

valencia• fruits

1 de julio de 2025 • Número 3.114 • Año LXIII • Fundador: José Ferrer Camarena • 5 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTÍCOLA FUNDADO EN 1962



Según la primera estimación, Cataluña aumenta un 43% su cosecha respecto al año anterior y se mantendrá un 7% por debajo de la producción de los últimos 5 años. / ARCHIVO

Cataluña recupera parte de su potencial productivo de pera

Europa confirma para esta temporada un incremento del volumen de cosecha

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Según los datos presentados el pasado 25 de junio por Afrucat en el Congreso Internacional de la Pera, Interpera, celebrado en la ciudad de Hasselt (Bélgica), Cataluña estima que recuperará un 43% de toda su cosecha de pera en la próxima campaña, superando las 100.000 toneladas de producción. No obstante, los datos reflejan un descenso del 7% respecto a la media de los últimos 5 años (periodo 2020-2024).

Esta primera estimación no contempla las últimas granizadas que, según fuentes del Departamento de Agricultura, habrían afectado a 1.120 hectáreas de fruta dulce, con una previsión de daños finales de entre el 20% y el 40%.

Los datos muestran una recuperación de las variedades Conference, Williams y Barlet (sin alcanzar todavía su potencial), mientras que las peras de verano, Limonera, Ercolini y Blanquilla (menos afectadas en la pasada campaña) presentan una previsión de cosecha ligeramente inferior a la del año pasado.

Europa también muestra una recuperación generalizada en las

previsiones de cosecha de pera, a excepción de Francia, que prevé un descenso del 9% en su cosecha debido a una elevada caída fisiológica de frutos.

Del resto de países, sólo España, Bélgica y Francia han adelantado sus primeras estimaciones de cosecha: con un incremento del 31% en España y unas previsiones de aproximadamente 320.000 toneladas; un incremento del 25% en Bélgica, con una previsión de alrededor de 317.000 t; y un descenso del 9% en Francia, con una previsión de unas 124.000 t. Italia y Países Bajos confirman su recuperación pero no han facilitado volúmenes. En el congreso se han señalado los fallos de floración, las heladas y las granizadas puntuales como las causas que impedirán alcanzar el pleno potencial productivo europeo.

No obstante, según el director general de Afrucat, Manel Simon, “hay una sensación de optimismo moderado entre las zonas productoras europeas, que se debe a dos factores principales: por un lado, la recuperación parcial de este potencial productivo de pera, que nos permitirá abastecer adecua-

damente a nuestros clientes y, por otro, el hecho de que no se solapará producción de la campaña pasada con esta nueva cosecha, ya que estamos terminando la campaña con las cámaras vacías”.

■ **INTERPERA 2025**

Durante la conferencia, además de avanzar las previsiones de cosecha, los expertos del sector debatieron una serie de preocupaciones comunes para el futuro del cultivo como las dificultades de mano de obra, la necesidad de adaptar las prácticas agrícolas ante las restricciones fitosanitarias o la gestión del agua. También se habló de la importante cuestión del descenso del consumo, sobre todo entre los jóvenes.

En el discurso de apertura del congreso, Jo Brouns, ministro Regional de Agricultura de Flandes, elogió la capacidad de recuperación del sector de la pera, al tiempo que reafirmó la importancia de sus tres pilares: investigación e innovación, promoción y cooperación internacional.

En cuanto al balance de 2024, para los principales países productores de peras —Bélgica, Es-

paña, Francia, Italia, Países Bajos y Portugal—, la campaña pasada fue satisfactoria para la mayoría, a pesar de la persistencia de obstáculos que complican cada vez más la producción. Las restricciones fitosanitarias y la falta de alternativas eficaces hacen cada vez más complicado combatir el aumento de enfermedades y plagas. El coste de la mano de obra y su falta de disponibilidad es otro de los problemas expuestos. De ahí el creciente interés del sector por la robotización. Otro de los temas que suscita gran preocupación es la gestión del agua. El almacenamiento sigue siendo insuficiente a pesar de los periodos de lluvias, lo que hace que la disponibilidad sea irregular y difícil de prever. En la conferencia, la caída del consumo también fue otro tema recurrente. Por lo que los expertos señalaron la necesidad de replantearse el atractivo de la pera para atraer a nuevos consumidores.

Ante los desafíos a los que se enfrenta el sector, los expertos subrayaron que “la necesidad de reunirse, compartir ideas e innovar juntos nunca ha sido mayor. Ese es el espíritu de Interpera”.



Esta semana

- 4

Arranca la certificación de las primeras picotas del Valle del Jerte
- Las exportaciones hortofrutícolas crecen un 2% en volumen y el 10% en valor hasta abril



- 8

La superficie de cultivo de aguacate continúa creciendo en España
- 9

La Región de Murcia ultima el registro de tres nuevas variedades de fruta de hueso



- 15

LaEntrevista Joaquín Rubio Gomariz, nuevo presidente de la interprofesional Ailimpo



ÍNDICE	
Agrocomercio	3
Agrocultivos	8
Agrocotizaciones	10
Noticias de Empresas	14



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

Pacto generacional en el campo

Por GONZALO GAYO

La agricultura ofrece un mundo de oportunidades a los jóvenes en España y especialmente al liderazgo de las mujeres en un relevo generacional urgente y necesario. Nuestra agricultura necesita una auténtica revolución con la incorporación del talento de los jóvenes a los pueblos en un mundo rural que envejece sin alternativas. Las administraciones se han puesto manos a la obra en la tarea de coordinar un gran pacto generacional en Europa y cuyo plan se dará a conocer en septiembre.

Mientras en las grandes ciudades se levantan muros en el acceso de la vivienda con salarios que apenas garantizan una supervivencia sin horizontes, el campo espera con los brazos abiertos lleno de oportunidades laborales y emprendedoras, con viviendas asequibles, energías renovables para continuar la labor en la elaboración de productos en un mundo necesitado de alimentos saludables con una demanda creciente en los próximos años.

La agricultura necesita renovar el pacto con una generación que da la espalda a las oportunidades de futuro en buena medida por el sufrimiento que han soportado sus mayores y la falta de apoyo de las administraciones. En pocos años miles de agricultores se jubilarán en España y Europa, sin un relevo que permita hoy garantizar la continuidad de explotaciones agrarias y ganaderas. Trabajo hay y habrá para el que quiera emprender en contacto con la naturaleza, sin hipotecar sus vidas con los ladrillos y siendo conscientes de poder alcanzar las metas que se propongan en función de su esfuerzo.

Necesitamos ese gran pacto generacional para el campo con el apoyo y concreción de ayudas de las administraciones, y especialmente de una PAC que hoy se cocina a fuego lento en Bruselas para abrir nuevos horizontes.

La vida en el campo no es fácil, nadie lo oculta, pero hay que encontrar las palancas que permitan incorporar a generaciones de jóvenes con el talento y liderazgo de mujeres dispuestas a construir un futuro que satisfaga las necesidades alimenticias y el desarrollo personal de vidas reconectadas con la naturaleza.

Las administraciones deben escuchar a las organizaciones agrarias en sus demandas de apoyo a los jóvenes en el acceso a las tierras abandonadas, facilidades en la financiación, implementación de las nuevas tecnologías, acceso al agua para todos, servicios públicos en el mundo rural con la ayuda de nuestras universidades e investigadores detectando oportunidades de futuro además de viviendas asequibles en la España vaciada, pero con todo el potencial por reconquistar.

El mundo rural y las nuevas tecnologías ofrecen grandes oportunidades



El campo ofrece oportunidades a los jóvenes como Sarah G. / GONZALO GAYO

frente a un mundo urbanita que colapsa en la vivienda y frena la emancipación de jóvenes que hipotecan sus vidas en ladrillos y asumen empleo alejados de su talento, pese a la formación adquirida con tanto esfuerzo.

Además, con las nuevas tecnologías y herramientas como la IA y el Big Data podemos analizar al detalle las oportunidades del territorio conociendo la demanda de productos antes de ser plantados. Podemos planificar tareas y optimizar recursos y esfuerzos que mejoren la calidad de vida en el campo. Hay que sumar esfuerzos y mirar con otros ojos las oportunidades que ofrece un mundo rural que hay que reinventar y redescubrir para devolverle la vida.

Cierto es que hay que exigir a la UE lealtad con sus agricultores y el apoyo necesario en esta revolución generacional pendiente. Hay que insistir en resolver el problema del agua para poder distribuir un recurso de todos que garantiza la vida.

El mundo rural ofrece grandes oportunidades laborales en la agricultura pero también en la emancipación de generaciones que no encuentra salidas en sus proyectos vitales. Hay alternativas a las grandes ciudades reconectando con el ciclo de la naturaleza a través de la agricultura.

Desde Bruselas andan repensando la futura PAC con la idea de apoyar el emprendimiento rural y a los jóvenes en una apuesta clara por la agricultura ecológica que favorezca la mejora del medioambiente y la biodiversidad. Las organizaciones agrarias también reiteran que se acabaron las prórrogas para un relevo generacional que requiere de pactos, acuerdos e inversiones cuanto antes.

También en sede ministerial o desde el Palau de la Generalitat preparan medidas urgentes que garanticen un relevo gene-

racional en la agricultura. El catálogo de medidas abarca desde la mejora en el acceso a la tierra y al crédito, incentivos a la contratación de seguros agrarios, programas de formación práctica, asesoramiento personalizado y ayudas específicas para jóvenes y mujeres, entre otros. Todos ellos articulados dentro del Plan Estratégico de la PAC y de la Estrategia Nacional de Alimentación (ENA) y que buscan dotación presupuestaria en la PAC. La futura estrategia europea de relevo generacional se presentará en septiembre próximo por el comisario de Agricultura y Alimentación, Christophe Hansen. También, en sede ministerial anuncian la próxima presentación de una hoja de ruta que contendrá un catálogo de iniciativas en distintos ámbitos para favorecer la incorporación de jóvenes. En el Palau de la Generalitat trabajan en unos presupuestos para 2026 con medidas de apoyo a los jóvenes agricultores.

En todas las administraciones coinciden en que el relevo generacional es la única garantía de futuro para asegurar la continuidad de la agricultura y la supervivencia del medio rural, por lo que es “probablemente el número uno de todos los retos” a los que se enfrenta el sector agroalimentario español y europeo, según señala el ministro Luis Planas.

La estrategia sobre relevo generacional que Bruselas presentará en septiembre se coordinará con las distintas administraciones y esperemos que recojan las propuestas de las organizaciones agrarias para garantizar la compatibilidad y la máxima sinergia entre las iniciativas. Además, la futura Ley de Agricultura Familiar, cuya redacción está en proceso de redacción, tendrá entre sus principales objetivos la atracción de jóvenes y mujeres a las explotaciones agrarias familiares.

Conviene recordar que los datos apuntan que en 2030, dos de cada tres titulares de explotaciones agrarias estarán en edad de jubilación y actualmente sólo el 9% tiene menos de 41 años. No hay más tiempo que perder con la esperanza de que las administraciones actúen coordinadas y cooperando por el bien de los jóvenes y de un sector estratégico que necesitamos para comer y vivir.

España es una potencia agroalimentaria mundial. Tenemos la generación de jóvenes mejor preparada de la historia. El campo ofrece grandes oportunidades al talento de nuestros jóvenes y una elevada posibilidad de empleo con las mejores perspectivas de futuro si nos ponemos manos a la obra. La España vaciada y el mundo rural ofrecen oportunidades para generaciones de jóvenes dispuestos a tomar el relevo de un pacto milenario con la naturaleza y los valores que durante generaciones atesoran las mujeres y hombres del campo.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

Andalucía cierra una campaña citrícola marcada por las dificultades del sector

La campaña ha sido media en precios y en producción con 2,3 millones de toneladas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN

Durante la XVII edición de la Jornada de Cítricos organizada por Asaja-Sevilla celebrada el 26 de junio, se ofrecieron en primicia los datos de cierre de la campaña citrícola andaluza 2024-2025, cuya producción finalmente ha sido un 4% superior a lo aforado por la Junta y se ha situado en 2,3 millones de toneladas. El balance de una campaña citrícola media en precios y en producción se ha visto empañado por las dificultades que atraviesa este sector, como la falta de agua o de mano de obra, la competencia de terceros países o la caída del consumo.

El jefe del Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura, Juan Bascón, analizó la situación actual del sector, ofreciendo en primicia los principales datos de cierre de la campaña andaluza 2024-2025. Según informó, de las 88.593 hectáreas de cítricos de superficie que se ha plantado en Andalucía, casi el 68% lo ocupa la naranja (61.088 ha, 28.004 ha de Sevilla), un 23% la mandarina (20.461 ha, 3.805 ha en Sevilla) y un 8% el limón (7.044 ha, 207 ha en Sevilla).

En cuanto a la producción, se han alcanzado finalmente en esta campaña los 2.353.387 millones de toneladas, un 3,98% más de lo inicialmente aforado, correspondiente a: 1.645.964 t de naranja (+6% respecto a la media 19/20-23/24), 560.531 t de mandarina (+11%) y 99.182 t de limón (-6%). Según señaló Bascón, ha sido una campaña media, pese a que la producción haya sido un 24% mayor que la de la campaña anterior, ya que esta fue muy baja, con 1.899.577 t. En Sevilla, la producción de cítricos ha sido de 1.049.429 toneladas.

El valor de la esta producción ha sido de 1.081 millones de euros, 557 correspondientes a la naranja, 496 a la mandarina y 28 al limón. Bascón destacó el valor de la mandarina, “que está creciendo de forma espectacular en los últimos tiempos”.

Respecto a los precios, Bascón explicó que la naranja comenzó con unos precios por encima de la campaña anterior que se han mantenido bien, al igual que la mandarina, y destacó que el precio medio ponderado de la naranja que ha recibido el agricultor en árbol en lo que llevamos de campaña es de 0,31 €/kg, un 22% mayor que en el de las últimas campañas, mientras que el precio de salida de la central de manipulación ha sido de 0,86 €/kg, un 46% más que la anterior



En esta campaña se han alcanzado las 2.353.387 millones de toneladas, un 3,98% más de lo inicialmente aforado. / ARCHIVO

campaña, una tendencia al alza que invita a reflexionar sobre los altos costes que está soportando toda la cadena.

Otro aspecto para reflexionar fue la caída del consumo de naranja, en continua tendencia a la baja, y que ha descendido de 20,5 kg por persona al año en 2014 a 10,6 kg en 2024, un descenso que no se ha dado en mandarina ni limón.

En cuanto al mercado exterior, las importaciones de naranja por la UE27 continúan creciendo ligeramente, con un incremento medio anual del 4%. Egipto acapara ya el 51% de estas importaciones, mientras que Sudáfrica aporta el 35%.

