eficazmente las nuevas plagas y enfermedades que afectan a las plantaciones”, afirma.

Desde COAG, la organización agraria aboga firmemente por un modelo de agricultura familiar, al considerarlo no sólo más sostenible, sino también clave para fijar población en las zonas rurales. En este sentido, denuncian la falta de equidad en las exigencias

entre los productores europeos y los de países extracomunitarios, lo que genera una competencia desleal que agrava aún más la situación del campo andaluz. Las principales demandas de COAG giran en torno a cuatro ejes: precios justos que cubran los costes



La superficie dedicada a este cultivo alcanza las 6.946 hectáreas. / ARCHIVO

de producción, infraestructuras hídricas adecuadas que garanticen el riego en tiempos de escasez, herramientas eficaces para hacer frente a plagas y enfermedades, y una defensa firme de la agricultura familiar como modelo productivo.



Sani Fruit
Healthy *Fruiture*



GESTIÓN POSTCOSECHA LIMÓN SIN RESIDUOS

TU ESPECIALISTA POSTCOSECHA ENFOCADO EN MAXIMIZAR TUS RESULTADOS

- **REDUCE TUS MERMAS POR GEOTRICHUM Y RESTO DE HONGOS**
- **MEJORA TU GESTIÓN DE LMRs Y ACCEDE A RETAILERS MÁS RESTRICTIVOS**
- **UTILIZA MENOS MATERIAS ACTIVAS Y EVITA VERTIDOS**
- **EXTIENDE LA VIDA ÚTIL DE TUS LIMONES Y LUCHA CONTRA LAS RESISTENCIAS A LOS AGENTES EXTERNOS**





www.sanifruit.com

Valencia Fruits / Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2 / 46005 Valencia Spain / Tel 963 525 301 / www.valenciafruits.com / E-mail info@valenciafruits.com

JOSÉ VICENTE ANDREU / Presidente de Asaja Alicante

“La bajada de la producción y los precios estables definen la campaña del limón 24/25”

Con una producción inferior a la prevista y unos precios que han sorprendido por su estabilidad, el limón vive una campaña que nada tiene que ver con la anterior. La menor oferta no sólo se ha dado en España, sino también en países competidores como Turquía o Argentina, lo que ha favorecido el valor del producto nacional en los mercados. José Vicente Andreu, presidente de Asaja Alicante, analiza las claves de la campaña y lanza un mensaje claro: el agua, los seguros agrarios y las herramientas fitosanitarias siguen siendo las grandes asignaturas pendientes para garantizar el futuro del cultivo.

■ JULIA LUZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Hace un año, los productores de limón atravesaban una de las campañas más difíciles que se recuerdan. ¿Cuál fue finalmente el balance de la temporada 2023-2024?

José Vicente Andreu. Catastrófica. No hay otra palabra. Se quedaron en el campo sin recoger unas 300.000 toneladas de producto, una cifra enorme. Y lo que sí se llegó a vender, se hizo a precios muy por debajo del coste de producción.

Si los precios hubieran permitido, al menos, cubrir costes o generar un pequeño margen, quizá se habría podido compensar el exceso de oferta. Pero no fue así, se vendió a precios irrisorios.

Además, se sumó otro problema importante, las plagas. La campaña 2023-2024, especialmente en el caso del limón Verna —el que se recogió justo hace un año— fue durísima. Las plagas, en particular la araña, causaron grandes estragos y parte de la cosecha ni siquiera se pudo recolectar, y lo que sí se recolectó llegó con muchos daños.

VF. ¿Y qué podemos decir de la actual, la del 2024-2025?

JVA. El Ministerio de Agricultura acaba de publicar que ha habido una reducción importante en la superficie cultivada, con unas 1.540 hectáreas menos. Esto refleja claramente que las cosas no van bien en el sector del limón. No es sólo este año, sino que llevamos al menos dos campañas perdiendo rentabilidad. Ese techo de las 53.000 hectáreas cultivadas que se había alcanzado comienza a retroceder.

En cuanto a la campaña 2024-2025, esta se caracteriza principalmente por dos aspectos: una bajada en la producción y cierta estabilidad en los precios.

El aforo inicial para el limón Fino, según datos de la interprofesional, era de unas 900.000 toneladas, pero finalmente la campaña se ha cerrado con unas 740.000. Esto se debe en parte a que se fue demasiado positivo en la estimación de la producción y también a las heladas de enero de 2025, que hicieron mucho daño. De hecho, aproximadamente el 30% de lo que quedaba por recolectar se perdió por completo. En total, hablamos de una reducción de entre 150.000 y 160.000 toneladas respecto a la previsión inicial. Comparando la cosecha de este año con la media de los últimos cinco, la producción ha sido algo inferior.

Si hablamos del precio del limón Fino, la campaña ha sido bastante estable. Cuando hay



El agua, la falta de herramientas para hacer frente a las plagas y el seguro agrario preocupan a José Vicente Andreu. / ASAJA

menos producción, suele mantenerse una línea de precios sin grandes picos ni caídas. En este caso, se ha movido en torno a los 40 céntimos, lo que se puede considerar una campaña positiva a nivel de precios, aunque claramente escasa en volumen.

Además, una nueva plaga llegada desde Sudáfrica vino de

forma sorpresiva y causó daños importantes en algunas zonas de producción. Esta plaga afecta la piel del limón y cualquier fruto dañado se destina a la industria del zumo, lo que implica que el agricultor no recibe nada por ese producto. De hecho, entre la recolección y el transporte, incluso pierde dinero.

VF. El año pasado las importaciones no fueron una causa especialmente preocupante. Este año, ¿cómo están evolucionando?

JVA. El año pasado tuvimos una sobreproducción a nivel nacional, pero también hubo cosechas muy abundantes en otros países como Turquía. Egipto, aunque no es un país que maneje

“Pasamos de un exceso de limón en los primeros seis meses de 2024 a un déficit a partir de agosto. Así empezamos esta campaña, con menos oferta en el mercado, lo que ha hecho que los precios se hayan mantenido estables”

mucho volumen, sí experimentó un crecimiento porcentual importante en sus exportaciones.

Si miramos al verano de 2024, las importaciones desde Argentina y Sudáfrica cayeron de forma notable. En el caso argentino, están atravesando un proceso de reconversión muy fuerte. Tenían una superficie cultivada similar a la nuestra, en torno a las 50.000 hectáreas, pero han desaparecido unas 20.000 debido al arranque de campos para plantar caña de azúcar y soja, además del abandono de parcelas por falta de rentabilidad. Eso supone una reducción del 40% de la superficie, lo que reduce también y de forma drástica su volumen para exportación.

En Sudáfrica no ha habido una reducción de superficie, que se mantiene en unas 16.000 hectáreas, más o menos, pero sí ha disminuido un poco su capacidad productiva. Esto ha hecho que haya menos presión de limón sudafricano en el mercado europeo.

En conjunto, podemos decir que pasamos de un exceso de limón en los primeros seis meses de 2024 a un déficit a partir de agosto. Así empezamos esta campaña con una disponibilidad mucho menor de limón en el mercado, lo que ha hecho que los precios se hayan mantenido estables.

Además, Turquía también redujo ligeramente sus exportaciones en la segunda mitad de 2024, ya dentro de la campaña 2024-2025. Y en 2025, las heladas les afectaron gravemente, lo que obligó al país turco a retirarse antes de tiempo del mercado por falta de producto.

VF. En el contexto de una menor oferta mundial, ¿la escasez de producto en el hemisferio sur ha tenido un impacto positivo en los precios alcanzados por el limón Verna español?

JVA. Sí, sin duda. La menor disponibilidad de limón a nivel global ha influido directamente en el desarrollo de la campaña del Verna. En España, además, la producción también ha sido inferior a lo previsto. Aunque la interprofesional estimó una cosecha por encima de las 300.000 toneladas, finalmente no se alcanzará esa cifra. Las heladas han dañado muchas explotaciones en zonas del sur de Alicante y Murcia, y probablemente terminemos con una cosecha de unas 260.000 toneladas.

En cuanto a los precios, han sido muy buenos, igual que con el limón Fino. Se han mantenido estables, en torno a los 60 céntimos por kilo para el agricultor. Una cotización que no veíamos desde hace años y que se explica, en buena parte, por esa escasez de oferta en los principales países exportadores del hemisferio sur.

VF. ¿Cómo se ha movido esta temporada la demanda?

El limón ecológico busca su lugar

Después de años de crecimiento constante, el cultivo de limón ecológico atraviesa un periodo de reajuste. Si bien es imposible achacar esta situación a un único factor, son muchos los motivos que en un escenario que pone en jaque la rentabilidad del modelo: plagas, altos costes de producción y una caída significativa del consumo en mercados clave.

“Está muy expuesto a las nuevas plagas”, señala José Vicente Andreu, presidente de Asaja Alicante. La falta de herramientas fitosanitarias eficaces en este tipo de producción deja al limón ecológico prácticamente indefenso ante las enfermedades. “Prácticamente se hace lucha biológica o se hace algún pequeño tratamiento con aceite de parafina”, explica. Entre las nuevas amenazas que han llegado, menciona el *citotripsus aurantii*, *triodus africana* o la *pulvinaria*. Además, recuerda que “el año pasado tuvimos el problema con la araña, y tampoco tenemos mucha herramienta para combatirla”.

A esta vulnerabilidad se suman unos costes de producción más altos. “No se echan herbicidas, los abonos orgánicos son mucho más caros que los químicos”, comenta. Eso, en momentos de crisis, agrava aún más la situación del agricultor ecológico. “Cuando viene la crisis, viene gorda y viene para todo, y si así te cuesta producirlo más caro y se hunde el mercado, pues tienes muchas más pérdidas”.

De hecho, haber encadenado ya varias campañas con escasa rentabilidad ha provocado

ya un retroceso. “Ha habido un descenso en el número de hectáreas certificadas, porque ha habido gente que ha abandonado al no poder soportar esa situación de casi quiebra económica”.

Otro factor determinante ha sido el frenazo en el consumo, especialmente en Alemania, principal destino del limón ecológico español. “El 80% del limón ecológico español se consume allí”, apunta Andreu. Pero el contexto económico alemán, afectado por la crisis energética y las consecuencias de la guerra en Europa del Este, ha impactado directamente en la demanda.

Todo ello sitúa al sector en un proceso de reestructuración, de buscar su equilibrio entre la oferta y la demanda. “Probablemente en la campaña 2024-2025 vamos a ver cómo cae un poco la producción”, anticipa. “Estamos en un periodo de desestabilización, pero yo creo que a lo largo de 2026 la relación producción-demanda se volverá a equilibrar y volverán a estabilizarse los precios”.

En cuanto al futuro del cultivo ecológico, Andreu es claro: “Indudablemente, cuando hay una buena situación económica, las condiciones son más favorables al crecimiento de la agricultura ecológica”. Y aunque el crecimiento de dos dígitos que ha experimentado el sector en los últimos años no le parece sostenible, reconoce que la Comunidad Valenciana ha estado a la cabeza. “En 2022 ya teníamos el 30% de producción ecológica, cuando la UE lo marca como objetivo para 2030. ¡Vamos muy por delante!”. ■

“A pesar de todos los avances del sector —la profesionalización, el esfuerzo conjunto desde la interprofesional, la investigación, la promoción—, si no se refuerza la estrategia fitosanitaria, las plagas seguirán mermando nuestra rentabilidad”

JVA. Este año hemos tenido vía libre en el mercado europeo debido a la menor presión de limón de países terceros. Hay que destacar que el consumo de limón no ha dejado de crecer en los últimos años. A diferencia de lo que ocurre con otros cítricos como la naranja o la mandarina, donde sí se observa cierto estancamiento o incluso retroceso, el limón mantiene una tendencia de crecimiento estable, en torno al 2% anual.

Este año, además, el crecimiento será algo mayor para el limón español, precisamente por lo que estamos hablando, porque hay menos producto importado en los mercados. Eso se traduce en una mayor presencia del producto nacional en los lineales y en una mayor preferencia por parte del consumidor.

También hay que tener en cuenta que el limón no compite directamente con otras frutas como por ejemplo el melocotón o la sandía. Su consumo está más ligado a su uso como ingrediente en la cocina, en la hostelería o en el día a día, y tiene un patrón de consumo diferente. De hecho, en verano el consumo suele aumentar, porque se encuentra muy asociado a momentos de ocio, celebraciones y, en general, a experiencias agradables.

VF. ¿Cuáles son actualmente las principales demandas de la organización Asaja Alicante referentes al cultivo de limón?

JVA. Sin duda, lo que más nos preocupa es el agua. Y no es que nos quite el sueño, es que es más bien una pesadilla. Una película de terror. La situación es crítica, especialmente por la amenaza de recortes en el trasvase Tajo-Segura, que es fundamental para el cultivo del limón. Se habla de reducciones del 40 o 50% sin que exista una alternativa real. Las desaladoras, que podrían ser parte de la solución, no están desarrolladas como deberían. Las inversiones necesarias por parte del Gobierno no llegan, y si esto sigue así, en 2027 o 2028 podríamos estar ante un escenario muy complicado.

La segunda gran preocupación es el tema fitosanitario. Las plagas no dejan de aparecer, nos están “machacando” y muchas veces no tenemos herramientas para combatirlos de una forma efectiva. A pesar de todos los avances del sector —la profesionalización, la digitalización, el esfuerzo conjunto desde la interprofesional, la investigación, la promoción—, si no se refuerza la estrategia fitosanitaria, las plagas seguirán siendo un lastre que merman cada vez más la rentabilidad. Hoy en día tenemos hasta un 30% de destrío en las cosechas por plagas y daños relacionados con las nuevas condiciones climáticas.

Y en tercer lugar, el seguro agrario. Agroseguro se ha olvidado del limón. Antes teníamos cobertura por daños causados por viento o por frío. Ahora, cuando hay una helada y el limón se daña por dentro —aunque por fuera no se vea— ese producto ya no sirve, pero la cobertura ha desaparecido. Antes, si se detectaba al menos un 30% de daños,

se podía destruir la cosecha y se indemnizaba. Esa garantía ya no existe, y eso es muy perjudicial para el sector.

Todo esto pone en riesgo la viabilidad de un cultivo que es estratégico para Alicante, tanto en términos económicos como de empleo y vertebración del territorio.



Los precios del Fino y del Verna han sido superiores a los registrados en otras campañas. / ASAJA



An Agricultural Sciences Company

Exirel®

Insecticida

Con la potencia de
CYAZYPYR®
ingrediente activo



REGISTRO EN

- CÍTRICOS
- OLIVAR
- VIÑA

● **AMPLIO** espectro de acción

→

● **CONTROL** de trips

→

● **BUEN PERFIL** frente a la fauna auxiliar

→



FMC España



FMC Agro España



@fmcagroes



FMC Spain

Con el fin de evitar riesgos para las personas y el medio ambiente, antes de aplicar cualquier producto de FMC, lea atentamente la etiqueta y siga estrictamente las instrucciones de uso. Exirel® y Cyazypyr® son marcas registradas de FMC Corporation y/o de sus empresas afiliadas.

Pº de la Castellana, 257 - 5º
28046 MADRID
+34-91 553 01 04

Valencia Fruits / Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2 / 46005 Valencia Spain / Tel 963 525 301 / www.valenciafruits.com / E-mail info@valenciafruits.com

Exirel[®], una solución versátil para el control de plagas en cítricos, olivo y viña

Exirel[®] es una solución autorizada en cítricos para el control de trips, mosca blanca, pulgón, minadores y lepidópteros, como es el caso de *Prays citri* en limón

■ VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

FMC Agricultural Solutions es una empresa de productos enfocada en la innovación para producir mejor y de forma sostenible. En un momento en el que existe un reto evidente en el sector agrario, por la falta de soluciones para tratamientos insecticidas, el registro de nuevas soluciones a base de Cyazypyr[®] es una noticia positiva. En años anteriores ya se han puesto en el mercado formulaciones a base de Cyazypyr[®], como Exirel[®] Cebo (ES-01432) para el control de mosca del olivo y *Ceratitis capitata* en cítricos con aplicaciones a banda o parcheo; Verimark[®] (ES-01548) para aplicaciones al riego por goteo en las primeras fases de los cultivos hortícolas, o Benevia[®] (ES-01631), con una formulación OD en base aceite, buscando optimizar las aplicaciones foliares.

En 2025, FMC ha recibido el registro de Exirel[®] (ES-01852) para aplicaciones foliares en cítricos, olivo y viña, lo que completa la estrategia de acción que ofrece Exirel[®] Cebo, y es una buena noticia para los citricultores, olivareros y viticultores que demandan nuevas soluciones, eficaces y sostenibles.

■ LA POTENCIA DE LA NUEVA MOLÉCULA

Cyazypyr[®], molécula insecticida perteneciente a la familia química de las diamidas antranílicas (IRAC 28), actúa principalmente



Exirel[®] es una solución de amplio espectro para el control de insectos respetuosa con la fauna auxiliar. / ARCHIVO

por ingestión. Afecta directamente a la contracción muscular de los insectos. Al interrumpir su capacidad de alimentarse, causa parálisis, letargo y, finalmente, la muerte. Cuenta con un amplio espectro con control frente a trips, mosca blanca, minadores, pulgones, oruga, dípteros, así como psílidos.

Se caracteriza por su acción en diferentes fases del ciclo de vida, dependiendo de la plaga, abarcando desde huevos (efecto

ovo-larvicida), larvas o ninfas hasta adultos. Esta versatilidad le permite controlar de manera eficaz todas las etapas del insecto, lo que asegura un impacto a largo plazo en la reducción de infestaciones. Esto unido a su control cruzado, que lo convierte en una opción eficiente frente a múltiples especies de plagas, permite una intervención temprana, evitando que las infestaciones aumenten y protegiendo los cultivos en sus fases más críticas.

Cyazypyr[®] cuenta con buenos resultados para el control de trips, tanto para *Frankliniella occidentalis*, como para las nuevas especies de trips cada vez más frecuente y muy problemáticas, como *Thrips parvispinus*, *Scirtothrips dorsalis* y *Scirtothrips aurantii*. Estas especies están dando muchos problemas en diversos cultivos como cítricos o fresa.

Y es importante usar todas las herramientas disponibles como son los métodos biológicos, fau-

na auxiliar, métodos culturales, empleo de feromonas, además de uso de insecticidas, ya sean de origen químico o biológico. Así como utilizarlos de manera adecuada, buscando el momento óptimo para el control de la plaga.

Además, Cyazypyr[®], al tener efecto frente a vectores, es una herramienta fundamental para la disminución o retraso significativo de la transmisión de algunos virus y bacterias fitopatógenas.

Otro aspecto fundamental del activo es su compatibilidad con los principales insectos auxiliares e impacto mínimo en las abejas, por su baja toxicidad para la mayoría de los depredadores y organismo beneficiosos. Este equilibrio ayuda a reducir el número de aplicaciones insecticidas.

Su modo único de acción en los insectos chupadores hace que Cyazypyr[®] sea igualmente eficaz contra poblaciones de plagas susceptibles y cepas resistentes. De cara a un manejo integrado y sostenible de la plaga, para evitar resistencias, se deben incorporar prácticas de control cultural o biológicas y alternancia con insecticidas de otro modo de acción y que sean eficaces contra la plaga objeto de control. Se recomienda no realizar tratamientos contra la misma plaga durante dos generaciones consecutivas con insecticidas del mismo modo de acción.

La rápida penetración en los tejidos de la planta y un movimiento interno óptimo permite un control duradero y prolongado de las principales plagas objetivo. “Estamos ante una solución recomendada antes de que se establezcan las plagas, permitiendo un amplio control de espectro cruzado, que unido a su buen perfil respetuoso con artrópodos beneficiosos, permite minimizar el establecimiento de las plagas proporcionando una protección extendida de los cultivos desde el principio”, señalan desde FMC Agricultural Solutions.

Las formulaciones de Cyazypyr[®] se posicionan como una herramienta avanzada y confiable en el control de plagas. Con ventajas como su resistencia al lavado, seguridad para el medioambiente y eficacia en todas las etapas de la plaga, es una elección que asegura una producción agrícola de calidad, llevando tu producción mucho más lejos.

Sobre el uso de Exirel[®], está registrado para cítricos, olivar y viña. En cítricos está autorizado para control de trips, mosca blanca, pulgón, minadores y lepidópteros, como es el caso de *Prays citri* en limonero. Además hay una ampliación en marcha para control de *Ceratitis*. El amplio espectro que proporciona, lo hace una herramienta versátil para ayudar en el manejo y control de plagas cada vez más complicado por la falta de soluciones.