Enfrentar la gran competencia en la primera parte de la campaña de los cítricos que entran en Europa procedentes de Sudáfrica y, en la segunda parte, de los que proceden de Egipto y Turquía, es por tanto, como señaló Bascón, “uno de los grandes desafíos del sector, que se suman a la necesidad de aumentar el consumo, la escasez de mano de obra en general y especializada, la dificultad en combatir las plagas y el riesgo de entrada de nuevas (HLB,...), la preocupación por el acuerdo de Mercosur y la incertidumbre por el impacto de políticas arancelarias proteccionistas”.

■ SECTOR VITAL

El subdirector general de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria, Pedro Cerezuela, destacó la importancia del sector de los cítricos en Andalucía, donde el cultivo ocupa en esta

Se adelanta el balance de una campaña citrícola media en precios y en producción que se ha visto empañado por las dificultades que atraviesa este sector, como la falta de agua o de mano de obra, la competencia de terceros países, las plagas o la caída del consumo

campaña 2024-2025 una superficie de más de 88.500 hectáreas y ha obtenido una producción de 2,3 millones de toneladas, con un valor de esta producción de 1.000 millones de euros. Como informó, “este cultivo es símbolo y entidad de muchas comarcas andaluzas y, especialmente, en la provincia de Sevilla, que aporta más del 36% de la producción andaluza”. “Nuestra comunidad, además, posee la mayor superficie ecológica de España, con más de 12.000 hectáreas y más de 2.250 operadores ecológicos y un gran potencial de crecimiento. Andalucía también es líder en producción integrada, con más de 6.000 hectáreas”, explicó.

Pese a su importancia, como explicó Cerezuela, el sector de los cítricos no es ajeno a la realidad: “A los problemas estructurales, como el del acceso al agua, la falta de mano de obra o de relevo generacional, hay que sumar la competencia cada vez mayor que suponen los cítricos que llegan de otros países (Sudáfrica, Egipto, el nuevo acuerdo de Mercosur,...), el impacto de las políticas proteccionistas de Estados Unidos, los nuevos retos que plantea el cambio climático o las exigencias del consumidor en el mercado”.

■ DEBATE

Para reflexionar sobre todos estos datos el evento contó con una mesa redonda moderada por la presidenta de Asaja-Sevilla, María Morales, en la que participaron figuras clave representativas de todo el ámbito citrícola andaluz: el presidente de Asaja Andalucía, Ricardo Serra; el vicepresidente de Asociafruit, José Rodríguez; el presidente de la sectorial citrícola de Cooperativas Agroalimentarias, Francisco Bernal, y el responsable de la cadena agroalimentaria de Mercadona en Andalucía, Rubén López.

Ricardo Serra destacó entre los principales problemas que encuentran los citricultores la falta de capacidad que tienen para entender y procesar la cantidad de información de la que disponen o la dificultad para sacar adelante su cultivo, ante la falta de agua y la ausencia de medidas para solucionar este problema. Además, señaló la falta de mano de obra como otra de las grandes dificultades del sector: “La situación laboral de este país es una catástrofe, hay paro en los pueblos y no se encuentra gente para recoger la fruta, el sistema que tenemos hoy induce al frau-

de, hay un problema de legislación muy serio y, además, no sólo no es una cuestión de cantidad sino también de calidad, porque los trabajadores que se encuentran no están especializados”, aseguró el presidente de ASAJA Andalucía.

Otro tema preocupante que puso sobre la mesa es el de los precios, “el pago a resultados es el cáncer del sector, hay que hacer un contrato y el precio debe quedar fijado en él, esto es imprescindible”. Serra también abogó por incrementar la promoción de nuestro producto nacional, ante el descenso del consumo, que ha caído a la mitad en las naranjas, y poner en valor nuestro producto, que es de excelente calidad. “Y entre esta calidad se encuentra también la “fruta fea”, que se elimina por pequeñas manchas en la piel o detalles insignificantes, cuando el precio de esta fruta que se tira, que es óptima para el consumo, acaba repercutiendo en la fruta que finalmente se vende”, aseguró.

Por su parte, Francisco Bernal apuntó como estrategia para ayudar a superar las dificultades del sector la concentración: “Es una herramienta fundamental, hay que unirse para producir y comercializar en común; aunque en las cooperativas no estemos exentos de problemas, establecer alianzas y estar concentrados abarata costos y optimiza el proceso para que el producto finalmente pueda ser rentable”.

También al estar unidos, como apuntó José Rodríguez, el agricultor puede estar mejor informado y estar al tanto de las tendencias, “acercar al agricultor a la cadena de valor, así como aplicar las nuevas tecnologías en todos los momentos de la producción son dos cuestiones fundamentales para poder ser más eficientes y rentables”. Asimismo, como defendió, implementar mejoras en la mecanización permite no depender tanto de la mano de obra que, al igual que Serra, señaló como uno de los grandes problemas del sector. “Además de que las exigencias normativas que nos impone la UE no se cumplen en muchos de los cítricos importados, pese a que nos aseguren que son muy estrictos en los controles, estos países, como por ejemplo Egipto, no tienen el mismo coste en la mano de obra; en este sentido, la continua subida de los salarios mínimos también va en contra de nuestra competitividad y nos supone una desventaja importante”.

La distribución, parte igualmente interesada en que la cadena agroalimentaria sea sostenible para poder seguir vendiendo, tampoco lo tiene nada fácil. Así lo puso de manifiesto Rubén López, quien aseguró que el mercado es muy competitivo y los clientes son muy exigentes. “No sólo demandan productos de cercanía, sino tener siempre disponibles muchas variedades de frutas, a lo largo de muchos meses, y a buen precio y calidad, lo que no es nada sencillo y requiere un gran esfuerzo para la distribución”.

Arranca la certificación de las picotas del Jerte

El Consejo Regulador de la DOP Cereza del Jerte prevé certificar 3.000 toneladas esta campaña

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte ha empezado a certificar las primeras picotas de la temporada. Una campaña que arranca con la previsión de certificar tres millones de kilos entre las cuatro variedades amparadas: Ambrunés, Pico Negro, Pico Limón y Pico Colorado.

El Consejo Regulador inició la temporada en el mes de mayo con dos variedades de cerezas, Burlat y Navalinda, las más tempranas del valle. También se ha comenzado a certificar otra variedad, la Van. Y ahora es el turno de las picotas del Jerte. La auténtica picota alcanza su grado óptimo de maduración a mediados de junio, casi un mes más tarde que las variedades de cereza más tempranas. Es en este punto cuando la DOP Cereza del Jerte comienza su certificación, un riguroso proceso de selección que garantiza la máxima calidad del producto.

El presidente del Consejo Regulador de la DOP Cereza del Jerte, José Antonio Tierno, explica que “la campaña de este año avanza con un ligero retraso, pero con buenas perspectivas”. En este sentido, destacó la calidad de las cerezas certificadas hasta la fecha. Además, indicó que “se espera alcanzar la previsión de siete millones de kilos de cereza certificada”. Por su parte, la campaña de la picota del Jer-



La campaña de picota de este año avanza con un ligero retraso, pero con buenas perspectivas. / DOP

te arranca “con una previsión de tres millones de kilos”. Sin embargo, José Antonio Tierno recordó que “todo depende de que no haya problemas de climatología adversa durante la campaña”. Y añadió que las amenazas de tormenta de los últimos días “no han afectado a la producción del valle”.

■ PRIMERAS PICOTAS

Las primeras picotas de la temporada pertenecen a la variedad Ambrunés. Con ellas se da comienzo a la campaña de este fruto único de esta región del norte de Extremadura. Una campaña que desde la DOP reciben “muy ilusionados y con muchas ganas. Se trata de un

periodo muy importante para la Denominación de Origen, ya que la picota es nuestro buque insignia. La certificación supone una de las fechas señaladas en el calendario”, concluyó José Antonio Tierno.

Desde el Consejo Regulador, insisten, además, en que “no todas las cerezas son picotas”.

Esta última es una variedad originaria del Valle del Jerte, que presenta una serie de particularidades que le diferencian de las distintas variedades de cereza y le convierten “en un producto único y un alimento gourmet muy valorado en los círculos gastronómicos”.

“La diferencia más visible en las picotas es la ausencia de pedúnculo. Cuando estas alcanzan el grado óptimo de maduración, se desprenden del mismo de forma natural. Así, este queda prendido y el fruto, completamente sellado, se recoge a pie de árbol”, explica el presidente del Consejo Regulador.

Sin embargo, esto no es lo único que la diferencia de las variedades de cereza. “La picota es más pequeña en calibre, pero más grande en sabor. Destaca por su dulzor y textura crujiente en boca. Además, tiene una mayor vida útil, ya que puede aguantar hasta dos y tres semanas en la nevera. Todo ello le convierte en un producto muy valorado, que se transforma en seña de identidad del Valle del Jerte”, indica Tierno.

Este año, como novedad, el grupo de picotas coincidirá en el mercado con las variedades de cereza certificada Van y Lapins, las más tardías de la cosecha. Por ello, desde la DOP insisten en la importancia de mostrar al consumidor las particularidades de cada variedad para que sepa cómo diferenciarlas.

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN**
La exportación española de frutas y hortalizas frescas en el primer cuatrimestre del año ha aumentado un 2% en volumen y un 10% en valor respecto al mismo periodo de 2024, totalizando 4,6 millones de toneladas y 7.703 millones de euros respectivamente.

Según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales procesados por la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas (Fepex), la exportación de hortalizas de enero a abril de 2025 se mantuvo en los mismos volúmenes que en el mismo periodo del año anterior, con un -0,3%, situándose en 2,5 millones de toneladas, mientras que el valor creció un 10%, totalizando 4.069 millones de euros.

De las principales hortalizas exportadas, registraron comportamientos positivos, tanto en las cantidades como o en el valor obtenido, lechugas, coles y pepinos mientras que pimientos y tomates descendieron en volumen y mejoraron el valor.

Los envíos al exterior de lechuga se situaron en 400.660 toneladas (+3%) y 532 millones de euros (+15%); los de coles totalizaron 310.813 toneladas (+3%) y 468 millones de euros (+7%) y los de pepino se situaron en 319.522 toneladas (+4%) y 503 millones de euros (+22%).

Las exportaciones hortofrutícolas crecen un 2% en volumen y el 10% en valor hasta abril de 2025

De las principales hortalizas exportadas, registraron comportamientos positivos las lechugas, coles y pepinos



La exportación de frutas y hortalizas en el primer cuatrimestre ha totalizado 4,6 millones de t y 7.703 millones de euros. / ARCHIVO

La exportación de frutas se situó en 2 millones de toneladas (+4%) impulsada por la naranja, que fue la fruta más exportada en el periodo analizado

En cuanto al pimiento, las exportaciones en el primer cuatrimestre del año se elevaron a 370.312 toneladas (-3%) y 898 millones de euros (+17%) y las de tomates bajaron un 13% en volumen, situándose en 318.803 toneladas y mejoraron el valor en un 2%, totalizando 593 millones de euros.

La exportación de frutas se situó en 2 millones de toneladas (+4%) y 3.633 millones de euros (+10%) impulsada por la naranja que, además de ser la fruta más exportada en el periodo analizado, vio incrementados sus envíos al exterior un 18% en volumen y un 13% en valor, totalizando 700.338 toneladas y 647 millones de euros.

A la naranja le sigue la mandarina y el limón y tras los cítricos, figuran los frutos rojos, con la fresa a la cabeza y una exportación de 199.136 toneladas, el mismo volumen que el año anterior y 699 millones de euros (+10%).

Las cooperativas agroalimentarias andaluzas superaron los 12.200 millones en facturación en 2024

El aumento del 5,2% respecto al año anterior se debe al impulso de sectores clave en la comunidad tales como el aceite de oliva y la ganadería

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
Las cooperativas agroalimentarias andaluzas cerraron 2024 con una facturación récord de 12.200 millones de euros, lo que supone un incremento del 5,2% respecto al ejercicio anterior, según el balance presentado por Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía durante su asamblea general celebrada el pasado viernes 27 de junio en Vélez-Málaga.

Este crecimiento se ha visto impulsado principalmente por los precios del aceite de oliva y el buen comportamiento del sector ganadero, a pesar de las dificultades que ha supuesto la sequía generalizada en la región y el incremento de los costes de producción.

La federación, que agrupa a 617 cooperativas y más de 340.000 agricultores y ganaderos andaluces, ha destacado la labor “incansable” de sus asociados, entre los que un 32% son mujeres y un 9,4% jóvenes, consolidando un relevo generacional progresivo y necesario.

El presidente de la organización, Fulgencio Torres Moral, ha subrayado la fortaleza del modelo cooperativo para “seguir creciendo en tiempos adversos”, aunque ha advertido que “un mercado al alza no es sinónimo de rentabilidad cuando los costes no paran de crecer y las producciones se reducen por la falta de agua”.

En su intervención, Torres ha incidido en el impacto de la sequía, que ha afectado a casi todos los cultivos andaluces, así como en las protestas del sector agrario celebradas este año, especialmente en los puertos de Motril (Granada) y Alge-



La federación agrupa a 617 cooperativas y más de 340.000 agricultores y ganaderos andaluces. / COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS DE ANDALUCÍA

Durante 2024, las líneas estratégicas de la federación se han centrado en la gestión del agua, la mano de obra y el relevo generacional

“Hemos demostrado que unidad y compromiso con el modelo cooperativo dan frutos”

ciras (Cádiz), donde denuncian la competencia desleal derivada de la entrada de productos de países terceros.

Durante 2024, las principales líneas estratégicas de la federación se han centrado en la gestión eficiente del agua, la escasez de mano de obra, la innovación tecnológica, el fomento del relevo generacional y la respuesta a los desafíos geopolíticos, incluidos los aranceles.

A pesar de las dificultades, el presidente de Cooperativas Agro-alimentarias ha querido dejar un mensaje positivo: “Una vez más, hemos demostrado que la unidad y el compromiso con el modelo cooperativo dan frutos”.

Agricultura y Fepex destinarán 780.000 euros a la promoción del sector hortofrutícola

El convenio financiará la participación en ferias clave entre 2025 y 2026

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (Fepex) han renovado su convenio de colaboración para destinar 780.000 euros a la promoción internacional del sector hortofrutícola durante los años 2025 y 2026.

Según se recoge en el Boletín Oficial del Estado (BOE), el objetivo del acuerdo es reforzar la visibilidad y competitividad de la producción española de frutas y hortalizas en los principales certámenes profesionales a nivel mundial.