En resumen, y según apudan desde FMC Agricultural Solutions, la introducción de nuevas soluciones como Verimark[®], Benevia[®], Exirel[®] y Exirel[®] Cebo con el amplio espectro y buen perfil con fauna auxiliar, en un momento con tantos problemas de control de plagas unido a los problemas de resistencias, es crucial para un cultivo sostenible y rentable, pero es fundamental hacer un buen uso, incluyendo diferentes herramientas en el control de plagas, para alargar la vida útil de las soluciones efectivas.

Hacemos realidad la transformación digital de tu empresa agroalimentaria

Descubre cómo llevar tu negocio al siguiente nivel con las soluciones más avanzadas para la digitalización agroalimentaria. Innovación, precisión y resultados al alcance de tu mano.

Sectores:

- Centrales hortofrutícolas
- Explotaciones agrícolas
- Agencias agrícolas
- Servicios agrícolas
- Semilleros y viveros
- Fitosanitarios
- Frutos secos
- Ett agrarias

¿Hablamos?

www.visionagro.info - marketing@gregal.info



ORISHA
Agrifood

GREGAL
soluciones informáticas

VISION AGRO

BENJAMÍN FAULÍ / Responsable de frutas y hortalizas de Asaja Málaga

“Esta campaña se han cubierto los costes y se ha obtenido cierta rentabilidad con precios estables”

En Andalucía, la provincia de Málaga lidera la producción de limón con una superficie de cultivo en torno a las 7.044 hectáreas. Desde Asaja Málaga, Benjamín Faulí analiza en la siguiente entrevista la evolución de la campaña 2024-2025, que encara su recta final confirmando que ha sido medianamente rentable para el agricultor. Y de cara al futuro, Faulí apunta que la viabilidad del limón en Málaga pasa por: “agua suficiente, calidad e infraestructuras apropiadas; y una ley de la cadena alimentaria que ayude a percibir precios estables y justos”.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Estamos ya en la recta final de la campaña 2024-2025 del limón en Málaga. ¿Qué balance general hacen desde Asaja Málaga, tanto en el plano productivo como comercial?

Benjamín Faulí. Esta campaña del limón Fino ha sido mucho mejor en precios que el año pasado, y la del Verna también ha sido satisfactoria, la cosecha no es tan alta como la de la campaña pasada y los competidores de terceros países no han sido tan agresivos.

VF. En noviembre hablábamos de una situación crítica en ciertas zonas citrícolas del Guadalhorce por las lluvias torrenciales. ¿Cómo ha evolucionado desde entonces la campaña del limón en esas áreas afectadas? ¿Qué impacto final han tenido las inundaciones y la DANA sobre el rendimiento y la calidad de la cosecha?

BF. Se han producido problemas para entrar a recolectar en los campos anegados por tantos días de lluvia, sobre todo en la segunda parte de la campaña de Fino, pero por otra parte la calidad ha sido muy buena gracias a los aportes de agua tan necesarios después de una sequía tan dramática. La evolución ha sido buena excepto en las parcelas arrastradas e inundadas por las avenidas que provocaron las DANAS.

VF. Hablando precisamente del agua, otro de los grandes retos, ¿cómo ha influido la gestión del recurso hídrico en el desarrollo de esta campaña? ¿Se han traducido las lluvias del otoño en una mejora real para los regadíos citrícolas?

BF. Por supuesto, debemos tener en cuenta que no podíamos regar, no teníamos dotación disponible lo cual invalidaba cualquier posibilidad de gestión y planificación. Las lluvias han llegado en el último momento, pero han posibilitado que “se salvara” la campaña. Ahora bien, sin las mejoras necesarias es inevitable que volvamos a vivir situaciones difíciles.

VF. De hecho, en su día hablaba de una red de infraestructuras hídricas obsoleta y de la necesidad urgente de modernización. ¿Se ha producido algún avance desde entonces? ¿Qué medidas concretas reclaman desde Asaja Málaga a la Administración para mejorar esta situación?

BF. Estamos en la fase de alegaciones al Plan hidrológico de las Cuencas Mediterráneas y estamos trabajando en ellas. Se siguen implantando los contadores volumétricos tan necesarios para la buena gestión del recurso hídrico y se da la circunstancia



Benjamín Faulí destaca que la citricultura malagueña “necesita unas infraestructuras coherentes con el siglo XXI”. / AM

“Las lluvias han llegado en el último momento, pero han posibilitado que “se salvara” la campaña. Ahora bien, sin las mejoras necesarias es inevitable que volvamos a vivir situaciones difíciles”

“La disminución en la producción no se debe a una reducción significativa en la superficie cultivada, sino a factores climáticos y económicos que han afectado al rendimiento de los cultivos”

de que se ha abierto el riego y todavía hay canalizaciones que no están operativas puesto que aún se encuentran en fase de limpieza de los aterramientos provocados por las inundaciones. Hay medidas urgentes que siguen sin actualizarse, y reclamamos su ejecución lo antes posible: corrección de vertidos salinos al embalse del Guadalhorce; mejora y modernización de la red de riegos antiguos del río Guadalhorce; cubrimiento del canal principal de riegos, construcción



Las campañas de limón Fino y Verna han sido satisfactorias, según Asaja Málaga. / ARCHIVO

“Esta campaña del limón Fino ha sido mucho mejor en precios que el año pasado, y la del Verna también ha sido satisfactoria”

de la presa de Cerro Blanco y revisión de los planteamientos de extracciones para el regadío del Valle del Guadalhorce con cifras claras respecto a cuanta agua regenerada se va a disponer para regadío, entre otras.

VF. Desde el punto de vista comercial, ¿cómo han evolucionado los precios del limón a lo largo de la campaña? ¿Se han podido compensar los mayores costes de producción o vuelve a ser una campaña con rentabilidad escasa o nula para el productor?

BF. Esta campaña se han cubierto los costos y se ha obtenido cierta rentabilidad con precios estables en la primera parte de la campaña; hubo un ligero descenso a primeros de 2025 y a partir de marzo repuntaron los precios alrededor de 0,40 €/kg

VF. ¿Qué análisis hacen de la evolución de la superficie de limón en la provincia?

BF. En cuanto a la superficie dedicada al cultivo de limones, según el aforo de la Junta de Andalucía para la campaña 2024-2025, la superficie destinada a limoneros en la región se mantiene en torno a las 7.044 hectáreas, similar a la superficie de años anteriores. La disminución en la producción no se debe a una reducción significativa en la superficie cultivada, sino a factores climáticos y económicos que han afectado al rendimiento de los cultivos.

VF. ¿Cuáles son los retos estructurales del sector citrícola en Málaga, y en concreto del limón? ¿Y cuáles diría que son sus principales potencialidades de cara al futuro?

BF. Tal como venimos denunciando año tras año y ya hemos apuntado, necesitamos unas infraestructuras coherentes con el siglo XXI y que se acometan los desafíos estructurales para conseguir tener una comarca puntera agrícolamente, que por clima y fisiología lo cumple pero que no puede avanzar sin sistemas de riego modernos. Y por supuesto, los problemas inherentes a toda la citricultura española: los acuerdos comerciales, la falta de rentabilidad por bajos precios, la falta de productos fitosanitarios y el incremento de los costos.

VF. ¿Qué tipo de acompañamiento o herramientas ofrece Asaja Málaga a los citricultores para encarar una situación tan compleja como la actual? ¿Qué recomendaciones lanzan de cara a la próxima campaña?

BF. Estamos recomendando y acompañando a los agricultores que se unan en organizaciones de regantes para poder acceder a mejoras de modernización y constituir una sola voz ante la administración a efectos de que hagan caso de nuestras demandas.

VF. Para terminar, si tuviera que resumir en una frase lo que necesita con urgencia el limón malagueño para seguir siendo un cultivo viable, ¿cuál sería?

BF. Una frase larga: Agua suficiente y de calidad e infraestructuras apropiadas; y una ley de la cadena alimentaria que ayude a percibir precios estables y justos.

Efectos de PlantSeal® en cítricos

■ CITROSOL (*)

La calidad postcosecha de los cítricos puede deteriorarse por dos tipos principales de factores: enfermedades fúngicas y desórdenes fisiológicos, siendo estos últimos responsables de diversos defectos de piel. Los recubrimientos postcosecha, históricamente conocidos como ceras, se utilizan para reducir la pérdida de peso de los frutos y mejorar su aspecto, aunque su impacto sobre el control de enfermedades es limitado. Y en este contexto, surge PlantSeal®, un recubrimiento vegetal formulado a base de cera de carnauba (Copernicia prunifera), con certificaciones ecológica y vegana, desarrollado por Citrosol para mejorar la conservación de cítricos frescos. La firma Citrosol ha realizado un estudio para comprobar los efectos de PlantSeal®.

■ OBJETIVOS

Este estudio evalúa los efectos del recubrimiento PlantSeal® en:

- La pérdida de peso durante el almacenamiento.
- La firmeza y deformación de los frutos.
- La reducción de daños fisiológicos como el daño por frío (DF).
- La conservación del sabor tras almacenamientos prolongados.

Se utilizaron datos propios y de investigaciones independientes, principalmente del grupo de Lorenzo Zacarías (2023, 2024).



El recubrimiento vegetal PlantSeal® presenta una alta eficacia para preservar la calidad postcosecha de los cítricos. / ARCHIVO

PlantSeal® es un recubrimiento vegetal formulado a base de cera de carnauba (Copernicia prunifera), con certificaciones ecológica y vegana, desarrollado para mejorar la conservación de cítricos frescos

■ MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizaron ensayos con naranjas Valencia y Lanelate procedentes de la comarca de La Safor. Los tratamientos incluyeron:

- Recubrimiento con cera convencional (polietileno oxidado y goma laca).
- Recubrimiento con PlantSeal®.
- Control sin recubrimiento.

Los frutos fueron desinfectados, encerados y almacenados a temperaturas controladas (5°C y 2°C). Se evaluó:

- Pérdida de peso periódica.
- Deformación permanente mediante texturómetro.
- Daño por frío mediante clasificación en escalas de severidad.
- Contenido en etanol como indicador de fermentación y malos sabores.

■ RESULTADOS Y DISCUSIÓN

→ 1. Control de la pérdida de peso

- PlantSeal® logró reducir la pérdida de peso en almacenamiento refrigerado hasta un 40,3%, mientras que la cera convencional apenas alcanzó el 22,9%.
- En simulaciones de vida comercial (cambio a 20°C tras frío), PlantSeal® mantuvo reducciones de pérdida de peso del 50%, reduciendo significativamente el deterioro y las mermas comerciales.
- Una simulación de envío de naranjas Lanelate mostró que el uso de PlantSeal® permitiría entregar hasta 450 kg más de fruta comercializable por contenedor en comparación con la cera convencional.

Esto se traduce en ventajas económicas tanto para operadores como para supermercados, al reducir el desperdicio postcosecha y mejorar la apariencia de los frutos en los lineales.

→ 2. Reducción del daño por frío (DF)

El DF es una de las principales causas de rechazo comercial en cítricos. PlantSeal® mostró:

- Reducción del 85% en DF en pomelos después de conser-

vación en frío (Torregrosa y Orihuel-Iranzo, 2021).

- Reducción del 66-75% en híbridos como Ortanique, y eficacia similar en Tango, Fortuna y Garbí.
- Eficacia comparable al fungicida Tiabendazol (TBZ), comúnmente usado para reducir DF, lo cual permitiría disminuir el uso de materias activas químicas.

Estudios recientes indicaron que PlantSeal® modula la expresión génica de enzimas relacionadas con la síntesis de etileno (ACC sintetas y ACC oxidasa), lo cual podría estar vinculado con su efecto protector frente al DF y la senescencia.

→ 3. Mantenimiento de la firmeza

- La deformación de los frutos tras almacenamiento fue significativamente menor con PlantSeal® que con la cera convencional.
- En condiciones de transporte y vida comercial simulada, la deformación pasó del 3,1% al 4,4% con cera convencional, mientras que con PlantSeal® sólo aumentó al 3,6%.
- Esta menor pérdida de firmeza previene el “aplanamiento” de los frutos, evitando rechazos comerciales y quejas de importadores por frutos blandos o “golpeados”.

→ 4. Conservación del sabor

- El recubrimiento PlantSeal® no favorece la fermentación anaerobia, responsable de acumulación de etanol y aparición de sabores desagradables.
- Después de 12 semanas de almacenamiento a 2°C, seguido de 4 días a 20°C, el contenido en etanol en naranjas Lanelate tratadas con PlantSeal® fue incluso menor que en frutos lavados sin encerar.
- Los valores se mantuvieron por debajo del umbral de percepción de sabor a etanol (2 mg/ml), garantizando la calidad organoléptica.

■ CONCLUSIONES

PlantSeal® presenta una alta eficacia para preservar la calidad postcosecha de los cítricos, destacando por:

- Control superior de la pérdida de peso (hasta un 53% en ensayos propios).
- Reducción significativa de daños por frío y fisiopatías como el SERB o el manchado del mamelón en limones.
- Mejor conservación de firmeza, lo que reduce las reclamaciones por frutos blandos.
- Mantenimiento del sabor, sin acumulaciones indeseables de etanol.
- Reducción en el uso de fungicidas como TBZ, contribuyendo a una postcosecha más sostenible.

En definitiva, PlantSeal® representa una herramienta tecnológica eficaz y respetuosa con el medioambiente, orientada a mejorar la calidad postcosecha y a fortalecer la sostenibilidad económica de la cadena de suministro citrícola. Dado que sus beneficios provienen de la funcionalidad del recubrimiento, los resultados obtenidos son extrapolables a todos los frutos cítricos.

(*) Información elaborada por Citrosol a partir de un estudio del Dr. Benito Orihuel

Cera Trap
“LISTO PARA USAR”

Bioiberica

Inspeccionado por
ECOCERT
INSUMOS

REGISTRO
FITOSANITARIO
N°: 24.937

La solución más eficaz y ecológica al problema de la mosca de la fruta.

Producto utilizable en Agricultura Ecológica según el Reglamento CE n° 834/2007 y 889/2008. Control ECOCERT S.A. F - 32600.

www.planthealth.es

Argentina: entre la resiliencia y el retroceso en el cultivo del limón

Federcitrus descarta una pérdida de eficiencia del limón argentino gracias a que las nuevas hectáreas, más tecnificadas, “permiten una mayor productividad”

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Argentina, uno de los pilares mundiales del sector limonero, ha encadenado en los últimos años campañas complejas que están mermando su potencial productivo y comercial. A principios de abril, el país dio el pistoletazo de salida a una nueva campaña citrícola con una caída significativa en los volúmenes de producción, especialmente en limón.

La Federación Argentina del Citrus (Federcitrus) confirmó una merma del 20% en la producción neta de limón, debido a factores climáticos y estructurales que impactan al corazón citrícola del país.

Según José Carbonell, presidente de Federcitrus, esta caída se ha debido principalmente a las fuertes heladas registradas en julio de 2024, que afectaron amplias zonas productivas, y a la reducción de la superficie cultivada, tras la salida de varias miles de hectáreas del circuito productivo de limón. “Este año el sector presenta una baja porque tuvimos heladas muy fuertes y empieza a notarse la salida de muchos campos de producción”, expresó el dirigente.

No obstante, Carbonell remarcó que la merma de superficie no implica necesariamente una pérdida de eficiencia productiva de los cítricos. Por el contrario, las nuevas hectáreas incorporadas a la producción son más tecnificadas y permiten una mayor productividad por unidad de superficie. Aun así, el volumen total disponible para el mercado será menor, con lo cual se espera una oferta más ajustada tanto para el consumo interno como para la exportación.

La campaña 2024/2025 también cerró con una producción a la baja, un 20% menos, situando la cosecha de limón fresco argentino en 1,38 millones de toneladas, por efectos de condiciones climáticas adversas durante la floración y un contexto económico que llevó a muchos productores a abandonar el cultivo. A esta coyuntura se sumó una presión creciente en los mercados internacionales, en especial en la Unión Europea, donde Sudáfrica gana terreno gracias a una logística más flexible y márgenes de residuos más permisivos.

Las provincias de Tucumán, Salta y Jujuy siguen liderando la producción nacional. Sin embargo, la contracción del área cultivada, la caída de los rendimientos y el traslado progresivo hacia cultivos más rentables, como la caña de azúcar, están reconfigurando el mapa citrícola argentino.

En la campaña 2024/25, el USDA estimó una superficie plantada de 41.000 hectáreas, cifra en descenso frente a años anteriores. El ajuste ha sido tanto cuantitativo como cualitativo ya que muchos productores optaron por reducir la densidad de árboles por hectárea como respuesta estratégica a la sobreoferta internacional y los precios bajos sostenidos de los últimos cinco años.



El cambio climático, con fenómenos extremos e imprevisibles, se perfila como un reto estructural para el sector. / FEDERCITRUS

El cultivo de limón en Argentina ya no ofrece el rendimiento económico de antaño, y el coste creciente de los insumos y la mano de obra ha acelerado este proceso de transformación.

En paralelo, se observa una reconversión productiva en marcha: algunas explotaciones se están destinando a otros cultivos como granos, aguacates o caña de azúcar. Esta diversificación no es sólo económica, sino también una forma de mitigar los riesgos climáticos y de mercado que afectan al cultivo del limón.

■ TENDENCIA DESCENDENTE

Los datos del USDA revelan una secuencia descendente en la producción desde el ciclo 2022/23, cuando se estimaron 1,70 millo-

nes de toneladas. Ya entonces, el tamaño del fruto fue menor de lo previsto. En 2023/24, el impacto de heladas persistentes debilitó las plantas y limitó el rendimiento, reduciendo la cosecha a 1,45 millones de toneladas. Y en la campaña, 2024/25, las lluvias tempranas y persistentes durante la floración volvieron a comprometer el cuajado del fruto, con un resultado productivo aún más bajo.

El cambio climático, con un patrón creciente de fenómenos extremos e imprevisibles, se perfila como un reto estructural para el sector. No se trata de una mala campaña puntual, sino de una concatenación de eventos que pone a prueba la resiliencia del sistema productivo.



La contracción del área cultivada, la caída de los rendimientos y el traslado hacia cultivos más rentables, reconfiguran el mapa citrícola argentino. / SAN MIGUEL

■ COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de limón fresco cayeron a 155.000 toneladas, con Estados Unidos como principal destino, seguido de la Unión Europea. Aunque el acceso al mercado norteamericano se recuperó en 2016/17 tras años de bloqueo, y experimentó un fuerte crecimiento hasta alcanzar las 75.000 toneladas en 2023/24, la competencia se intensifica.

Sudáfrica, el gran rival en el mercado europeo, ha capitalizado su logística más eficiente y regulaciones más permisivas en residuos de pesticidas, —algo que prolonga la vida útil del fruto y mejora su presentación—. Esto ha desplazado parte de la cuota argentina, a pesar del cumplimiento sanitario casi perfecto por parte de los operadores nacionales.

En 2023, el 37% de las exportaciones totales se destinaron a la UE, el 34% a EEUU y el 16% a Rusia. También se abrieron oportunidades en mercados menos tradicionales como Polonia o Ucrania.

El cierre del mercado europeo en 2020 por presencia de Black Spot supuso un fuerte revés para el sector. La reapertura en mayo de 2021, tras la aplicación de estrictos protocolos sanitarios, marcó un punto de inflexión para el sector exportador. En 2023, SENASA endureció aún más los requisitos para la exportación a la UE, con tratamientos preventivos obligatorios y penalizaciones por incumplimiento que incluyen la exclusión de toda una campaña.

Un hito relevante fue la aprobación por parte de la UE del tratamiento con bicarbonato sódico para todos los cítricos orgánicos argentinos en junio de 2023. Hasta entonces, sólo se permitía para limón. Esta medida abrió una nueva ventana para el desarrollo del segmento orgánico, que en 2023 contaba con 3.342 hectáreas certificadas, con potencial de expansión ante la creciente demanda europea.

Por otra parte, la firma del acuerdo comercial Mercosur-Unión Europea en noviembre de 2024 se percibe como una oportunidad para el sector citrícola argentino, al facilitar el acceso a uno de los principales mercados del mundo. La eliminación de aranceles y la simplificación de las cuotas podrían aumentar la competitividad de las exportaciones, especialmente en el segmento orgánico y de valor añadido.

Sin embargo, el acuerdo también podría favorecer la entrada de competidores como Sudáfrica o Marruecos, lo que presionaría aún más los precios. El éxito dependerá de la capacidad del sector argentino para sostener sus estándares de calidad, garantizar trazabilidad y adaptarse a las exigencias regulatorias del bloque europeo.