Ambas entidades financiarán el proyecto de forma equitativa, con una aportación del 50% por parte de cada institución. Esta iniciativa se enmarca dentro de la Estrategia Nacional de Alimentación (ENA) y del programa Alimentos de España, que impulsa el reconocimiento internacional de la calidad, diversidad y excelencia de los productos agroalimentarios nacionales.



Plano de Fruit Attraction 2024. / FA

global del sector hortofrutícola español.

El MAPA ha destacado el valor institucional de este acuerdo, especialmente en lo que respecta al respaldo a Fruit Attraction, considerada como una de las ferias de referencia del calendario europeo, cuya próxima edición tendrá lugar en Ifema Madrid del 30 de septiembre al 2 de octubre de 2025.

Con esta actuación, Agricultura y Fepex refuerzan su apuesta conjunta por la internacionalización, la apertura de nuevos mercados y el fortalecimiento de la imagen del sector hortofrutícola español como uno de los más avanzados y competitivos del mundo.

Julio Yagüe, nuevo presidente del Comité Aragonés de Agricultura Ecológica

► **JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.**
Julio Yagüe, un apicultor nacido en la localidad zaragozana de Ariza en 1985, es el nuevo presidente del Comité Aragonés de Agricultura Ecológica. Encabezaba la candidatura “Diversidad de producciones en igualdad de condiciones” que componían productores y elaboradores afiliados a la Unión de Agricultores y Ganaderos de Aragón, (UAGA), que ganó las recientes elecciones. Recibió 304 votos frente a los 168 de Aragón Ecológico Unido, la otra candidatura que también concurría. De esta forma, se cierra un periodo de incertidumbre en dicho Comité al haber sido impugnadas y judicializadas las anteriores elecciones de 2023.

“Diversidad de Productores en Igualdad de Condiciones” presentó una candidatura basada en un equipo diverso y con más representación de los cultivos y territorios. Su programa de acción comprende diversos ejes: gestión y comunicación, promoción y ventas y formación e innovación.



Nuevo presidente del Comité Aragonés de Agricultura Ecológica. / JAVIER ORTEGA

Pero, sin duda, uno de los puntos fuertes del programa es la apuesta por la certificación pública y única para que haya un mismo criterio para certificar a todos los operadores y la agricultura ecológica se pueda certificar en todo el territorio de la comunidad aragonesa, independientemente de la localización de la producción y del tamaño de la explotación agraria y ganadera.

Julio Yagüe es licenciado en Historia por la Universidad de Zaragoza, ha vivido en Inglaterra, Alemania, Hungría, Bucarest y Estambul, donde trabajó como profesor de español. En 2018 volvió a Ariza para dedicarse a la apicultura, al tiempo que cursó un máster de administración de empresas y marketing.

Yagüe se muestra esperanzado con el momento que vive la agricultura ecológica en Ara-

gón que dice crece “a pesar de las dificultades”.

La agricultura ecológica ocupa más de 106.000 hectáreas, y hay cerca de 1.700 operadores entre agricultores y ganaderos ecológicos. Se han creado más de 250 empresas vinculadas a la agricultura y ganadería ecológica. Dicha superficie representa aproximadamente el 3% del total de tierras cultivadas en la comunidad y ha crecido un 48% en los últimos años.

PORTUGAL

Información elaborada por
Nerea Rodríguez



Aumenta la exportación hortofrutícola lusa

Portugal se consolida como proveedor de frutas y hortalizas de calidad para más de noventa mercados a nivel mundial

Con una agricultura que conjuga tradición e innovación, Portugal ha logrado posicionarse como un actor destacado en el escenario hortofrutícola europeo. Las exportaciones del sector de frutas, hortalizas y flores alcanzaron los 2.500 millones de euros en 2024, lo que supone un incremento del 7,5% respecto al año anterior, y un volumen total de 1,8 millones de toneladas. Una cifra que confirma la solidez de su modelo agroexportador, centrado en productos de calidad, adaptación al mercado y sostenibilidad ambiental.

“El sector portugués es dinámico y competitivo. Ha sabido diversificar su oferta, apostar por la calidad y responder a las tendencias de consumo saludables y sostenibles”, afirma Iara Martins, gestora del área agroalimentaria de la agencia de inversión y comercio AICEP, en un extenso análisis publicado por la propia agencia.

Portugal cuenta con una amplia oferta frutícola, desde referencias tradicionales como la pera Rocha del Oeste —única y protegida—, la manzana de Alcobça, la naranja del Algarve o la uva del Douro, hasta nuevas apuestas como el aguacate, el kiwi o el higo chumbo.

“El aguacate se ha integrado con fuerza en la dieta portuguesa y su cultivo ha crecido en regiones como el Algarve, Madeira o los Açores”, explica Martins. El kiwi, aunque no forma parte de la tradición agrícola portuguesa, se ha beneficiado de microclimas favorables y de la selección de variedades adaptadas, consolidándose como otra alternativa viable.

Entre los pequeños frutos, la frambuesa, el arándano o la mora se han ganado un lugar propio en la agricultura nacional gracias a su elevado valor nutricional y económico. En este sentido, Gonçalo Santos Andrade, presidente de la asociación Portugal Fresh, subraya una ventaja clave: “Portugal se diferencia por su clima atlántico, que permite producir frambuesa durante las 52 semanas del año. Es una ventaja competitiva innegable y se refleja en el crecimiento de nuestras exportaciones”.

En los archipiélagos, destacan la banana de Madeira, valorada tanto en el mercado interno como en el externo, y el ananás de los Açores, un cultivo de nicho que suma valor a la diversidad agrícola de la región.

■ HORTALIZAS AL ALZA

Aunque la fruta lidera las exportaciones, el sector horticola portugués también muestra signos positivos. La patata es el producto más representativo, destinado sobre todo al consumo nacional pero con una creciente salida exterior. También destacan la lechuga, la cebolla, la zanahoria, el brócoli o la coliflor, muy valoradas en mercados europeos como Reino Unido, Francia o Alemania.

Las exportaciones horticolas sumaron 430 millones de euros entre enero y noviembre de 2024, lo que supone un incremento del 28% respecto a 2020. En ese año, Portugal se situó como el 25º mayor exportador mundial de hortalizas.

El ajo portugués también ha ganado presencia internacional, especialmente en Francia, Alemania y Reino Unido, aunque compite con potencias como España o China.

■ CALIDAD, INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

Según AICEP, el éxito exportador portugués se explica por tres factores fundamentales: calidad, innovación y sostenibilidad. “La excelencia de los productos y su diversidad permiten atender nichos exigentes, con altos estándares de calidad”, apunta Martins.

El uso de tecnologías modernas en el cultivo, la conservación y la trazabilidad ha mejorado la eficiencia y garantizado la seguridad alimentaria. A ello se suman las prácticas agrícolas sostenibles: mejor gestión del agua, reducción de residuos, preservación del suelo y respeto por el entorno. “Estas prácticas no solo reducen el impacto ambiental, sino que también agregan valor comercial al producto”, añade.

“Contamos con un sector altamente tecnológico, moderno y orientado al mercado, que practica una agricultura de precisión con un equilibrio adecuado entre sostenibilidad ambiental, social y —sin olvidar— económica, lo que nos permite rentabilizar las inversiones y generar empleo”, destaca Gonçalo Santos Andrade. “Las empresas están realizando fuertes inversiones tanto en producción como en centros de recepción, calibrado y expedición de productos”, destaca el presidente de Portugal Fresh.

La modernización del transporte y las cadenas de frío ha facilitado una exportación eficaz. Gracias a ello, las frutas y hortalizas portuguesas llegan frescas y en condiciones óptimas a mercados como España, Francia, Países Bajos, Alemania o Reino Unido.

■ DESAFÍOS

Pese a los avances, el sector portugués afronta importantes desafíos estructurales. “El mayor factor limitante hoy es el acceso al agua”, advierte Gonçalo Santos Andrade. “La superficie de regadío es muy limitada y muchas zonas requieren urgentemente obras de modernización”.

Portugal Fresh defiende la necesidad de construir nuevos embalses, charcas y sistemas de almacenamiento, tanto a pequeña como gran escala, para garantizar la disponibilidad hídrica. Este punto fue uno de los ejes del IV Congreso Portugal Fresh, celebrado en febrero, junto a temas como el cambio climático, las tendencias del mercado, la sostenibilidad y la innovación varietal.

MAF RODA
AGROBOTIC

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



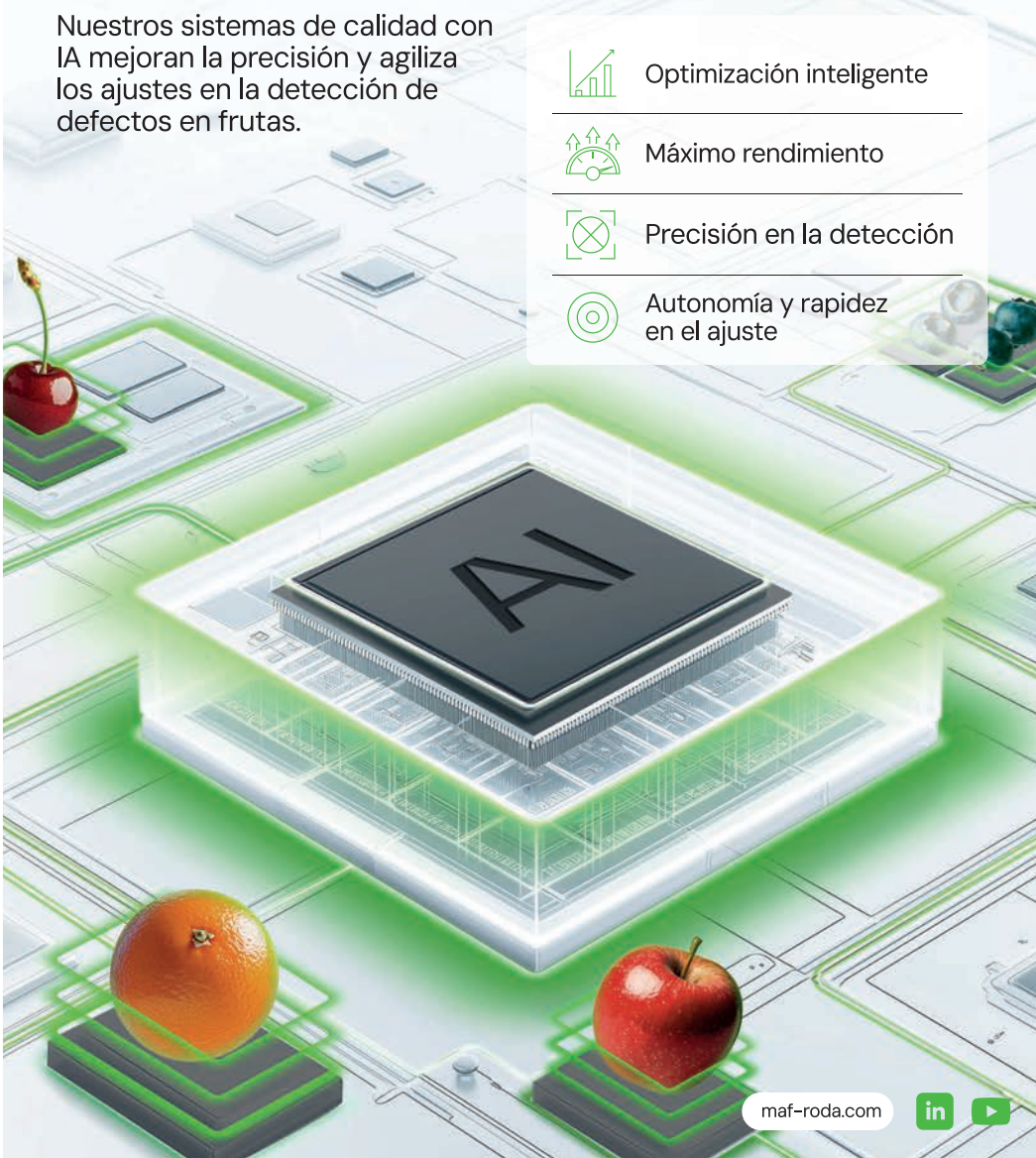
Máximo rendimiento



Precisión en la detección



Autonomía y rapidez en el ajuste



maf-roda.com

in

▶

“Estamos apostando por variedades más adaptadas a las alteraciones climáticas, capaces de producir más con menos recursos, sobre todo agua”, explicó Andrade.

Otro punto sensible es la mano de obra. En el congreso también se abordó el papel de los trabajadores migrantes, considerados “clave para la evolución positiva que ha tenido el sector”.

■ PRESENCIA EXTERIOR

Los programas públicos de apoyo han desempeñado un papel decisivo en la internacionalización del sector. La labor de entidades como AICEP —con financiación, formación y promoción comercial— ha sido clave para consolidar la presencia exterior de las empresas portuguesas, que en 2023 fueron 742 en frutas y 591 en hortalizas.

Portugal, que ocupó en 2023 el puesto 33 entre los principales exportadores mundiales de frutas, aspira a seguir escalando posiciones gracias a la diversificación de mercados, la innovación en productos con valor añadido —como los ecológicos y procesados— y una oferta ajustada a las nuevas demandas del consumidor global.

“El sector ha sabido aprovechar oportunidades como la demanda creciente de alimentos saludables y sostenibles”, concluye Martins. Y a la luz de los datos, el futuro hortofrutícola de Portugal parece tener raíces firmes y frutos prometedores.

La internacionalización de las frutas, hortalizas y flores portuguesas es hoy una realidad consolidada. Desde la fundación de Portugal Fresh en 2010, el país ha triplicado sus exportaciones en el sector, alcanzando los 2.500 millones de euros en 2024. Una evolución que no sólo refleja el dinamismo del tejido empresarial, sino también el impacto de una estrategia bien estructurada de promoción exterior, innovación varietal y adaptación a las demandas globales.

“El sector agroalimentario ha sido uno de los motores más fiables de la economía nacional, incluso en momentos tan complejos como la pandemia”, subraya Gonçalo Santos Andrade, presidente de Portugal Fresh. “En los últimos 14 años, hemos multiplicado por 2,5 el valor de la producción y por 3 el volumen de exportaciones”.

La Unión Europea sigue siendo el principal destino de las frutas y hortalizas lusas, concentrando más del 80% del valor exportado. El país ha consolidado su presencia en mercados como España, Francia, Alemania, Países Bajos y Reino Unido, sin descuidar oportunidades fuera del bloque comunitario, especialmente en Estados Unidos, Brasil o Angola.