■ FUTURO

El sector tiene claro la importancia de explorar nuevos mercados y alternativas de productos para mejorar la rentabilidad del sector. Aunque la situación actual presenta desafíos, el valor añadido y la diversificación de productos podrían representar una oportunidad de crecimiento para la citricultura argentina, siempre que logre mantener su competitividad en un contexto global más exigente.

■ LIMÓN PARA INDUSTRIA

Argentina se ha posicionado históricamente como líder mundial en limón para industria. En torno al 70-75% de la producción se destina al procesado para la obtención de aceite esencial, pulpa congelada y cáscara deshidratada.

En la pasada campaña, el volumen destinado a la industria cayó a 1,09 millones de toneladas, en línea con la menor disponibilidad general, (ya en la campaña 2023/24, el volumen procesado se había ajustado a 1,13 millones de toneladas).

El descenso en los calibres, el menor rendimiento industrial por kilo de fruta y el aumento de los costes energéticos han complicado la rentabilidad de este segmento.

No obstante, la industria del limón sigue siendo el motor exportador del sector, y muchos operadores centran su estrategia en diversificar destinos fuera del mercado fresco europeo, donde la competencia y los requisitos fitosanitarios son cada vez más exigentes.

■ CONSUMO INTERNO

En contraposición al retroceso exportador, el mercado interno se mantuvo estable. En la temporada 2024/25, el consumo doméstico alcanzó las 135.000 toneladas, muy similar a los registros de la campaña anterior. El limón sigue siendo un alimento presente en los hogares argentinos, especialmente por su valor percibido como producto saludable, rico en vitamina C y con múltiples usos culinarios, medicinales y domésticos.

Claves de la campaña mundial de limón 24/25

La campaña actual se presenta con menos producción, precios al alza y riesgos de sobreoferta a futuro

► **PABLO IZU. PLATAFORMA TIERRA.**
La campaña mundial de limón 2024/25 se caracteriza por una reducción del 6% en la producción global, estimada en 10,2 millones de toneladas. Esta caída ha sido liderada por Turquía, la Unión Europea y Argentina, cuya merma en la oferta no ha podido ser completamente compensada por los incrementos registrados en México, Estados Unidos, Sudáfrica e Israel. En este nuevo escenario, México se consolida como el principal productor mundial, con un 34% de participación.

En Europa, España es la principal responsable del descenso de producción, con una reducción del 21% hasta 1.260.000 toneladas, lo que explica el 77% de la caída comunitaria. A pesar de esta contracción, la producción española se mantiene por encima del promedio de la última década, reflejando una base productiva que no ha dejado de crecer.

La campaña ha estado marcada por una recuperación significativa de los precios en origen, con un incremento del 46% respecto a 2023/24, alcanzando niveles superiores al promedio quinquenal. Esta revalorización ha repercutido positivamente en el comercio exterior: las exportaciones españolas crecieron un 1,2% en volumen y un 9% en valor, gracias a un aumento del 8,3% en el precio medio de exportación.

A nivel comunitario, el mercado de limón creció un 3,6% en volumen comercializado entre octubre y enero. España mantiene el liderazgo con una cuota del 70,6%, aunque ligeramente reducida. La competencia de terceros países, como Sudáfrica y Turquía, muestra incrementos relevantes, pero aún en volúmenes modestos.

El consumo europeo presenta una leve caída del 4%, atribuida al encarecimiento del producto. En España, aunque no se dispone de datos desde el pasado mes de noviembre, el consumo doméstico habría descendido hasta abril de 2024 y registraría una recuperación parcial desde mayo, influida por factores estacionales y el repunte del canal Horeca.

Finalmente, destaca el crecimiento estructural del potencial productivo español, con 54.000 hectáreas cultivadas y más de 800.000 limoneros comercializados en viveros durante 2022/23. Esta expansión podría generar escenarios de sobreoferta si las

condiciones climáticas se normalizan, lo que plantea un riesgo latente para la rentabilidad futura del sector.

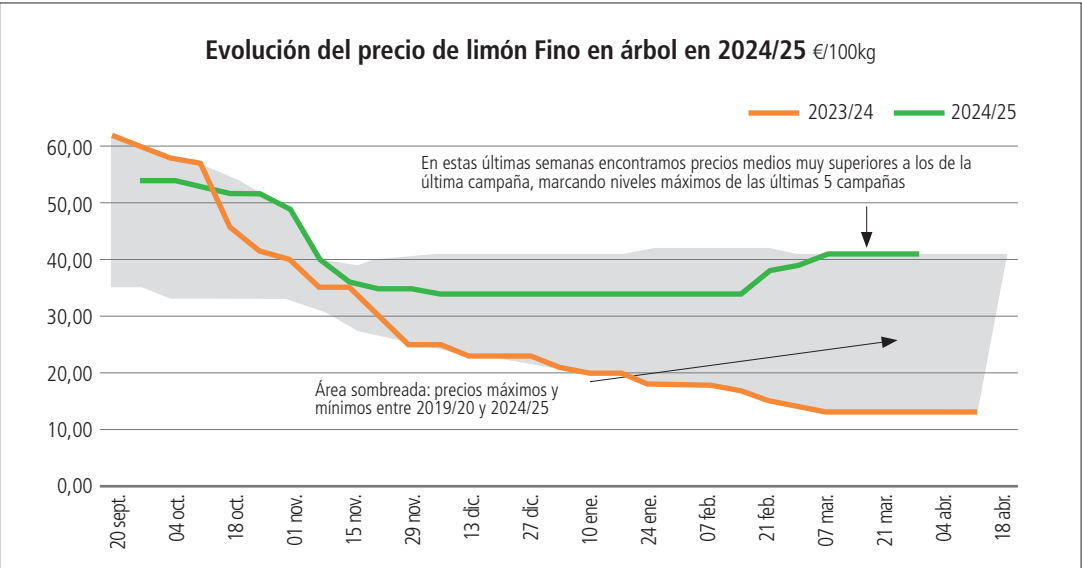
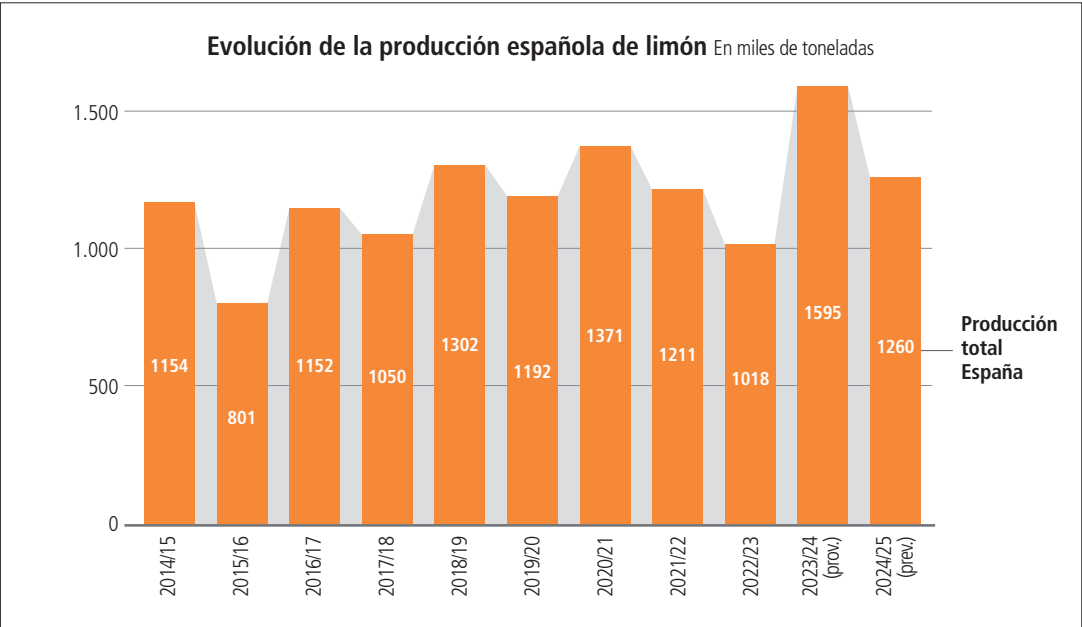
■ MENOS OFERTA GLOBAL

De acuerdo con las últimas previsiones del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), la producción mundial de limón para la campaña 2024/25 se estimará en aproximadamente 10,2 millones de toneladas, lo que representa una disminución del 6% en comparación con la campaña anterior. Esta reducción se debe principalmente a la caída de producción en varios de los principales países exportadores.

Turquía lidera este descenso con una disminución del 31,2%, alcanzando los 1,6 millones de toneladas, seguida por la Unión Europea, que experimenta una disminución del 14,4% (1,52 millones de toneladas). Argentina también ve una reducción de su producción, con una caída del 4,8%, situándose en 1,38 millones de toneladas. La disminución en estas regiones ha superado los incrementos registrados en México y Estados Unidos, que se consolidan como los principales impulsores del crecimiento en esta campaña. Ambos países aumentan su producción en un 8%, alcanzando los 3,5 millones de toneladas en el caso de México y 1 millón de toneladas en el de Estados Unidos. Además, destacan los crecimientos de Sudáfrica e Israel, con un aumento del 6,9% en ambos casos.

Cabe señalar que, si bien países como China e India se encuentran entre los mayores productores mundiales de limón, no se incluyen en estas cifras ofrecidas por el USDA por su escasa incidencia en el comercio internacional.

Partiendo de este criterio y del contexto que plantea, México refuerza su liderazgo como el principal productor mundial, con una participación del 34% en la producción global. Le siguen Turquía con el 16%, a pesar de su significativo retroceso; la Unión Europea con el 15%, y Argentina, que mantiene una cuota del 14%. Por su parte, Estados Unidos ha alcanzado el 10%, consolidándose como un actor cada vez más relevante en el mercado global, seguido por Sudáfrica, con una cuota del 8%. El resto del mercado está conformado por países de mucho menor volumen, como Israel, Chile, Japón o Arabia Saudita, entre otros.



Evolución de las exportaciones españolas de limón en 2024/25						
	Miles de toneladas			Millones de €		
	2023/24	2024/25	Variación	2023/24	2024/25	Variación
Sept	26	32	27%	41	56	35%
Oct	51	53	4%	70	79	14%
Nov	57	55	-3%	70	71	2%
Dic	75	70	-6%	85	85	1%
Ene	60	62	4%	68	74	9%
Feb	58	57	-2%	62	66	7%
TOTAL	326	330	1%	396	432	9%

Datos acumulados (septiembre-febrero) y variación interanual. Fuente: Plataforma Tierra, Datacomex.