Aunque los datos más recientes por país no están disponibles, los informes de AICEP y Banco de Portugal confirman que España, Francia y Alemania lideran el ranking de los principales destinos de las exportaciones portuguesas, seguidos por Reino Unido, Italia, Países Bajos, Bélgica, Estados Unidos, Angola y Polonia. Este top 10 pone de relieve la fortaleza de la proximidad geográfica, pero también la capacidad de competir en economías exigentes.

En cuanto a los productos, destacan los pequeños frutos (como frambuesa, arándano y mora), el tomate fresco e industrial, los cítricos, la pera Rocha, las manzanas, las cebollas o el

ajo, así como flores y plantas ornamentales. “Nuestra ambición es seguir creciendo en mercados con poder adquisitivo y que valoren productos de alta calidad, como los que Portugal tiene para ofrecer”, afirma Santos Andrade.

■ FERIAS Y PROMOCIÓN

Desde su nacimiento, Portugal Fresh ha liderado una estrategia conjunta de internacionalización. La participación en ferias clave como Fruit Logística, Fruit Attraction, IPM Essen o SIAL París, así como la organización de misiones comerciales y acciones de promoción en mercados emergentes, ha permitido que las

empresas portuguesas ganen visibilidad y cuota de mercado.

“El acompañamiento de los delegados internacionales de AICEP y la colaboración con nuestras embajadas han sido esenciales para posicionar nuestros productos en el mundo”, explica Santos Andrade. Actualmente, la asociación reúne a 112 socios que representan a unos 5.000 agricultores. Portugal Fresh también ha contribuido a reforzar el valor de la marca país en el ámbito agroalimentario. “Promover el origen Portugal y las características únicas de nuestros productos ha sido parte de nuestra misión desde el primer día”, añade.



Fruit Logística es una cita obligada para las frutas y hortalizas lusas. / ARCHIVO



Apartado 105
2416-902 Leiria · PORTUGAL
Tel (+351) 244 88 01 60/1
www.plastidom.pt

Agrocultivos

El cultivo de aguacate sigue creciendo en España

El aumento del consumo y la rentabilidad están propiciando un constante incremento de la superficie plantada

► SALVADOR RUIZ. EFEAGRO.

El consumo europeo y mundial de aguacate sigue creciendo con precios que hacen que sus explotaciones agrícolas sean rentables, lo que, a su vez, conlleva que la superficie plantada de este cultivo en la península ibérica, incluido Portugal, también aumente y que se incremente la producción.

El director general de la compañía Trops, principal comercializadora española de aguacate, Víctor Luque, confirma esta tendencia y ha explicado que en zonas productoras como la Comunidad Valenciana se están plantando muchos aguacates.

Ello se debe a que en ese territorio están sustituyendo progresivamente al cítrico (naranja o limón), que sufre la competencia de países como Egipto, Sudáfrica o Argentina.

Luque ha explicado que el crecimiento de superficie plantada en la península ibérica se beneficia de las prácticas agronómicas para lograr mayor productividad y sostenibilidad, con menos consumo de agua y otros insumos.

Ante el incremento de volúmenes de fruta, la cooperativa Trops, líder español y europeo del sector, cree que debe prepararse y adaptarse, por lo que prevé invertir entre 30 y 40 millones de euros en los próximos tres o cuatro años para casi duplicar el tamaño de sus instalaciones y así disponer de mayor capacidad.

Entre 50.000 y 60.000 metros cúbicos operativos es con lo que

“La Axarquía necesita un plan de reconversión que en los próximos 5 años debe iniciarse”

cuenta en sus 10 centros de producción, desde Portugal hasta Castellón, y aunque las inversiones fundamentalmente se centrarán en su central, ubicada en Vélez-Málaga (Málaga) para disponer de 20.000 metros más, ampliarán también en otras zonas productoras.

“Allá donde haya aguacate estará Trops”, ha manifestado, además de añadir que el objetivo de la compañía es “seguir creciendo con los agricultores” porque sus socios “están recuperando los niveles productivos gracias al agua”, además del aporte que procede de las nuevas plantaciones de la Comunidad Valenciana, Cádiz o Huelva.

Sobre la comarca malagueña de la Axarquía, principal productor europeo de frutos subtropicales y considerada la despensa de Europa de estos productos, gracias a las lluvias de este año se recuperará “paulatinamente” una producción normal.

■ RENOVACIÓN INTEGRAL

“En la Axarquía hace falta un plan de renovación casi integral de plantaciones porque son antiguas, están muy castigadas por la sequía y tienen una raíz de origen mexicano. La calidad

de las aguas que vamos a tener en la zona desde ya con las regeneradas, y a futuro con las desaladas, no será la misma que hasta ahora, porque venía fundamentalmente del pantano de La Viñuela”, ha advertido.

En este sentido, ha precisado que habrá una mezcla de tres fuentes, del pantano, regeneradas y desaladas, y que “eso hace que las raíces tengan que ser especiales para ese tipo de agua, como son las israelitas o antillanas, mucho más adaptadas a la salinidad”.

“La Axarquía necesita un plan de reconversión que en los próximos cinco años debe iniciarse”, ha enfatizado Víctor Luque.

Para esa renovación, los agricultores disponen, para el 50%, de ayudas de fondos europeos y Trops ha firmado acuerdos con las entidades financieras Cajamar y CaixaBank, que han abierto líneas de financiación específicas para este plan y dan hasta cuatro años de carencia que permiten al agricultor renovar y no pagar nada hasta que el aguacate empiece a ser productivo, en tres años.

“Al agricultor le va a asegurar otros 25 o 30 años de prosperidad”, ha resaltado. El director general de la compañía Trops también se ha referido a la comarca de la Axarquía y a la Costa Tropical de Granada, de las que ha indicado que son zonas que “fueron pioneras, han sido las líderes del sector subtropical



Las hectáreas dedicadas a este cultivo no dejan de crecer en la península en zonas como la Comunidad Valenciana. / ARCHIVO

El crecimiento de superficie plantada en la península ibérica se beneficia de las prácticas agronómicas para lograr mayor productividad y sostenibilidad, con menos consumo de agua y otros insumos

en Europa y, lamentablemente, están dejando de serlo por la sequía primero y ahora por la calidad de las aguas que van a venir”.

Trops está impulsando que se arranquen árboles antiguos y se opten por las otras raíces. En unas jornadas técnicas abordaron el ejemplo real de un agricultor que quitó lo que tenía, mejoró la tierra y colocó nuevas plantas con el resultado de que donde obtenía 3.000 kilogramos

por hectárea, ha logrado este año en dos hectáreas 16.000.

Renovar una plantación cuesta entre 20.000 y 25.000 euros con lo que arrancar, triturar o renovar la tierra, entre otras acciones necesarias, según Víctor Luque.

Trops, con un 40% de cuota de mercado nacional de aguacate, tiene 4.000 agricultores asociados que suman 10.000 hectáreas de aguacate y mango entre Andalucía, Portugal y Comunidad Valenciana.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Conselleria de Agricultura, Agua, Ganadería y Pesca de la Generalitat ha destinado 450.000 euros en ayudas para explotaciones agrícolas de cereza de regadío afectadas por condiciones climáticas adversas, factores ambientales e incendios en la Comunitat Valenciana.

Los fenómenos climáticos adversos, producidos durante las últimas campañas, han provocado que la producción se haya visto seriamente mermada. En este sentido, el objeto de la concesión de estas subvenciones es la de compensar las pérdidas económicas de las explotaciones agrícolas de cereza afectadas por los factores climáticos acontecidos durante la campaña 2023 en la Comunitat Valenciana.

En el caso del cerezo, la floración en la primavera de 2023 tuvo una fecundación deficiente, y las altas temperaturas provocaron una considerable caída prematura del fruto. Aunque las lluvias de mayo y junio ayudaron parcialmente a reducir el estrés hídrico, también afectaron negativamente

Ayudas para explotaciones de cereza de regadío

COMUNITAT VALENCIANA / La Conselleria de Agricultura destina 450.000 euros para compensar las pérdidas de producción sufridas por el sector durante las últimas campañas



Los fenómenos climáticos adversos han mermado la producción en las últimas campañas. / ARCHIVO

La cereza genera riqueza y empleo en zonas de interior

te al desarrollo y maduración de las frutas de hueso, causando agrietamiento en la piel, especialmente en las cerezas.

El cultivo de la cereza desempeña un papel fundamental en el sector agrario de ciertas zonas de la Comunitat Valenciana, representando un motor económico que genera riqueza y puestos de trabajo en zonas de interior. Es un sector fundamental en términos de fijación de población, además de ser un elemento vertebrador que promueve el desarrollo rural sostenible, el mantenimiento del medioambiente y del paisaje.

Por ello, la Conselleria de Agricultura ha habilitado estas ayudas que fueron publicadas en el Diari Oficial de la Generalitat Valenciana (DOGV) el 25 de junio. Tras su publicación, los productores tienen un mes de plazo para presentar la solicitud.



Exposición de nuevas variedades en la finca experimental del IMIDA en la localidad murciana de Abarán. / CARM

Murcia ultima el registro de tres nuevas variedades de fruta de hueso

El Gobierno regional inicia el proceso para poner a disposición de los productores y de los mercados dos nuevas variedades de melocotón amarillo y otra de platerina

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**
El Gobierno regional de Murcia avanza en su programa de mejora genética e impulsa el desarrollo de nuevas variedades de fruta de hueso. Así, en el transcurso de las próximas semanas se iniciará el proceso de registro de tres nuevas variedades de melocotón amarillo y platerina, ampliando el catálogo de nuevas variedades a un total de 26, que se pondrán a disposición de los agricultores y productores.

La consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, avanzó el pasado 24 de junio durante una visita a la finca experimental del Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (IMIDA) en la localidad de Abarán que siguen incrementando el catálogo y “esperamos que en la próxima campaña los viveros puedan comenzar a multiplicar estas nuevas plantas, para su posterior comercialización, tal y como se viene haciendo con las 23 variedades registradas anteriormente”.

Estas variedades, que ya cultivan los grandes y medianos productores, al ser muy demandadas y valoradas por el consumidor, se comercializan a través de Viveros del Sureste, Viveros Mariano Soria, Viveros Jódar, Vivera, BombonFruit y Viveros José Antonio Gómez.

Rubira aseguró que las próximas tres a registrar “corresponden a dos nuevas variedades de melocotón amarillo, que vienen a complementar la serie Levante, así como otra de platerina, que amplía la Serie Mistral”.

Las 26 nuevas variedades de melocotones, nectarinas, paraguayos o platerinas, entre otros, se adaptan mejor a la situación climatológica actual y se caracterizan por su calidad organoléptica. La titular de Agricultura de la Región de Murcia destacó de estas variedades “el sabor, calibre, color y textura que las hacen deliciosas, al tiempo que los agricultores pueden cultivarlas de forma temprana y tardía, lo que les permite abastecer a los



La consejera Sara Rubira visita la finca experimental del IMIDA. / CARM

Las 26 nuevas variedades de melocotones, nectarinas, paraguayos o platerinas que ha lanzado el instituto de investigación IMIDA se caracterizan por su calidad organoléptica y su mejor adaptación al cambio climático, además de su producción temprana

mercados durante más tiempo y ser más competitivos”.

■ MEJORA GENÉTICA

El Gobierno de la Región de Murcia, a través del IMIDA, lleva varias décadas trabajando en el programa de mejora genética. De las nuevas variedades que ponen a disposición de los agricultores, destacan los paraguayos de la serie ‘Siroco’; las nectarinas de carne amarilla ‘Bora’; los melocotones amarillos serie ‘Levante’ y las ya consolidadas ‘Alisio’; así como las ciruelas ‘Lucía’ y ‘Victoria’, ambas de carne roja.

Todas estas frutas de hueso se caracterizan por ser de producción temprana, de alta calidad gustativa, buen calibre, ser productivas y tener una vida postcosecha suficiente para satisfacer las demandas de los comercializadores.

Sara Rubira explicó que “el programa de mejora genética es uno de los ejes estratégicos del Gobierno regional para buscar soluciones de base científica para transferirlas al sector, lo

que permite a los agricultores hacer frente a los retos medioambientales y ecológicos actuales, e impulsar su eficiencia y competitividad”.

Para lograr nuevas variedades, el Equipo de Mejora de Frutales del IMIDA, ha evaluado agrónomicamente más de 50.000 cruces intervarietales de melocotón desde sus inicios. Las investigaciones que desarrolla el centro se basan en la mejora genética clásica, desde la realización de cruzamientos entre variedades, hasta el crecimiento y evaluación de plantas. En algunos casos, puede llegar hasta cinco o diez años para que comiencen a ser productivas como puede ser el caso de la uva, de la fruta de hueso o de los cítricos.

Estas líneas de investigación de mejora genética forman parte de uno de los ejes estratégicos de los nuevos programas de I+D+i que lleva a cabo el IMIDA y que están financiados con fondos Feder (Fondo Europeo de Desarrollo Regional) y cofinanciados por el Gobierno regional.

Más de 30.000 agricultores aragoneses reciben 100 millones en ayudas de la PAC

Se incluyen líneas dirigidas a jóvenes agricultores, agricultura ecológica y programas agroambientales

► **JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.**
El Departamento de Agricultura, Ganadería y Alimentación del Gobierno de Aragón ha pagado en el mes de junio más de 100 millones de euros en ayudas procedentes de la PAC correspondiente a 2024.

Estas ayudas han beneficiando a más de 30.000 de agricultores y ganaderos de toda la comunidad y corresponden a distintas líneas asociadas, directas, de sostenibilidad, de apoyo al bienestar animal, a la agricultura ecológica, a jóvenes agricultores y a los programas agroambientales. Según el Gobierno aragonés, suponen un respaldo inmediato a la rentabilidad del sector primario.

Entre las diversas partidas, figuran el pago complementario destinado para jóvenes agricultores: 1,64 millones y 909 beneficiarios. Ayudas asociadas por superficie: 1,03 millones y 11.483 beneficiarios. Regímenes en favor del clima y el medioambiente (Ecorregímenes): 17,99 millones y 27.200 beneficiarios. Ayudas Agroambientales: Generación de alimento para la avifauna: 954.894 euros y 659 beneficiarios, ayudas destinadas a compromisos agroambientales para el bienestar y sanidad animal: 1,96 millones y 1.207 beneficiarios. Ayudas destinadas a agricultura ecológica: 4,38 millones y 1.168 beneficiarios. Ayudas destinadas a conservación de recursos técnicos: 542.412 euros y 261 beneficiarios. Zonas con limitaciones naturales y

Según el Gobierno aragonés, suponen un respaldo inmediato a la rentabilidad del sector primario

El próximo pago general de ayudas procedentes de la PAC se realizará en el mes de septiembre

de montaña: ZLN-Montaña: 6.62 millones, ZLN-Zonas con Limitaciones específicas: 339.371 euros

El director general de Producción Agraria, Carlos Calvo, ha señalado que “ahora estamos a falta del próximo pago general, que será en septiembre cuando ya cerraremos la PAC de 2024 en cuanto a pagos directos”.