En esta nueva campaña, las cuotas de producción reflejan la creciente relevancia de América del Norte en el suministro mundial de limón, frente a la contracción observada en los países del arco mediterráneo.

■ ESPAÑA, RESPONSABLE DEL DESCENSO EN EUROPA

Se estima que la producción de limón en España para la campaña 2024/25 alcanzará las 1.260.000 toneladas, lo que supone una reducción del 21% respecto a la campaña anterior, cuando se alcanzaron 1.595.000 toneladas.

Esta caída se enmarca en una corrección tras ese fuerte repunte de la campaña previa, y refleja la alta variabilidad de la producción española en los años más recientes.

España, como principal productor de limón en la Unión Europea, desempeña un papel determinante en la evolución de la oferta comunitaria.

La previsión para 2024/25 tiene implicaciones significativas a nivel europeo, ya que la caída en España explica aproximadamente el 77% de la contracción de la oferta comunitaria.

En los últimos diez años, la producción española de limón ha mostrado una evolución irregular, alternando campañas de fuerte incremento con otras de retroceso. A pesar de ello, con una última estimación superior al promedio de la última década, la producción española se mantiene robusta y continúa siendo clave en el abastecimiento de limón tanto a nivel europeo como internacional.

■ RECUPERACIÓN DE PRECIOS

La campaña 2024/25 ha experimentado una notable mejora en las cotizaciones del limón en origen, especialmente en comparación con el comportamiento observado en la campaña 2023/24, cuando los precios alcanzaron valores históricamente bajos. Esta recuperación por tanto ha generado un clima de optimismo en el sector, tras un ejercicio anterior marcado por la presión de la oferta.

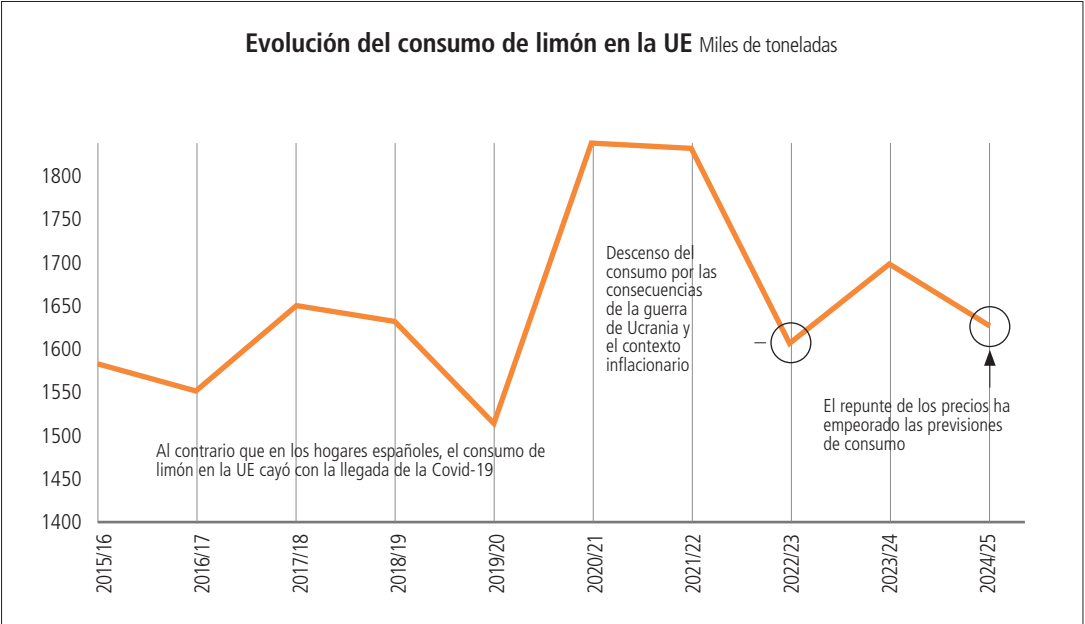
Aunque el inicio de la campaña fue prudente, con precios en septiembre ligeramente inferiores a los del año previo, a partir de octubre las cotizaciones adoptaron una trayectoria más sólida, manteniéndose de ma-

nera constante por encima del promedio de las últimas cinco campañas e incluso alcanzando los niveles más altos de este periodo.

Según los datos oficiales, entre febrero y marzo de 2025, los precios se situaron en un rango de 34 a 41 €/100 kg, en contraste con los valores de apenas 13 a 17 €/100 kg registrados en el mismo periodo del año anterior. En términos generales, el precio medio de la campaña hasta finales de marzo se encuentra alrededor de los 40 €/100 kg, lo que representa un incremento del 46% respecto a la campaña 2023/24 y un nivel ligeramente superior al promedio quinquenal.

■ MÁS EXPORTACIÓN PESE A LA MENOR OFERTA

Durante el primer semestre de la campaña 2024/25 (septiembre-febrero), las exportaciones españolas de limón alcanzaron un total de 330.000 toneladas, lo que representa un incremento del 1,2% respecto al mismo periodo de la campaña anterior. Este crecimiento moderado contrasta con la reducción observada en la producción nacional, contribuyendo así a la estabilización del merca-



do. Un aspecto destacado de esta campaña ha sido el adelanto en los envíos, especialmente en los meses de septiembre (+27%) y octubre (+4%).

En valor, las exportaciones alcanzaron los 432 millones de euros en el período analizado, lo que supone un aumento del 9% en comparación con el mismo intervalo de 2023/24, registrando incrementos positivos en todos los meses evaluados.

Así, aunque el volumen exportado entre septiembre y febrero apenas mostró variaciones, el valor generado por estas exportaciones experimentó un crecimiento notable. Esto pone de manifiesto una mejora significativa en el precio medio de exportación. Al analizar este dato, se observa que el precio medio por tonelada exportada pasó de aproximadamente 1,21 €/kg en la campaña 2023/24 a 1,31 €/kg en la campaña 2024/25, lo que supone un incremento del 8,3%.

■ EVOLUCIÓN DESIGUAL POR DESTINOS

En cuanto a los países compradores, Alemania se mantiene como el principal mercado de destino, con 116.000 toneladas exportadas y un valor de 171 millones de euros, lo que supone incrementos interanuales del 11% en volumen y del 21% en valor. Este crecimiento del valor por encima del volumen refleja un sólido posicionamiento del limón español en el mercado alemán.

Francia ocupa el segundo lugar, con un volumen de importación estable de 58.000 toneladas, pero con un aumento del 9% en el valor de sus compras, que alcanzaron los 78 millones de euros. Este comportamiento sugiere una mejora en el precio medio del producto exportado.

En contraste, el Reino Unido ha reducido ligeramente su volumen de importación (-1%), situándose en 39.000 toneladas, mientras que el valor ha descendido un 8%, hasta los 40 millones de euros. Tendencias similares se observan en Polonia e Italia, con caídas pronunciadas del 21% en volumen y descensos de dos dígitos en el valor exportado (-11% y -12%, respectivamente).

Por otro lado, se detectan señales positivas en mercados europeos menos tradicionales para este producto. Países como la República Checa, Austria, Bélgica y Suiza han experimentado crecimientos tanto en volumen como en valor, con incrementos de hasta un 18% en el valor exportado. Estos datos evidencian una creciente diversificación geográfica en la demanda y un

En esta nueva campaña, las cuotas de producción reflejan la creciente relevancia de América del Norte en el suministro mundial de limón, frente a la contracción observada en los países del arco mediterráneo

El potencial productivo español alcanza ya aproximadamente 54.000 hectáreas, es decir, unas 1.000 hectáreas más que en la campaña anterior, que fue un ejercicio récord

renovado interés por el limón español en Europa Central.

En conjunto, los resultados de la campaña 2024/25 muestran una evolución favorable para las exportaciones españolas de limón, aunque persisten desafíos en mercados consolidados como el Reino Unido, Italia o Polonia.

■ CRECIMIENTO MODERADO DEL MERCADO EUROPEO

Durante el periodo comprendido entre octubre y enero de la campaña 2024/25, el mercado de la Unión Europea (UE-27) registró un incremento del 3,6% en el volumen total de limón comercializado.

En dicho periodo, España exportó 381.706 toneladas de limón, lo que representa un aumento del 2,9% respecto al mismo intervalo del año anterior. No obstante, su cuota de mercado se redujo ligeramente hasta el 70,6%, reflejo de una competencia persistente por parte de otros países exportadores. Aun así, España mantiene una posición claramente dominante, y la evolución del mercado continúa estando fuertemente influenciada por la oferta nacional.

Italia, por su parte, se consolida como el otro gran productor europeo, aunque a una notable distancia de España en términos de volumen. Durante el periodo contemplado, sus exportaciones al mercado comunitario aumentaron en torno al 20%, lo que refleja una tendencia al alza, si bien su impacto en el conjunto del mercado sigue siendo limitado frente al liderazgo español.

En cuanto a la presencia de países terceros, ésta ha aumentado, aunque sigue siendo limitada. Destacan los incrementos de Turquía (+5,8%) y Sudáfrica (+29,4%) en sus exportaciones a la UE. En contraste, Argentina redujo drásticamente sus envíos (-65,4%). A pesar del crecimiento de estos competidores, los volúmenes procedentes de estos países siguen siendo considerablemente inferiores a los de origen español durante este tramo de la campaña.

■ PERSPECTIVAS DEL CONSUMO EUROPEO Y ESPAÑOL

Al analizar el mercado del limón, es importante considerar que se trata de un producto con una demanda relativamente inelástica. Esto significa que, a corto plazo, el consumo no responde de forma significativa a las variaciones de precio. En otras palabras, tanto si los precios suben como si bajan, los volúmenes demandados tienden a mantenerse estables, ya que el limón es un producto con un consumo habitual y difícil de sustituir en ciertos usos culinarios y domésticos.

En este contexto, y según las previsiones publicadas por el USDA, el consumo de limón en Europa para la campaña 2024/25 se estima en 1.625.000 toneladas, lo que supone una leve disminución del 4% respecto al 1.696.000 toneladas registradas en la campaña anterior (2023/24). Esta moderación en la demanda está vinculada, en parte, al incremento de precios provocado por una menor cosecha, lo que ha limitado ligeramente el acceso al producto, especialmente en los mercados más sensibles al precio.

En el caso de España, el consumo de limones frescos en los hogares mantuvo una tendencia descendente sostenida desde comienzos de 2023 hasta la primavera de 2024. La media mensual móvil (calculada a partir de los consumos de los doce meses anteriores) pasó de 7.880 toneladas en enero de 2023 a un mínimo de 7.059 toneladas en abril de 2024, reflejando una contracción acumulada de casi un 10% en ese periodo.

A partir de mayo de 2024, sin embargo, se observa un cambio de dirección en la serie, con una recuperación progresiva que sitúa el promedio en 7.325 toneladas en noviembre. Este repunte responde directamente a una mejora en los datos mensuales de consumo registrados entre mayo y octubre, que en todos los casos superaron los valores correspondientes del año anterior.

Exportaciones españolas de limón en 2024/25 según destino				
	Volumen (miles de t)	Variación	Valor (M de €)	Variación
Alemania	116	11%	171	21%
Francia	58	0%	78	9%
Reino Unido	39	-1%	40	-8%
Polonia	17	-21%	19	-11%
Italia	15	-21%	16	-12%
Países Bajos	13	-2%	14	7%
R. Checa	12	2%	14	11%
Austria	7	6%	11	17%
Bélgica	7	7%	11	18%
Suiza	5	4%	8	17%
Resto	40	-1%	49	4%
TOTAL	330	1%	432	9%
Datos acumulados (septiembre-febrero) y variación interanual. Fuente: Plataforma Tierra, Datacomex.				

Principales proveedores extracomunitarios y exportaciones españolas de limón al mercado europeo				
	23/24	24/25	Variación	Cuota 24/25
Argentina	13	5	-65,4%	1%
Egipto	9	12	34,6%	2%
Sudáfrica	27	35	29,4%	6%
Turquía	102	108	5,8%	20%
España	371	382	2,9%	71%
TOTAL	522	541	3,6%	100%
Datos acumulados (septiembre-marzo), variación interanual y cuota de mercado. En miles de toneladas. Fuente: Monthly imports of citrus fruit to the EU y Citrus trade (European Commission) y Ailimpo Campo (núm. 46)				

La entrada de estos meses más dinámicos en el cálculo anual permitió revertir parcialmente la tendencia previa.

Este comportamiento sugiere una cierta reactivación de la demanda doméstica durante el segundo y tercer trimestre del año, posiblemente influida por factores estacionales o por un mayor dinamismo del canal Horeca. No obstante, el retroceso interanual observado en noviembre no nos permite hablar de que la recuperación esté afianzada.

Será clave seguir de cerca los datos del cierre de año y del primer trimestre de 2025 para evaluar si este repunte se consolida como un cambio de ciclo o si responde únicamente a una fase puntual de mejora.

■ CONCLUSIONES

La campaña de limón 2024/25 ha estado marcada por una significativa recuperación de precios en origen respecto al ejercicio anterior, situándose un 46% por encima del valor medio de la campaña 2023/24 y consolidándose también por encima del promedio de las últimas cinco campañas. Esta mejora se produce en un contexto de menor producción global, estimada en 10,2 millones de toneladas (-6%), con descensos relevantes en Turquía, la Unión Europea y Argentina, que no han podido ser compensados del todo por los incrementos registrados en México, Estados Unidos, Sudáfrica e Israel.

En el ámbito comunitario, la oferta ha disminuido un 14,4%, debido en gran medida a la caída de la producción española. Pese a esto, la campaña sigue situándose por encima de la media de la última década, lo que evidencia la capacidad productiva estructural del sector. En paralelo, las exportaciones españolas han mostrado una ligera mejora en volumen y un aumento notable en valor, impulsadas por una revalorización del precio medio de exportación.

El mercado comunitario mantiene un crecimiento moderado, con España como líder indiscutible a pesar de una ligera reducción en su cuota de mercado. En cuanto al consumo, se detecta una leve contracción a nivel europeo, aunque con señales de recuperación parcial del consumo doméstico en España a partir de mayo de 2024.

Por último, es importante manifestar algunas consideraciones sobre la evolución del potencial productivo, ya que la caída de la producción en esta campaña no puede atribuirse a una reducción de superficie, sino más bien a condiciones climatológicas adversas —especialmente la sequía—, que afectaron al desarrollo del fruto, resultando en calibres menores.

A pesar de ello, el potencial productivo español alcanza ya aproximadamente 54.000 hectáreas, es decir, unas 1.000 hectáreas más que en la campaña anterior, que fue un ejercicio récord. Esta expansión se ve reflejada también en los datos de los viveros, donde en la campaña 2022/23 se comercializaron más de 800.000 limoneros, de los cuales más de 500.000 se destinaron a nuevas plantaciones.

Este crecimiento estructural plantea ciertos interrogantes a futuro. La entrada en producción de nuevas plantaciones y la madurez creciente del arbolado (entre uno y dos años más que hace dos campañas) podrían provocar, en caso de condiciones climáticas y hídricas normales, un nuevo escenario de exceso de oferta en el corto o medio plazo. Esta posibilidad, aunque aún incierta, representa un factor a vigilar estrechamente por su potencial impacto en el equilibrio del mercado y en la rentabilidad del sector.

“Limón 24/25: balance y perspectivas” por Pablo Izu en Plataforma Tierra bajo la licencia CC BY 4.0. <https://www.plataformatierra.es/mercados/limon-24-25-balance-perspectivas>

Turquía, campaña marcada por el clima, una calidad irregular y la prohibición de exportar limón

Cae la producción citrícola y se registran problemas de calidad, costes y logística

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

La campaña 2024/2025 no ha sido fácil para los citricultores turcos. A las inclemencias meteorológicas, con olas de calor, sequía y heladas en la zona mediterránea, se ha sumado una controvertida intervención del Gobierno en el mercado del limón, que dejó al sector desconcertado y visiblemente molesto.

El 8 de abril, el Ministerio de Comercio turco (MoT), en coordinación con el de Agricultura y Silvicultura (MinAF), impuso un veto temporal a las exportaciones de limón. Justificaron la medida por un supuesto riesgo de desabastecimiento derivado de las heladas, y aseguraron que buscaban “proteger el suministro alimentario y la seguridad, facilitar el acceso público a alimentos a precios razonables y evitar subidas especulativas en el mercado”.

Pero la medida generó un fuerte rechazo entre productores y exportadores, que aseguraron no haber sido consultados previamente y advirtieron del riesgo de perder mercados estratégicos. “Las existencias almacenadas son más que suficientes para cubrir la demanda interna”, recordaron las aso-

ciaciones sectoriales. También alertaron del peligro de que los precios en origen se desplomasen y de que se perdiera competitividad internacional.

Apenas dos días después, el 10 de abril, el Gobierno reculó y levantó la restricción, aunque advirtió que vigilaría de cerca los precios en el mercado interno.

Según una de las principales compañías de exportación del país —Eren—, esta forma de actuar refleja un problema más amplio: la falta de previsibilidad y de diálogo en la política comercial del Ejecutivo. “Las intervenciones deben aplicarse de forma gradual, no repentina, y siempre tras consultar al sector”, subrayaron desde la compañía.

En la recta final de la campaña 2024-2025, Turquía cierra su temporada con una caída estimada del 36% en su producción total de cítricos —alrededor de 5 millones de toneladas— y un descenso del 31% en la cosecha de limones, hasta 1,6 millones de toneladas.

■ CALIDAD, COSTES Y LOGÍSTICA

Más allá del episodio del limón, la campaña ha sido muy complicada para todo el sector citrícola turco. En la franja mediterrá-



A pesar de todo, Turquía ha logrado esta temporada mantener su presencia en los principales destinos internacionales. / MINAF

nea —de donde procede la mayor parte de la producción— las temperaturas extremas del verano y un invierno con clima casi primaveral dañaron gravemente los cultivos. Aunque el volumen global se ha acercado a las previsiones iniciales, la calidad del fruto ha sufrido importantes desviaciones, con un incremento notable de calibres estándar y de segunda.

A esto también hay que sumar la fuerte presión de los costes, tanto en *inputs* agrícolas como en transporte, en un contexto de inflación interna y tipos de cambio inestables. Además, los retrasos logísticos provocados

por la crisis en el Canal de Suez, debida a la inestabilidad geopolítica internacional, afectaron especialmente a los envíos hacia Asia, poniendo en riesgo la frescura del producto y elevando aún más los costes de transporte.

■ MERCADO INTERNACIONAL

En términos comerciales, Turquía ha logrado esta temporada mantener su presencia en los principales destinos internacionales, aunque con matices regionales.

En Rusia, su principal mercado, las ventas se han mantenido relativamente estables, aunque el debilitamiento del rublo redujo

ligeramente la demanda. En Europa, el comportamiento ha sido desigual. Mientras Polonia ha mostrado una tendencia positiva —con un crecimiento acumulado del 50% en las importaciones desde Turquía en los últimos cinco años—, algunos países de Europa del Este han ralentizado compras por motivos económicos y logísticos. En Europa occidental, la demanda se ha mantenido firme, sobre todo para las mandarinas.

Los mercados de Oriente Medio también han ofrecido estabilidad, con compras regulares por parte de Arabia Saudí y Emiratos Árabes Unidos, pese a la tensión política en la región.

En Asia, la demanda ha seguido creciendo, aunque el colapso logístico del Canal de Suez ha dificultado las entregas. Pese a todo, Asia sigue siendo un mercado con mucho potencial para los cítricos turcos.

■ FUTURO

De cara a futuras campañas, el sector citrícola turco confía en una estabilización del clima y en una mayor previsibilidad institucional. Con condiciones meteorológicas normalizadas, evitando episodios extremos, Turquía espera mejores rendimientos y una fruta de mayor calidad.

También mira con atención la evolución del comercio internacional, especialmente la competencia con Egipto y Marruecos, que siguen ganando terreno en mercados como Europa y Rusia.

En cuanto a la regulación nacional, el sector insiste en que el Gobierno debe actuar con mayor previsión. Las asociaciones reclaman un modelo más participativo, basado en datos objetivos y consultas previas con los operadores.

Sudáfrica prevé un retroceso del 5% en sus exportaciones

El país mantiene una oferta cítrica global equilibrada pese al descenso del limón, y advierte sobre los retos logísticos y comerciales que amenazan su competitividad internacional

► NR. REDACCIÓN.