Calvo ha matizado que “será un pago menor que el de este mes de junio, pero hasta que el Ministerio no diga el porcentaje que hay que pagar, no sabremos cuánto será”.

Las ayudas, gestionadas por el Departamento de Agricultura en coordinación con la administración general del Estado y la Comisión Europea, “demuestran el compromiso del Gobierno de Aragón con un modelo agrario justo, moderno y adaptado a los retos climáticos, tecnológicos y de relevo generacional.”



Las ayudas de la PAC buscan el relevo generacional en el campo aragonés. / JO

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicante

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 16 al 22 de junio de 2025, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante. Últimos precios recibidos.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Hass	4,50
Otras Variedades	0,60
Albaricoque Otras Variedades	2,50
Breva Colar	1,83
Cereza Burlat	3,40
Otras Variedades	5,28
Stark Hardy Giant.....	2,25
Ciruela Otras Familias Black	1,50
Santa Rosa.....	2,73
Coco en Seco	0,85
Dátil Medjoul	3,50
Kiwi Kiwigold	2,75
Pulpa Verde.....	1,30
Otras Variedades	2,70
Lima Mejicana.....	2,10
Limón Verna	1,10
Mango Otras Variedades.....	1,85
Tommy Atkins	2,50
Manzana Golden	1,20
Pink Lady	2,20
Otras Variedades	1,30
Fuji.....	1,61
Royal Gala.....	2,50
Melocotón Calanda	3,34
Melón Piel de Sapo	2,23
Naranja Navel Late	0,97
Níspero Algerie o Argelino.....	3,00
Nuez	3,00
Papaya o Papayón.....	2,55
Paraguayo UFO 4.....	1,250
Pera Conferencia	3,65
Ercolini / Morettini.....	3,25
Otras Variedades	3,00
Piña Golden Sweet.....	1,45
Otras Variedades	0,70
Plátano Americano o Banana.....	1,10
Canarias 1ª	1,45
Canarias Extra.....	2,60
Macho	1,05
Otras Variedades	1,20
Pomelo Rojo.....	1,20
Sandía Otras Variedades	1,29
Uva Blanca Otras Variedades	4,00
Red Globe Roja.....	3,20
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Holas Lisas Verde.....	0,80
Hojas Rizadas Lyon	0,90
Ajo Morado	4,20
Otras Variedades	5,67
Tirno o Ajete.....	4,62
Alcachofa Blanca de Tudela.....	1,29
Apio Verde	0,90
Otras Variedades	1,50
Apionabo	0,90
Berenjena Otras Variedades	1,05
Boniato o Batata.....	1,25
Brócoli o Brócoli o Brécol	2,00
Calabacín Blanco	0,60
Verde	0,86
Calabaza de Invierno	0,60
De Verano	0,80
Otras Variedades	0,70
Cardo	1,00
Cebolla Cebolleta o Tierna	1,30
Blanca Dulces Fuentes del Ebro	1,53
Morada	1,55
Recas o Similares	0,75
Chirivía	1,00
Col de Hojas Lisas	0,50
Lombarda o Repollo Rojo	1,00
Repollo de Hojas Rizadas.....	0,50
Coliflor	2,00
Endivia	1,90
Escarola Lisa.....	1,00
Otras Variedades	0,95
Espárrago Otras Variedades	2,81
Espinaca.....	1,00
Guisante	3,60
Jengibre	2,50
Judía Otras Variedades	6,00

Verde Elda.....	4,03
Verde Fina.....	3,78
Verde Perona	3,88
Lechuga Cogollo	1,60
Hoja de Roble	1,90
Iceberg	1,20
Romana	0,80
Lollo Rosso.....	1,00
Maíz o Millo	0,95
Nabo	0,80
Pepino Apicoz.....	2,53
Corto o Tipo Español	1,02
Otras Variedades	0,18
Perejil	0,80
Pimiento Rojo California	1,54
Otras Variedades	1,73
Rojo Lamuyo.....	2,75
Rojo Najerano	2,50
Verde Italiano.....	1,74
Verde Padrón	3,74
Puerro	3,50
Remolacha Común o Roja	0,75
Resto de Hortalizas	0,80
Seta Champiñón	4,75
Tomate Cherry.....	1,20
Liso Rojo Rama	5,78
Asurcado Verde Raf.....	3,55
Liso Rojo Daniela / Long Life /	
Royesta	1,22
Liso Rojo Pera	1,30
Otras Variedades	1,60
Yuca Mandioca o Tapioca	1,50
Zanahoria Otras Variedades	0,80
Nantesa	0,96
PATATAS	Euros/kg
Blanca Ágata Granel	0,63
Blanca Agría Granel	0,89
Blanca Otras Variedades Granel	0,90
Blanca Spunta Confecc	0,91
Blanca Spunta Granel	1,00
Otras Variedades Granel.....	0,72
Roja Red Pontiac Granel	1,50

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 26 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	9,20
Pomelo	1,30
Avellana.....	7,00
Kaki.....	2,20
Carambolas.....	4,00
Castañas	3,00
Cerezas	5,00
Cocos	1,00
Membrillo.....	1,50
Dátiles.....	6,00
Feijoas.....	8,00
Higo	5,00
Higos Chumbos.....	3,50
Frambuesa	15,00
Grosellas	22,00
Kiwis	2,90
De Verano	4,50
Lima	2,00
Limón	1,50
Fresa	10,00
Fresón	3,00
Granada	2,50
Mandarina Clementina	1,70
Satsuma	1,00
Otras	2,50
Mangos.....	5,00
Maracuyá	6,00
Melón Galia	1,40
Amarillo	0,90
Piel de Sapo	1,80
Otros.....	1,00
Moras.....	12,00
Nashi.....	2,00
Nectarina Blanca.....	2,20
Amarilla	2,00
Níspero	3,50

Nueces	8,00
Olivas	1,80
Papayas.....	3,00
Pera Blanquilla	1,50
Verano	1,20
Invierno.....	1,40
Temprana.....	1,00
Piña.....	1,00
Pitahaya	7,00
Plátanos Canario.....	3,30
Importación.....	1,50
Manzana Bicolor	1,10
Amarilla	1,00
Verde	1,25
Roja	1,40
Otras	1,35
Melocotón Amarillo.....	2,00
Rojo Pulpa Blanca	2,00
Rojo Pulpa Amarilla.....	1,80
Ciruela	2,05
Uva Blanca.....	4,20
Negra.....	2,00
Rambután	11,50
Sandía con semilla	1,20
Sin semilla.....	1,40
Naranja	2,00
Chirimoya.....	3,60
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga	0,90
Redonda	1,30
Ajo Seco.....	4,20
Tierno	1,10
Apio	1,00
Acelgas	0,70
Batata	2,00
Borrajá	1,00
Brócoli.....	1,00
Brécol	1,50
Calçots	0,16
Calabaza	0,70
Calabacín	0,60
Cardo	1,10
Alcachofa	2,20
Cebolla Seca	0,70
Figueras	0,75
Tierna	1,20
Pepino.....	0,70
Col Repollo	0,60
Bruselas	2,80
Lombarda	0,50
China	0,90
Coliflor	1,30
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,35
Larga.....	0,70
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	3,50
Perona.....	3,00
Fina	2,00
Otras	3,50
Nabo	0,80
Zanahoria.....	0,50
Patata Blanca	0,65
Temprana.....	0,55
Roja	0,55
Pimiento Lamuyo	1,60
Verde	1,40
Rojo	1,60
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
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 17 al 20 de junio de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,25-1,80
Cerezas	4,25-4,00
Fresones.....	3,50-4,50
Melocotones Rojos.....	2,00-1,80
Melón Piel de Sapo	1,60-1,80
Nectarinas.....	2,00-1,65
Nísperos.....	S/C
Pera Sanjuanera	S/C
Sandías	1,90-1,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechugas.....	0,62-0,60
Berenjenas	1,00-1,10
Calabacines.....	0,65-0,60
Cebollas Grano de Oro.....	0,87
Judías Verde Perona	3,00-3,50
Patatas Calidad.....	0,60
Primor	0,87
Pimientos Verdes.....	1,60-1,40
Tomate Maduro	1,00-1,10
Verde	1,30-1,50

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 16 al 22 de junio de 2025. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,06
Albaricoque	2,75
Almendra	10,80
Cereza / Picota	2,00
Ciruela	3,18
Dátil	5,60
Fresa / Fresón	5,63
Granada.....	4,00
Breva	5,47
Kivi / Zespri	3,57
Lima	2,39
Limón	1,39
Mandarina Clementina / Fortuna /	
Nadorcott.....	1,55
Mango	3,41
Manzanas O.V.....	2,17
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,59
Royal Gala / Cardinale	1,79
Starking / Red Chief / Galaxia	1,80
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	2,04
Granny Smith	1,94
Pink Lady	2,32
Melocotón Baby Gool	2,22
Melón / Galia / Coca	1,20
Naranja Navel	1,70
Valencia Late / Miaknight	1,11
Nectarina	1,83
Níspero / Nipola	4,40
Nuez	4,46
Paraguay	2,12
Pera Conferencia / Decana.....	2,18
Blanquilla o Agua.....	2,09
Ercolini / Etrusca.....	2,80
Piña.....	1,41
Plátano.....	2,94
Banana	1,29
Sandía	0,93
Uva	3,71
Otros Frutos Secos.....	12,48
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	0,93
Ajo Seco.....	4,52
Alcachofa	0,90
Apio	1,26
Berenjena.....	1,17
Brócoli / Brecol	0,74
Calabacín	0,66

Calabaza / Marrueco.....	1,00
Cebolla / Chalota	0,93
Cebolleta.....	1,11
Champiñón	2,79
Col Repollo	0,73
Coliflor / Romanescu.....	1,07
Espárrago Verde	6,23
Espinaca.....	0,95
Judía Fina.....	3,50
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	2,44
Boby / Kora / Striki	2,77
Lechuga O.V.....	0,75
Cogollo	1,96
Iceberg.....	0,74
Nabo.....	0,75
Pepino.....	0,91
Perejil	1,52
Pimiento Verde.....	1,15
Rojo Asar	1,49
Puerro	1,40
Rábano / Rabanilla.....	2,60
Remolacha	2,38
Seta.....	4,60
Tomate O.V.....	1,32
Cherry	2,32
Daniela.....	1,09
Zanahoria.....	0,96
Hierbabuena	1,73
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana	0,76
Añeja	0,50

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 17 al 20 de junio de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,67
Cerezas	4,22
Fresones.....	2,92
Melocotones Rojos.....	2,44
Melón Piel de Sapo	1,55
Nectarinas.....	2,76
Nísperos.....	4,00
Pera Sanjuanera	S/C
Sandías	1,25
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechugas.....	0,75
Berenjenas	1,28
Calabacines.....	0,57
Cebollas Grano de Oro.....	0,72
Judías Verde Perona	2,85
Patatas Calidad	0,60
Primor	0,64
Pimientos Verdes.....	1,44
Tomate Maduro	S/C
Verde	1,55

Mercamurcia

Información de precios orientativos de mayorista a detallista, puestos en mercado y con envasado estándar de frutas y hortalizas, , referidos a la semana del 16 de junio de 2025, ofertados en Mercamurcia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte.....	3,00
Hass	2,80
Otras Variedades	2,25
Albaricoque Otras Variedades	1,75
Cereza Picota	3,00
Otras Variedades.....	3,00
Ciruela Golden Japan y Songold	2,00
Red Beaty.....	1,75
Coco en Seco	0,80
Datil Deglet Nour	4,00
Medjoul	8,50
Otras Variedades	4,00
Fisalis Tomatillo	4,75
Golden Berry	6,00
Amarillo Enano	4,75
Fresón Otras Variedades.....	8,50
Breva Colar	4,50
Higo Chumbo.....	7,00
Kiwi Pulpa Verde	4,75
Otras Dulce	5,00
Otras Variedades	3,80

MERCADOS NACIONALES

Lima Mejicana.....	3,00
Limón Verna	1,10
Rodrejo	0,80
Mandarina Otras Variedades.....	2,75
Mango Haden	2,80
Tommy Atkins	2,50
Otras Variedades	3,00
Manzana Golden	1,10
Starking o Similares.....	1,30
Reineta.....	1,80
Granny Smith	1,70
Royal Gala.....	1,50
Fuji.....	1,70
Pink Lady	1,90
Verde Doncella.....	1,80
Melocotón Tirrenia	2,00
Catherine	2,00
Otras Variedades	1,50
Melón Piel de Sapo	1,20
Galia	2,50
Futuro	1,00
Naranja Navel	1,30
Valencia Late.....	1,00
Navel Late.....	1,50
Otras Variedades	1,30
Nectarina Otras Variedades.....	2,20
Níspero Otras Variedades	3,50
Nuez Nacional.....	4,50
Papaya Solo y Sunrise.....	2,40
Papayón	2,20
Otras Variedades	2,20
Paraguay UFO 4	1,50
Platereta	1,20
Pera Ercolini / Morettini	3,00
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	0,65
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.....	0,85
Ajo Blanco.....	3,60
Tierno o Ajete.....	4,00
Morado.....	5,25
Otras Variedades	3,85
Alcachofa Blanca de Tudela.....	2,80
Apio Verde	0,95
Amarillento	1,00
Berenjena Morada	1,10
Otras Variedades	0,90
Boniato o Batata.....	2,25
Brocolo o Brocoli o Brecol	1,50
Calabacín Verde	0,55
Blanco	0,60
Calabaza de Verano	0,55
De Invierno	0,60
Otras Variedades	0,45
Cebolla Grano de Oro o Valenciana	0,90
Babosa.....	0,95
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
Chirivía.....	1,20
Col Repollo de Hojas Rizadas.....	1,00
Lombarda o Repollo Rojo	0,90
Coliflor	1,20
Endivia	2,40
Escarola Rizada o Frisée	1,25
Lisa	1,20
Espárrago Verde o Triguero.....	3,60
Espinaca.....	1,20
Guindilla Verde.....	2,25
Roja	2,40
Judía Verde Fina	5,00
Verde Boby	2,25
Verde Perona	3,00
Verde Otras Variedades.....	2,00
Laurel.....	1,00
Lechuga Batavia.....	0,50
Romana	0,60
Iceberg	0,70
Cogollo	1,20
Hoja de Roble	1,20
Lollo Rosso	1,20
Otras Variedades	0,30
Maíz o Millo.....	1,50
Nabo.....	1,00

Pepino Corto o Tipo Español	0,60
Perejil	1,00
Pimiento Verde Italiano	1,30
Rojo Lamuyo	1,25
Amarillo Tipo California.....	1,00
Verde Cristal	0,90
Rojo California	1,20
Verde Padrón	2,25
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	0,80
Liso Rojo Rama	0,90
Liso Rojo Pera	1,10
Cherry	1,90
Liso Verde Rambo	1,15
Liso Rojo Tipo Canario.....	0,80
Liso Verde Mazarrón	0,95
Asurcado Verde Raf.....	2,80
Kumato	2,75
Otras Variedades	1,25
Zanahoria en Rama.....	1,40
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	0,65
Blanca Agria Granel	0,60
Blanca Agria Confecc	0,65
Roja Otras Variedades Granel.....	0,65
Lonja de Mercamurcia. Información de los precios de las almendras, del 19 de junio de 2025. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidor, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.	
ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona	6,31
Largueta.....	5,75
Comuna	5,42
Ferragnes	4,72
Garrigues	5,83
Guara.....	5,56
Ramillete	4,81
Comuna Ecológica	5,97
FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,58
Cerezas	4,90
Fresones.....	2,70
Melocotones Rojos.....	2,24
Babosa.....	1,42
Nectarinas.....	2,59
Nísperos	3,00
Pera Sanjuanera	S/C
Sandías	1,01
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechugas.....	0,61
Berenjenas	0,82
Calabacines.....	0,52
Cebollas Grano de Oro.....	0,86
Judías Verde Perona	3,80
Patatas Calidad	0,85
Primor	1,10
Pimientos Verdes.....	1,34
Tomate Maduro	1,33
Verde	1,50
Mercavalencia	
Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 17 al 20 de junio de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.	
FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	3,00
Cerezas	3,00-5,00
Fresones.....	2,50-4,50
Melocotones Rojos.....	1,80-1,50
Melón Piel de Sapo	1,25
Nectarinas.....	2,00
Nísperos	3,00-4,00
Pera Sanjuanera	2,50-3,00

Sandías	1,10
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechugas.....	0,80
Berenjenas	1,00-0,80
Calabacines.....	0,60
Cebollas Grano de Oro.....	2,00-3,00
Judías Verde Perona	0,50
Patatas Calidad	1,00
Primor	0,64
Pimientos Verdes.....	1,00-0,80
Tomate Maduro	0,50
Verde	1,20
Lonja de Albacete	
Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 26 de junio de 2025. Información de EFEAGRO.	
CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa	
Rama campo 1ª	180,00
Rama campo 2ª	125,00
AVENA	
Avena	
Blanca	158,00
Rubia	173,00
Forraje Avena	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso –62 kg/hl.....	S/C
Pienso +62 kg/hl	S/C
CENTENO	
Centeno	215,00
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	195,00
Gran Fuerza w 300.....	S/C
Media Fuerza w –300.....	S/C
Panificable	200,00
Triticales	190,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	S/C
Yero Grano	S/C
Lonja de Barcelona	
Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 26 de junio 2025. Información facilitada por EFAGRO.	
CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	155,00
CEBADA	
Importación.....	201,00
Nacional P.E. (62-64).....	200,00
CENTENO	
Centeno	S/C
COLZA	
Importación 34/36%	253,00
GARROFA	
Harina	311,00
Troceada	352,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha	228,00
GIRASOL	
Importación	
34%.....	250,00
Semillas de Girasol	450,00
Importación 28/3	200,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación	280,00
Importación.....	230,00
Importación CE	224,00
MUO	
Importación.....	350,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%.....	289,00
Harina	
Soja Nacional 47%	301,00
Aceite Crudo de Soja	1.170,00
Salvados de Soja	194,00
SORGO	
Importación.....	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	173,00
Forrajero	221,00
Panificable,	

Informe Semanal de Mercados de Cítricos

Resumen informativo semanal de los mercados de cítricos de la Comunitat Valenciana. Información facilitada por la Generalitat Valenciana a través de la Consejería de Agriucultura, Ganadería y Pesca, durante el período comprendido del 16 al 22 de mayo de 2025. Precios origen. Semana 25/2025.

PRECIOS DE CÍTRICOS EN ORIGEN

Una vez finalizada la campaña de limón Verna, esta semana se han iniciado las primeras compras de Limón fino rodrejo con algunas semanas de anticipación respecto a la campaña anterior. Los precios medios han sido de 0,33 €/Kg.

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.

mín. 11	229,00
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.....	S/C
Crudo	
de Palma	999,00

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 Midknight y	
Barberina calidad 1	0,44-0,50
Naranja Valencia Midknight y	
Barberina calidad 2.....	0,36-0,43
Naranja Industria Grupo Navel.....	S/O
Industria Grupo Blanca	0,29-0,31

Nota: Los precios son orientativos, en árbol, origen Córdoba. Sin IVA incluido. Para la naranja de industria los precios son sobre camión.

Última sesión de esta campaña. Mercado con muy poca actividad y operaciones. Se deja de cotizar la Valencia Delta calidad 1ª y repetición de las cotizaciones de las variedades Valencia Midknight 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 24 de junio de 2025. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	256,00
Grupo 2.....	247,00
Grupo 3.....	240,00
Grupo 4. A	233,00
Grupo 4. B	S/C
Grupo 4. C	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo 1.....	S/C
Grupo 2.....	S/C
Grupo 3.....	200,00
Grupo 4.....	198,00
Grupo 5.....	198,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale.....	193,00
Cebada	180,00
Avena.....	159,00
Maiz.....	S/C
Sorgo	S/C
Habas.....	S/C

Guisantes.....	S/C
Girasol Alto	
Oleico.....	S/O
Girasol.....	450,00
Colza.....	258,00
<i>Próxima sesión 1 de julio 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 1 de julio de 2025.	

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 25 de junio de 2025, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Pienso	S/C
Cebada	S/C
Triticale.....	S/C
Centeno	S/C
Avena.....	S/C
Maiz	209,00
FORRAJES	Euros/Tm
Alfafa	
Paquete Rama	160,00
Paquete Deshidratado.....	200,00
Paja 1ª Cebada	S/C
Veza	
Forraje de 1ª	125,00
Forraje	90,00
PATATAS	Euros/Tm
Agria.....	S/C
Jaerla.....	S/C
Kennecec.....	S/C
Red Pontiac.....	S/C
Red Scarlett.....	S/C
Yona.....	S/C
ALUBIAS	Euros/Tm
Pinta.....	S/C
Riñón de León.....	S/C
Canela.....	S/C
Redonda	S/C
Negra.....	S/C
Palmeña Redonda.....	S/C
Planchada.....	S/C
Plancheta	S/C
GIRASOL	Euros/Tm
Girasol.....	S/O
Girasol Alto	
Oleico.....	S/O

En la sesión de la lonja de León celebrada hoy bajada de 5 euros en la veza forraje y 10 euros en el forraje, en una cosecha con altos rendimientos donde está siendo difícil colocar toda la producción y los paquetones se amontonan en las fincas a la espera de comprador. Subida de los lechazos en una época de poca oferta que coincide con un aumento del consumo vacacional y de días festivos en toda España. En el sector del vacuno de carne nueva subida del ganado frisón, en general sigue la presión compradora de animales de vida y los precios los marca muchas veces la necesidad. Repetición del maíz en el sector de los cereales en donde las demás categorías quedan sin cotizar a la espera de que la cosecha se generalice y así tener un precio claro de las transacciones realizadas. En la provincia de león prácticamente no se ha empezado esta labor, pero si se prevé que

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 25, del 16 al 22 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>		
LIMÓN		
Limón Fino Redrojo	0,30-0,35	Alicante
FRUTAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Ciruela		
Tipo Black	0,70-1,20	Valencia
Higo		
Breva	1,88	Alicante
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Apio		
Verde	0,46	Alicante
Berenjena		
Negra	0,85	Castellón
Rayada	0,89	Alicante
Rayada	1,02-1,30	Castellón
Rayada	0,70-0,79	Valencia
Boniato		
Blanco	0,43-0,70	Alicante
Calabacín	0,18-0,31	Alicante
Calabacín	0,42-0,65	Castellón
Calabacín	0,40-0,62	Valencia

Blanco	0,47-0,85	Castellón
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,54-0,60	Alicante
Cebolla Tierna	0,70-0,80	Castellón
Spring	0,60-0,70	Castellón
Spring	0,26-0,54	Valencia
Babosa	0,52-0,69	Valencia
Col		
Repollo Hoja Lisa	0,18-0,37	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,39-0,59	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,28	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,30-0,50	Castellón
Coliflor		
Blanca	0,60-0,70	Castellón
Judía		
Blanca	2,08-2,23	Castellón
Roja	2,20	Castellón
Verde Boby	1,85-2,20	Alicante
Verde Perona	1,70-3,00	Castellón
Lechuga		
Romana	0,25-0,35	Castellón
Trocadero	0,40-0,70	Castellón
Maravilla	0,32-0,55	Castellón
Patata		

Blanca	0,31-0,39	Alicante
Blanca	0,21-0,30	Castellón
Blanca	0,19-0,26	Valencia
Roja	0,22-0,30	Castellón
Pepino		
Blanco	0,45-0,57	Alicante
Blanco	0,51-0,65	Castellón
Pimiento		
California Amarillo	0,40-0,90	Alicante
California Rojo	0,60-1,30	Alicante
California Verde	0,30-1,00	Alicante
Lamuyo Rojo	0,40-1,17	Alicante
Lamuyo Verde	0,40-1,41	Alicante
Dulce Italia	1,09-1,22	Alicante
Dulce Italia	0,62-1,06	Valencia
Tomate		
Acostillado	1,10-1,84	Alicante
Valenciano	1,20-2,12	Castellón
Valenciano	1,23-2,30	Valencia
Redondo Liso	1,00-1,70	Castellón
Redondo Liso	1,20-1,50	Valencia
Daniela	0,87-1,18	Alicante
Daniela	0,70-0,75	Castellón
Pera	1,05-1,12	Alicante

Pera	0,95-1,05	Castellón
Pera	0,97-1,23	Valencia
Cherry	2,55	Castellón
Zanahoria	0,30	Alicante
FRUTOS SECOS	Euros/Kg	Zona
<i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i>		
ALMENDRAS		
Comuna	4,76-4,86	Alicante
Comuna	5,15-5,50	Castellón
Largueta	5,01-5,11	Alicante
Marcona	5,61-5,71	Alicante
Marcona	6,10-6,40	Castellón
Plantea	4,76-4,86	Alicante
INDUSTRIALES	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	2,70-2,90	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	3,00-3,15	Castellón
Oliva Virgen Extra	3,35-3,95	Castellón
MIEL		
De Azahar	4,40	Castellón
De Milflores	3,00-3,30	Castellón
De Romero	4,50-5,00	Castellón

la próxima semana se pueda generalizar la siega de cebada. En la siguiente sesión de la lonja se reflejarán los precios de los contratos para julio, agosto y septiembre, tanto para la leche de vaca como para oveja y todo parece indicar que las noticias serán positivas para los ganaderos. Se puede consultar más información en nuestra página web www.lonjadeleon.es.

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 23 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	5,30
Vairo	5,20
Lauranne	5,20
Común	5,00
Largueta	5,30
Marcona	5,80
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 +12mm	2,18
Negreta -12mm	1,92
Corriente -12mm	1,86
Tonda -12mm	1,84

Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 16 de junio de 202d. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Blando	204,00
Cebada	
P. E. (+64)	178,00
Avena	151,00
Centeno	S/C
Tricale	194,00
Maíz, (14°)	217,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Guisantes	S/C
Garbanzo	
Pedrosillano	S/C
Lenteja	
Armuña	S/C
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol	
(Alto Oleico)	S/C
Colza	S/C
FORRAJES	Euros/Tm
Forraje Extra	86,00
Forraje de Primera	76,00
Alfafa	
Empacada	179,00
Veza (Henificada)	115,00
Paja Paquete	

Pequeño	S/C
Paja Paquete	
Grande	S/C

Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados en la Lonja de Segovia del día 19 de junio de 2024. Información facilitada por EFEA-GRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALFAFA	
Alfafa	
Empacada	S/C
AVENA	
Avena	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	S/C
CENTENO	
Centeno	S/C
COLZA	
Colza	S/C
GIRASOL	
Girasol	S/C
PAJA	
Paja	
Empacada	S/C
TRIGO	
Trigo	
Nacional	S/C

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 24 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	215,00
Grupo 4	210,00
Grupo 5	208,00
Pienso	
Importación	S/O
TRIGO DURO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	250,00
Grupo 3	243,00
Grupo 4	236,00
Triticale	
Nacional	205,00
Importación	S/O
Avena	
Importación	168,00
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	221,00
Nacional	S/O
Habas	
Nacional	315,00
Importación	S/O
Guisantes	
Nacional	S/O
Importación	280,00
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.

Próxima sesión el 1 de julio de 2025.

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales refe-rida al día 17 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	234,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl	186,00
Pienso –62 kg/Hl	180,00
AVENA	
Rubia	S/C
Pienso	180,00
TRIGO	
Duro Pr>12	S/C
Pienso	
+72 Kg/Hl	212,00
Fuerza +300w +14 pr	S/C
Fuerza -300 +12,5 pr	S/C
Panificable Pr>11, W<200	223,00
Chamorro	S/C
Triticale	195,00
Centeno	S/C
Guisante	267,00
Yeros	S/C
Garbanzo	
sin limpiar	S/C
Veza	S/C
Alfafa 1ª	200,00
Paja 1º + p grande	54,00
Avena en Rama	101,00
Veza Henificada	116,00
Nota: Cebada de nueva campaña de buena calidad, con peso. Precios a la baja. Estabilidad en las cotizaciones de los forrea-jes, que han acelerado su maduración. Se inicia la siega de leguminosas.	
Próxima cotización 3 de julio de 2025.	