El pasado mes de marzo, Sudáfrica en sus previsiones citrícolas para 2025 calificó la producción como estable, con un crecimiento moderado. Según el comunicado publicado por la Citrus Growers' Association of Southern Africa (CGA), las estimaciones apuntan a volúmenes muy similares a la media quinquenal, lo que garantiza una oferta suficiente para sus mercados globales. Sin embargo, no todas las categorías siguen el mismo patrón: el limón será la única variedad mayoritaria que reduzca su volumen respecto al año anterior.

En concreto, Sudáfrica prevé exportar 32,9 millones de cajas de 15 kg de limón, lo que supone una caída del 5% en comparación con 2024. El descenso afecta a regiones clave como Sundays River Valley, Senwes (Marble Hall y Groblersdal), Boland y Patensie, aunque Hoedspruit compensará parcialmente con un repunte en su producción.

Pese a la contracción general, los primeros limones sudafricanos llegaron a mediados de marzo a destinos como Oriente Medio, Rusia y Canadá.

“El equilibrio entre oferta y demanda nos permitirá servir adecuadamente a nuestros clientes, sin riesgo de saturación en los mercados”, señaló Gerrit van der Merwe, presidente de la CGA. A juicio de la asociación, la calidad de la fruta es excelente este año, lo que contribuye a reforzar el posicionamiento de los cítricos sudafricanos.

■ DIVERSIFICACIÓN VARIETAL

Aunque el limón será la nota negativa en términos de volumen, otras variedades cítricas muestran signos de recuperación o crecimiento. Las naranjas Navel, tras un ejercicio complicado marcado por las inundaciones en el Cabo Occidental y las heladas en Limpopo, repuntarán un 5%, con 26,1 millones de cajas previstas. Por primera vez, el grupo de trabajo correspondiente ha dividido las estimaciones entre Navels tempranas/medias (11,34 millones) y Navels tardías (14,75 millones), una medida destinada a mejorar el seguimiento de la campaña.

Más destacable es el caso de la naranja Valencia, cuya producción llevaba cuatro años en ligero

retroceso. En 2025 se prevé una recuperación del 6% hasta alcanzar los 52 millones de cajas.

El pomelo también crecerá un 6%, hasta 13,5 millones de cajas de 17 kg. Su pico de exportación se ha situado entre mediados de abril y mediados de mayo, y este año ha contado con una campaña específica en Europa dirigida a incrementar su consumo entre los jóvenes.

En cuanto a las mandarinas tempranas, las variedades Satsuma y Nova presentan estabilidad o ligeras variaciones. Se espera que Satsuma mantenga los 1,8 millones de cajas alcanzados en 2024, mientras que Nova se contraerá un 2% (4,5 millones). La clementina, por el contrario, experimentará un crecimiento del 10%, con 5,4 millones de cajas previstas. Las estimaciones para las mandarinas tardías no se conocerán hasta bien entrado el mes de junio.

■ LIMÓN

La bajada en los volúmenes de limón debe interpretarse dentro de una dinámica internacional compleja. En los últimos años, Sudáfrica se ha consolidado



El limón es el único que reduce su volumen respecto al año anterior. / CGA

como uno de los grandes proveedores mundiales de limón fresco, especialmente durante el contraestación. La contracción de este año, aunque moderada, puede tener implicaciones relevantes en términos de posicionamiento comercial, sobre todo ante un contexto de fuerte competencia con otros países del hemisferio sur como Argentina o México, y una creciente presión regulatoria desde mercados clave como la Unión Europea.

Los desafíos logísticos internos también pesan sobre el desarrollo del sector. Según un estudio del Bureau for Food and Agricultural Policy (BFAP), las ineficiencias en los puertos y la red ferroviaria le cuestan a la industria cítrica sudafricana 5.270 millones de rands al año (más de 259 millones de euros). Aunque se han producido avances —como la adquisición de nuevos equipos por parte de Transnet—, la CGA insiste en que sólo una reestructuración profunda liderada por el sector público podrá garantizar la eficiencia a largo plazo.

Mitchell Brooke, responsable de desarrollo logístico en la CGA, apunta: “La colaboración con el sector público es esencial para transformar nuestros sistemas logísticos. El crecimiento sostenible de nuestras exportaciones depende directamente de esta transformación”.

■ OBJETIVO 2032

El sector cítrico sudafricano mantiene la ambición de alcanzar los 260 millones de cajas exportadas para 2032, lo que implicaría crear 100.000 nuevos empleos. Sin embargo, este objetivo sólo será viable si se superan los cuellos de botella logísticos y se resuelven las disputas comerciales abiertas.

La bajada del limón en 2025, aunque coyuntural, no deja de ser un síntoma de las tensiones estructurales que vive el sector. La capacidad de adaptación de Sudáfrica y su apuesta por la calidad, la diversificación y la defensa activa de sus intereses en los mercados internacionales marcarán los próximos años.

Koppert alerta del aumento del cotonet debido al clima húmedo

Con la llegada del calor y la humedad, Koppert advierte que el cotonet va a ser una de las plagas protagonistas en el cultivo del limón en los próximos meses

► **KOPPERT.**
El cotonet (*Planococcus citri*), también conocido como cochinilla harinosa, va a ser la plaga protagonista en los cultivos de limón durante los próximos meses. El clima húmedo está favoreciendo la presencia de esta plaga, que encuentra ahora las condiciones idóneas para reproducirse en los cultivos de cítricos en general y de limón en particular. Aunque puede haber diferencias locales en determinadas zonas, desde el departamento técnico de Koppert advierten de que será un año, en líneas generales, marcado por la intensidad en la presencia del cotonet. Por este motivo, se hace necesario comenzar ahora con las sueltas de los enemigos naturales del cotonet con fines curativos para controlar eficazmente la plaga y continuar las sueltas hasta finales del mes de agosto, aunque lo ideal sería haber comenzado en el mes de abril con las sueltas preventivas, mucho antes de que la plaga sea visible.

Koppert basa el control biológico del cotonet en la utilización de la avispa parásita *Anagyrus vladimiri*, que se comercializa con la marca Citripar. Las hembras adultas de estas avispas parasitan las cochinillas, principalmente el segundo y tercer estadio larval de las cochinillas harinosas. Posteriormente, las pupas se desarrollan en la piel momificada del huésped y se parecen a larvas de cochinilla hinchadas. Después de que las avispas parásitas hayan emergido, las pupas vacías presentan un orificio de salida irregular en el extremo posterior de la momia.

Citripar tiene una trayectoria comercial muy sólida y acaba de actualizarse su envase para mejorar tanto la sostenibilidad como la experiencia de usuario. En concreto, el envase rediseñado incluye una tapa perforada con un adhesivo que simplifica el proceso de aplicación. El me-



Koppert basa el control biológico del cotonet en la avispa *Anagyrus vladimiri*, que se comercializa con la marca Citripar. / KOPPERT



En breve, y para la araña roja, Koppert aconsejará a los productores la colocación de los sobres de Spical Ulti-Mite. / KOPPERT

canismo de suspensión se mantiene sin cambios, lo que permite colocar fácilmente el producto en las ramas, protegido frente a las hormigas. Además, el nuevo en-

vase de Citripar está fabricado principalmente con materiales reciclables. Koppert también recomienda iniciar ahora las sueltas de

Aphytis (avispa parásita *Aphytis melinus*) para el control biológico de piojo rojo y piojo blanco (*diaspinos*). La hembra adulta de *A. melinus* busca activamente a

su presa y una vez localizada, parasita la plaga introduciendo un huevo dentro de la misma. El huevo depositado en el interior de la plaga eclosiona y la larva se alimenta de los tejidos de la plaga, consumiéndola y causando su muerte. Tras completar su desarrollo, la larva emerge como una nueva avispa parasitoide adulta.

■ **ARAÑA ROJA**
Al igual que el clima húmedo favorece la presencia del cotonet, también ayuda a reducir la intensidad de la plaga de araña roja (*Tetranychus urticae*), que ya comienza a verse en los cultivos de limón debido a la llegada del calor. En breve, Koppert comenzará a aconsejar a los productores la colocación de los sobres de Spical Ulti-Mite, que contienen el ácaro depredador *Neoseiulus californicus*, muy eficaz a la hora de localizar la plaga y depredarla con rapidez. Los sobres Ulti-Mite para la liberación progresiva de ácaros depredadores en el cultivo ofrecen la ventaja de que son resistentes a la intemperie y al agua. Tienen un diseño único para resistir niveles bajos de humedad, por lo que son ideales para utilizar en entornos en los que los sobres de papel tradicionales tienden a secarse y a rendir menos. Estos sobres de cría funcionan como un motor continuo, permitiendo que los ácaros depredadores se reproduzcan dentro del sobre y emerjan gradualmente durante un periodo de 4 a 6 semanas. El material especial de Ulti-Mite retiene la humedad esencial en su interior, garantizando que los ácaros puedan completar sus ciclos reproductivos sin interrupción.

Por último, el departamento técnico de Koppert recomienda especial atención con la llegada de la brotación, a finales de verano, frente a las plagas de trips, como *Scirtothrips*. Se aconseja proteger al cultivo con sueltas del ácaro depredador *Amblyseius swirskii*, que tiene capacidad natural para depredar esta plaga. Como siempre, las dosis de suelta y el momento para realizarla son factores clave que pueden marcar la diferencia entre el fracaso y el éxito en el control biológico. Koppert recomienda siempre tomar estas decisiones con el apoyo de asesoramiento técnico cualificado.

Valencia Fruits

donde y como quieras

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

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:

CON DOMICILIO EN:

CALLE:

E-MAIL:

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

BANCO/CAJA:

DNI/NIF:

CP:

NÚMERO:

TEL.:

IBAN Nº

Firma

citrosol

AgroBank

AgroFresh

valencia

fruits

Esta semana

3

8

12

14

16

Las lluvias no merman la calidad del melón y la sandía murciana

Pymes y Pymes aseguran que el cultivo de melón y sandía es rentable para el verano

fruits

ANUARIO

HORTOFRUTICOLA

2023-2024

INCLUYE DIRECTORIO

ALCOXARQUA

El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso

Valencia Fruits / Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2 / 46005 Valencia Spain / Tel 963 525 301 / www.valenciafruits.com / E-mail info@valenciafruits.com

Ahora ítrico se escribe con Z

DECCO Zox, tu nueva solución
para el control del podrido.
El complemento perfecto
para prevenir y romper
las resistencias.



PRIMER Y ÚNICO FORMULADO
DE AZOXYSTROBIN
REGISTRADO EN EUROPA
PARA LA POSTCOSECHA
DE CÍTRICOS

Descúbrelo en deccopostharvest.com/es