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 16 al 22 de junio de 2025, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euro / Kilo
Trigo Media Fuerza	S/C
Trigo Pienso	S/C
Cebada Malta	S/C
Cebada Pienso	S/C
Maíz	S/C
Tricale	S/C
La cosecha de cebada se ha extendido a todos los municipios de Rioja Media y Baja, y se han comenzado a recolectar las más tempranas en alguna zona de Rioja Alta. Las altas temperaturas de estos días están adelantando la cosecha del resto de cereales y otros cultivos extensivos, por lo que se prevé que en los próximos días se inicie la campaña de trigo y del guisante proteaginoso. Los resultados son, hasta el momento, muy buenos; con rendimien-tos medios en cebadas que rondan los 3.500-4.000 kg/ha y pesos específicos superiores a los 60 kg/hl.	
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
El descenso de producción en champiñón con destino a industria en el tramo final de la campaña de producción no tiene influencia sobre unos precios que quedan estables una semana más.	
HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla	S/C
Verde	0,80
Borrajá	0,70
Lechuga	
Rizada	3,80
Cogollos	S/C
Apio	S/C
Cardo	S/C
Repollo	0,25
Coles de Bruselas	S/C
Coliflor	16,00
Brócoli	0,60
Romanescu	S/C
Alcachofa	S/C
Industria	S/C
Cebolleta	0,80
Espárrago	
Fresco IGP Navarra	S/C
Industria	S/C
Alubia	
Verde Fresco	2,55
Pocha Invernadero	4,50
Haba Calzón	S/C
Grano	S/C
Guisante verde ind. (€/t) I.T. 110	367,00
Guisante verde ind. (€/t) I.T. 130	330,00
Calabacín	0,40
Tomate 1	0,90
Tomate 2	0,45
Tomata	1,00
Pera	1,00
Pepino Corto	0,63
Pimiento Verde Tipo cRISTAL	1,70
Verde Italiano	1,20
En Rioja Alta, continúa la recolección de guisante verde y comienza la cosecha de bróculis, con la recogida de las primeras cabezas. Respecto a los precios, en general hay una tendencia al alza en la mayoría de las hortalizas, quedando el signo negativo sólo para los cultivos propios del verano ante un incremento de género. A la tablilla se suman nuevos productos como las pochas o nuevas variedades de tomate	
FRUTAS	Euros/Kg
GRUPO PERA	
Limonera 60+	S/C
Ercolini 50+	S/C
Blanquilla DOP	S/C
Conferencia	
DOP 75+	S/C
70-75 mm	S/C
65-70 mm	S/C
Industria	S/C
GRUPO MANZANA	
Industria	S/C
Golden 70+	S/C

Fuji 70+	S/C
GRUPO MELOTOCÓN	
Albaricoque +40mm	1,75
GRUPO CEREZA	
Cereza +30mm	3,10
Cereza 28-30 mm	2,70
Aparecen los primeros albaricoques en la tablilla con una semana de retraso con respecto a la campaña pasada y con un precio un 10% superior al anterior. La campaña de la cereza avanza, aunque con una produc-ción mucho menor de la esperada y una ca-lidad que se está viendo perjudicada por las continuas tormentas y altas temperaturas.	
FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS	
Común	1,02
Largueta	1,30
Marcona	1,36
Floración tardía	1,62
Ecológica	1,35

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 9 de junio de 2025. Campaña 2024-2025.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina	Sin existencias
Navel	Sin existencias
Navel Lane Late	Sin existencias
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett	Sin existencias
GRUPO SANGRE	
Sanguellini	Sin operaciones
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	Sin existencias
Barberina y Mid-night	Sin existencias
Valencia Late	Sin existencias
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki	Sin existencias
Okitsu	Sin existencias
Owari	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubí, Orogrós	
y Basol	Sin existencias
Orunules	Sin existencias
Marisol	Sin existencias
Arrufatina	Sin existencias
Clemenules y	
Orogrande	Sin existencias
Hernandina	Sin existencias
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	Sin existencias
Tango	Sin existencias
Nardocott	Sin existencias
Ortanique	Sin existencias
Orri	Sin existencias
Nota: Con este boletín se da por finalizada la campaña 2024-2025. El próximo Boletín de Precios se publicará coincidiendo con el inicio de las primeras operaciones de compra-venta en campo de la campaña 2025/2026.	
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 26 de junio de 2024.	
ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible Valencia	S/C
J. Sendra,	

MERCADOS NACIONALES

disp. Valencia	S/C
Monsianell,	
disp. Valencia	S/C
Fonsa,	
disp. Valencia	S/C
Guadamar,	
disp. Valencia	S/C
Gladio y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/C
Sirio, disp. Valencia	S/C
Puntal	S/C
Bomba,	
disp. Valencia	S/C
<i>Precios según rendimientos, a granel</i>	
BLANCO	
Vaporizado,	
disp. Valencia	1.050,00-1.100,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disp. Valencia	1.200,00-1.260,00
Guadamar Extra,	
disp. Valencia	1.300,00-1.370,00
Largo Índica,	
disp. Valencia	1.100,00-1.200,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia	210,00-220,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia	400,00-420,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia	500,00-520,00
CEREALES-LEGUMINOSAS Euros/Tm	
Maíz Importación,	
disp. Puerto Valencia	234,00
Maíz Nacional,	
destino Valencia	S/O
Cebada	
Nacional, dest. Val.....	200,00
Importación.....	S/O
Avena Rubia,	
dest. Navarra.....	S/O
Blanca, dest. Valencia.....	S/O
Guisantes Importación,	
dest. Valencia	S/C
Veza Importación	S/C
Semilla Algodón,	
destino Valencia.....	440,00-445,00
Trigo Pienso Nacional,	
Tipo 1.....	S/O
Tipo 2.....	S/O
Tipo 3.....	S/O
Tipo 4.....	S/O
Tipo 5.....	S/O
Trigo importación	228,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
TURTOS Y HARINAS Euros/Tm	
Soja 47% baja proteína,	
disponible Valencia	296,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona.....	296,00
Cascarilla de Avena,	
disponible Valencia	S/O
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
14%-15% prot.,	
Aragón/Lérida	100,00
14%-15% Balas.,	
Aragón/Lérida	160,00-165,00
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona	180,00-245,00
disponible Andalucía	176,00-178,00
Harina de Girasol	
Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona.....	253,00-255,00
Palmiste,	
disp. Valencia	S/C
Harina de Colza, dest. Valencia	250,00
Gluten Feed,	
disp. Valencia	197,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia	235,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona.....	
.....	
220,00-221,00	
Pulpa Seca	
de Naranja	224,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	177,00
Hojas, destino Valencia.....	S/C
Tercerillas, destino Valencia	S/C
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
GARROFAS Y DERIVADOS Euros/Tm	
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia.....	Sin operaciones
Zona Alicante	Sin operaciones
Zona Castellón	Sin operaciones
Zona Tarragona	Sin operaciones
Zona Murcia.....	Sin operaciones
Zona Ibiza	Sin operaciones
<i>Precios tonelada a granel s/rendimientos</i>	

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 16 al 22 de junio de 2025.

CEREALES

■ **De invierno:** En **Cádiz**, han acabado las cosechadoras en las **zonas de La Campiña de Cádiz**. Los rendimientos son medios bajos, esperándose más altos. En **zonas de La Janda** ya han acabado la recolección. Los **trigos duros** están presentando rendimientos medios de unos 3.500 kg/ha y siguientes calidades: peso específico de 90, vitrosidad 90 y proteína 12 por ciento. En **Córdoba**, la subida de las temperaturas ha acelerado la maduración de los **cereales de invierno**, la mayoría de los cuales ya han sido cosechados, con rendimientos y calidades inferiores a las previsiones iniciales. En **Granada**, la campaña se ha adelantado y se han cosechado en estas fechas muchas parcelas. Los rendimientos son muy heterogéneos y la **calidad** es medio-baja. En las fincas, se empacan y se recogen los restos de cosecha. En **Huelva**, las altas temperaturas de los últimos días han acelerado la maduración y favorecido la recolección. Los rendimientos están a la baja, no siendo los esperados. Ha habido Septoria en **zonas como el Condado y Andévalo**. En **Jaén**, **en las comarcas de Sierra Morena y Campiña Norte**, los rendimientos están siendo más bajos de lo previsto en las parcelas que no han sido tratadas. La mayoría lo hizo en marzo y abril, y han llegado a los 5.000 kilogramos por hectárea. En **Málaga**, la campaña está muy avanzada en la **zona de Antequera**. Se están empacando los restos de cosecha. Los datos de rendimientos son desiguales, la mayoría a la baja y con poca calidad. En **Sevilla**, **en la comarca de La Campiña, zona de Lebrija-Las Cabezas-Utrera-El Comil-Los Molares** se están obteniendo rendimientos de 2.500-2.600 kilogramos por hectárea en **trigo duro**. La calidad está siendo de 78 de peso específico; proteína 11-12 por ciento y una vitrosidad mala. Se han registrado problemas de fusarium. ■ **De priamvera:** El cultivo del **arroz** se encuentra en la provincia de **Sevilla** en estado fenológico de hojas en crecimiento. La altura oscila entre 5-15 centímetros. En numerosas zonas las siembras se realizaron con avión. Las parcelas hasta el momento están limpias de hierbas. En la provincia de **Cádiz**, todo el **arroz** está sembrado, se encuentra en fase de desarrollo de hojas, comenzando el crecimiento en un 50 por ciento y naciendo el otro 50 por ciento. Se llegó a sembrar en seco. En **Sevilla**, se vuelven a ver maíces en los campos de la provincia. En **zonas de Campiña, Marismas y Vega** presentan un buen estado y desarrollo, aunque con algunos ataques de taladro. Se suelen emplear variedades resistentes y se han aplicado tratamientos en coberteras.

LEGUMINOSAS

En **Cádiz**, **en la zona de La Janda** hay pocas parcelas de **garbanzos**. Predomina el **Blanco lechoso**, encontrándose en fase de R7, 50 por ciento de las hojas amarilladas y 50 por ciento vainas amarillas. Las **habas** se han recogido en muchas parcelas con bajas producciones. En **Córdoba**, los **garbanzos** avanzan en su maduración, con presencia de malas hierbas, sobre todo umbelíferas. En **Huelva**, en las plantaciones de **garbanzos** más adelantadas, el estado fenológico llega a “Maduración y Formación del fruto con vainas formadas” en carga media. En julio, comienza la campaña en **El Condado y la Campiña**. Se realizaron aplicaciones preventivas a final de mayo contra la Rabia. La variedad predominante es la **Blanco Lechoso**. En **Jaén**, hay parcelas de **habas** y **guisantes** que no se han cogido todavía, el fruto sigue verde. Las lluvias intermitentes no han permitido la maduración completa de éstos. Presentan gran cantidad de malas hierbas, especialmente avena loca. En **Málaga**, los **garbanzos** en la **comarca Norte** se encuentran amarillos en algunas parcelas y cambiando de color en otras. Se han detectado daños por la rabia y las perspectivas no son favorables. El cultivo está afectado por diferentes malas hierbas, entre ellas, umbelíferas.

CULTIVOS FORRAJEROS

Por lo general, las variedades de **cereales** forrajeros se terminaron de segar hace unas semanas con producciones altas, si bien siguen quedando todavía muchas parcelas pendientes de empacar.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

En a provincia de **Granada**, **en la comarca de La Vega** se observan parcelas sembradas de **patatas de media estación** en fase de crecimiento de brotes laterales y engorde del tubérculo. En **Sevilla**, bajada de rendimientos de forma importante en gran parte de la provincia. Las mermas se suceden en las parcelas, acompañadas de una disminución de la calidad.

CULTIVOS INDUSTRIALES

En el cultivo del **girasol**, su estado es variable según las distintas provincias, zonas y fechas de siembra. En las más adelantadas se encuentran en antesis completa y flores liguladas secándose. Comienzan a marchitarse. En las plantaciones de **tomate de industria**, hay **zonas de Los Palacios, Las Cabezas y Lebrija**, que presentan un buen desarrollo y bastantes frutos, aún verdes. Los más tardíos se encuentran en fase de crecimiento vegetativo con algunas flores. En **Málaga**, se observan en la **zona de Antequera** una superficie importante de albahaca que ha ido en aumento en los últimos años. La **albahaca** está en fase de desarrollo de hojas con una altura de 5-15 cm, regada por aspersión o pivot. La nascencia ha sido desigual, con marras debido a la primavera lluviosa y bajas temperaturas. En el cultivo del **algodón**, se observa en la zona occidental mas adelantada, botones, y en otras como **Jaén**, parcelas aún en fase de nascencia. Se aplica el abonado de cobertera en algunas zonas.

CULTIVOS HORTÍCOLAS AL AIRE LIBRE

En **Almería**, se siguen realizando nuevas plantaciones de **sandía**, utilizándose como protección, tunelillos de manta térmica. En otras parcelas, se ha realizado la cobertura con manta colocada directamente sobre las líneas de cultivo. Las plantaciones se están realizando de forma muy escalonada, dependiendo de la disponibilidad de agua de riego. En las plantaciones más adelantadas localizadas en las zonas más cálidas, continúan las labores de recolección. Cada vez se aprecian más parcelas cosechadas, aunque se está cortando algo más tarde de lo que suele ser habitual. Las que fueron plantadas algo más tarde se encuentran en fase de engorde de frutos y maduración. Las plantaciones más adelantadas de **melón** se observan en fase de engorde y maduración de frutos. Ha comenzado la recolección en las más tempranas. Otras parcelas más tardías se encuentran en la fase de cuajado, con la utilización de colmenas. Las plantaciones tardías siguen cubiertas con tunelillo. En la provincia de **Granada**, **en la comarca de la Vega**, se observan parcelas cosechadas de **ajos**, algunas con labores de grada. Las **esparragueras** se encuentran en estado fenológico de fructificación las más adelantadas y en fase de crecimiento las más tardías. En **Málaga**, está finalizando la cosecha de las últimas parcelas tempranas del cultivo de **cebolla** en la **zona de Antequera**. La de media estación o tardías se encuentra regándose por aspersión y en fase de engorde del bulbo. En las **zonas de costa, comarca de Vélez-Málaga**, se observan parcelas de **judías verdes** en cañas con los frutos en fase de engorde. Otras parcelas más tardías tienen brotes en fase de crecimiento y están agarrándose a las cañas. En **Sevilla**, **en la comarca de La Campiña-Vega**, encontramos parcelas de **maíz dulce** con un desarrollo irregular y falta de plantas que se han perdido en la nascencia. Variedades como 12-82 son de las más empleadas. Se les han aplicado abonados con N-32 en dosis de 300 kilogramos por hectárea; en fondo se aplicó DAP en dosis de 250 kilogramos por hectárea. Se ha visto algo de pulgón que se ha controlado con Acetamiprid 20 por ciento.

CULTIVOS HORTÍCOLAS PROTEGIDOS

En **Almería**, en esta época en muchos invernaderos no hay plantas en su interior y se procede a su acondicionamiento, limpieza y desinfección. En algunos casos, se realizan mejoras estructurales aprovechando la ausencia de cultivo. En los invernaderos con cultivos en recolección y en aquellos que se han realizado nuevas plantaciones, la cubierta suele blanquearse para disminuir la temperatura en su interior. Se siguen realizando nuevas

plantaciones de **pimiento tipo California**. En el resto, se realizan labores de limpieza y solarización. En los invernaderos de **tomate**, se procede también a desinfectar y preparar el suelo para las próximas plantaciones. En la **comarca del Poniente**, solo algunos invernaderos con **tomate** pera están terminando la recolección. Continúan en producción algunas plantaciones de **berenjena**, con las cubiertas blanqueadas y ventilando bien los invernaderos. También continúa la recolección de las plantaciones de primavera de **calabacín**, aunque en la mayoría de los invernaderos se está preparando el suelo para el inicio del siguiente cultivo. La campaña de **melón** y **sandía** está prácticamente finalizada, aunque de **sandía** aún quedan algunos invernaderos con plantaciones tardías en los que se recolectan frutos. Al coexistir invernaderos con cultivos próximos a finalizar e invernaderos con plantaciones recientes existe el riesgo de producirse contaminación de plagas en los colindantes o cercanos, por lo que es importante tener especial atención a las medidas contra las virosis. En los semilleros, continúa una gran actividad, en relación sobre todo a las plantaciones más tempranas de **pimiento**. En **Huelva**, en el cultivo de las **fresas**, en las explotaciones se retiran plásticos y se desmontan arcos de los invernaderos. Se realizan labores en el terreno. En las hidropónicas, siguen los restos de cultivo. La campaña está marcada por la disminución de los rendimientos por plantas, se estima en un 50 por ciento; en parte provocada por la poca efectividad de los productos empleados sobre todo en la desinfección de suelos. Se observan parcelas de cultivo de **frambuesas** en esta nueva postura que en algunas fincas alcanzan el metro. Se observa un buen desarrollo, con altas temperaturas en los invernaderos a pesar de que tienen la malla puesta. Algo de Thrips como plaga más reseñable. La variedad **Noelia** es de las más empleadas. Las variedades tardías de **arándanos** siguen en recolección. Se observan **Violeta** y **Rockinoee** como más empleadas. Se utilizan marcos de plantación de 3,1x1m. Los rendimientos están siendo medio altos.

FRUTALES DE HUESO

En **Almería**, sigue la cosecha de las variedades tardías de **cerezos** pero está próxima a finalizar. En **Granada**, se observan parcelas de brevas en las **comarcas de Guadix, Baza y Valle de Lecrín**. La floración y el cuaje han sido buenos y la carga es superior a otras campañas. Los tamaños al 50-70 por ciento del tamaño de cosecha. Las parcelas se encuentran labradas y limpias de hierbas. Se observan plantaciones nuevas en las que la altura de las plantas no supera el 1-1,20 m. La campaña de la **cereza** ha comenzado en la **comarca de Guadix, zona de Guejar Sierra** con la variedad **Burlat**. La cosecha está siendo baja al igual que los precios. Le sigue la **cereza de la variedad Starking**, variedad auto estéril de floración media y buenos rendimientos. En **Jaén**, la recolección de los **cerezos** ha comenzado con las variedades tempranas en **Sierra Mágina**, como **Nimba** y **Burlat**. La primera tiene un fruto muy grande con bajos requerimientos de horas frío. Florece 3-5 días antes que **Burlat**, y esta es autofértil con tamaño medio. La edad media de las plantaciones es de 35-40 años y marcos de 8x7 metros. No se realiza laboreo, hay mucha pendiente en la zona.

FRUTOS SECOS

En **Almería**, los **almendros** continúan mostrando un excelente aspecto, totalmente cubiertos de hojas, observándose brotaciones de gran crecimiento vegetativo, superior a años anteriores debido a las precipitaciones registradas en fechas pasadas. La **almendra** ha alcanzado el tamaño definitivo, produciéndose la lignificación del endocarpio (hueso). En **Granada**, **en las comarcas de Guadix y Baza**, se observan plantaciones de **almendras** con buen tamaño y carga para ser de secano. Las **almendras** se encuentran en esta fase endureciéndose, con algunas manchas en el exocarpio y el endocarpio adquiriendo su dureza característica. Se observan hojas afectadas por el cribado. No se aprecian daños por avispilla en esta zona. Parcelas labradas con cubierta en el centro de la calle. En **Málaga**, el cultivo del **pistacho** está muy retrasado. En la **zona de Antequera** las parcelas observadas tienen poco o ningún fruto. Parece que las condiciones climáticas en esta zona son muy desfavorables.

CÍTRICOS

En la provincia de **Almería**, continúa la fase de engorde de frutos en las plantaciones de **cítricos**. En muchas de las parcelas que van más adelantadas, se observan frutos de gran tamaño. Se siguen aplicando programas de fertilirrigación. Está finalizando la recolección en las últimas plantaciones de variedades tardías de **naranja**. Continúa la recolección de **limón Verna** a un ritmo lento. En **Huelva**, **en la comarca de La Costa** se observan parcelas de **mandarinas** en fase de engorde de frutos, algo retrasadas. Hay parcelas que han tenido problemas debido a las fuertes lluvias que han provocado destrozos en caminos e infraestructuras que los agricultores han tenido que arreglar porque no podían pasar a sus fincas. La caída de frutos ha sido muy alta, siendo la llegada de calores intensos una de las causas.

VID

En **Cádiz**, **en las zonas productoras de Jerez, Sanlúcar de Barrameda, Trebujena y Chipiona**, las **viñas** se encuentran con los racimos formados y cerrándose. En el campo se están recogiendo varetas para no estorbar la recolección y dar sombra a los racimos. La carga es media. La variedad principal es la **Palomino Fino** y está adelantada como en las últimas campañas. En **Córdoba**, el estado fenológico oscila entre G (Racimos separados) y K (Grano tamaño guisante). Las mermas por mildiu van a ser cuantiosas, entre el 40-60 por ciento de la producción según zonas. Este año, todo apunta a que la campaña viene adelantada varias semanas.

OLIVAR

En **Córdoba**, el estado fenológico se encuentra entre G2 (Fruto cuajado) y H (Endurecimiento del hueso). En las **comarcas Campiña Baja y Las Colonias**, la **aceituna** se encuentra en formación o crecimiento mientras que en la Subbética el **olivo** presenta un mayor retraso. Se realizan labores de control de la cubierta, desbroce y pase con rastras, y se aporta abono con el agua de riego en las parcelas de regadío. En **Granada**, **en la comarca de Guadix**, se observa un crecimiento de la **aceituna** muy irregular. Frente a ramas con **aceitunas** en fase de endurecimiento del hueso hay **aceitunas** cuajadas que no están evolucionando y se quedarán en perdigones o caerán. En los **olivos** aún quedan las hojas marchitas, pasado el cuaje. Se observan parcelas labradas en las que se han dado labores de grada. En **Huelva**, el **olivar** está muy adelantado. La fenología está en fase de endurecimiento del hueso aunque hay parcelas con la **aceituna** comenzando su crecimiento. Ha habido problemas de Prays con varias aplicaciones. El Repilo también se ha tratado de forma importante. Para las plantaciones nuevas, el Glifodes está apareciendo. En **Jaén**, **en las comarcas de Sierra Morena y Campiña Norte**, los **olivos** han tenido buen cuaje y buen desarrollo. No ha habido repilo. Predomina el no laboreo. Se deja la hierba en la calle central. En **zonas como Arjona**, los **olivos** tienen carga media, con un tamaño de la **aceituna** en crecimiento de 1-2 centímetros. Se están quitando pies en muchas de las fincas para poder mecanizar la recogida. En las **comarcas Sierra Sur y Sierra Mágina**, la **variedad Picual** se encuentra con un tamaño de **guisante**, las más adelantadas de **garbanzo**. Ha habido ataques de prays en el mes de marzo que se ha controlado con insecticidas sistémicos. No se realiza laboreo, las parcelas tienen una acusada pendiente. En **Málaga**, **en la comarca Norte**, se observan parcelas de **Hojiblanca** muy adelantadas en fase de endurecimiento del hueso. Las picuales, algo más tardías. Se está viendo un aumento del tamaño con rapidez. Problemas de erosión en zonas con pendiente, también a causa de las lluvias. En **Sevilla**, ha avanzado mucho la fenología, alcanzando el endurecimiento del hueso. El desarrollo de la aceituna está siendo bueno en muchas zonas, con un tamaño de 10-15 milímetros. Las parcelas limpias de hierbas cuando no tienen cubierta. Las de cubierta se desbrozan. El cuaje no ha sido todo lo bueno que se esperaba, hay perdigones que se están quedando atrás.

Artero Consultores lanza la versión VeriFactu de SAP Business One Cloud



ARTERO CLOUD
DATA CENTER EXCLUSIVO

TIER IV
DESIGN
OPTIMIZE INSTITUTE CERTIFIED

Data Center reconocido con el máximo nivel de seguridad (TIER IV)

Infraestructura específica para uso de SAP Business One, Hana y SQL

Ubicado en España, próximo a nuestras oficinas centrales

Servicio de vigilancia activa las 24 horas del día, los 365 días del año

Equipo de expertos certificados en SAP y con experiencia en soluciones IT

artero[®]

La normativa VeriFactu obliga a que los sistemas de facturación generen facturas verificables y auditables, conectadas directamente con la Agencia Tributaria. / ARTERO

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN**
Artero Consultores, Gold Partner de SAP y especialista en soluciones de gestión empresarial en la nube, ha desarrollado la versión de SAP Business One Cloud adaptada a la nueva normativa VeriFactu, la nueva normativa antifraude de la Agencia Tributaria, que impone la emisión de facturas verificables, incorpo-

rando autenticidad, integridad y control de datos fiscales. Esta solución, disponible desde mayo de 2025, permite a las PYMES cumplir con los requisitos técnicos y legales exigidos por el Real Decreto 1007/2023 y su modificación posterior (RD 254/2025), anticipándose a su entrada en vigor obligatoria el 1 de enero de 2026.

La normativa VeriFactu obliga a que los sistemas de facturación generen facturas verificables y auditables, conectadas directamente con la Agencia Tributaria. Ante este nuevo escenario, Artero Consultores, especializados en soluciones a medida para empresas del sector hortofrutícola, ha desarrollado una solución 100 % compatible,

alojada en su propio centro de datos y con versiones disponibles tanto en SQL como en HANA.

Las fechas clave son:

- 29 de julio de 2025: plazo para que los desarrolladores de software se ajusten.
- 1 de enero de 2026: obligatoria para empresas.
- 1 de julio de 2026: aplicable a autónomos y profesionales.

■ SOLUCIÓN PARA LAS PYMES

La solución desarrollada por Artero permite:

- Generar y enviar facturas conforme a VeriFactu.
- Enviar los registros de forma automática y en tiempo real a la AEAT.
- Firmar electrónicamente las facturas y validar los registros generados para comprobar la validez de cualquier firma electrónica registrada.
- Cumplir la normativa sin necesidad de desarrollos propios ni infraestructuras locales.

Además, al tratarse de una solución cloud en modalidad SaaS, se garantiza un despliegue rápido, escalabilidad, máxima disponibilidad y un soporte técnico especializado, todo ello sin renunciar a la seguridad ni a la trazabilidad exigida por la normativa.

■ VENTAJAS COMPETITIVAS

• Cumplimiento legal inmediato, verificado mediante la presentación de la correspondiente Declaración Responsable del Sistema Informático.

• Ahorro de costes respecto a soluciones tradicionales on-premise.

• Actualizaciones continuas garantizadas por un partner certificado.

• Soporte local experto, con experiencia contrastada en fiscalidad y ERP.

SAP Business One Cloud versión VeriFactu, de Artero Consultores, se presenta como la solución óptima para PYMES españolas que buscan cumplir la normativa antes de enero de 2026; implantar un sistema ERP robusto, flexible y actualizado y acceder a tecnología avanzada a un precio económico sin complicaciones de infraestructuras.

Las empresas interesadas pueden solicitar una demostración personalizada o calcular el coste estimado mediante la herramienta de precios de SAP Business One disponible en la web de Artero Consultores.

Con esta solución, Artero reafirma su papel como socio estratégico de las empresas del sector hortofrutícola en su proceso de transformación digital y adaptación al nuevo marco normativo.

Recomendaciones de la EFSA avalan el modelo de desinfección del Sistema Citroicide® Fresh-Cut

Un informe de la EFSA destaca que la desinfección y la renovación del agua son claves para la seguridad microbiológica del agua de lavado en frutas y hortalizas de IV gama

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN**
El Sistema Citroicide® Fresh-Cut, desarrollado por Citrosol, cumple de manera exacta con las recomendaciones que los expertos de la EFSA han destacado como fundamentales en el proceso postcosecha de lavado de frutas y hortalizas mínimamente procesadas: mantener un control riguroso las concentraciones de desinfectante para garantizar la seguridad microbiológica del agua. Gracias a su monitorización continua y control automático, este Sistema garantiza que las concentraciones de ácido peracético (PAA) se mantengan

siempre dentro de los límites operacionales adecuados, minimizando así la contaminación microbiológica.

En una reciente Opinión Científica publicada, los expertos de la EFSA recalcan la importancia de monitorizar y gestionar la concentración de desinfectante dentro de los límites operativos adecuados para mitigar el riesgo microbiológico en el agua de lavado en la industria de la IV gama. En línea con esta recomendación, el Sistema Citroicide® Fresh-Cut permite medir de forma continua y en tiempo real la concentración

de desinfectante en el agua a través de un sensor integrado, que asegura que los niveles del producto se mantengan siempre dentro de un rango óptimo. Además, el Sistema mide y registra el agua utilizada para refrescar el proceso.

Con todos los datos registrados y analizados, se garantiza la eficacia del proceso de desinfección y su completa trazabilidad. Por otro lado, integrar el Sistema Citroicide® Fresh-Cut en la plataforma CitroFy permite, a su vez, la monitorización y asistencia remota del proceso de desinfección.



Es importante monitorizar y gestionar la concentración de desinfectantes. / CITROSOL

Citroicide®, el biocida formulado a base de PAA que el Sistema ofrece, presenta varias ventajas:

- No requiere control de pH ya que el PAA es efectivo dentro de un amplio rango de pH y temperatura.
- No genera subproductos derivados de la desinfección que puedan ser potencialmente peligrosos ni para las personas ni para el medioambiente.
- Cumple completamente con las legislaciones europea y estadounidense.
- Cuenta con certificación ecológica, pues el formulado está

certificado como insumo para la agricultura ecológica (BIO) según los estándares la UE y Estados Unidos. Esta combinación de automatización, seguridad y robustez hacen del Sistema Citroicide® Fresh-Cut una solución eficiente y sustentable para mantener las condiciones de higiene de las aguas de lavado de frutas y hortalizas IV Gama.

Para nuevas recomendaciones de la EFSA sobre los riesgos microbiológicos relacionados con las aguas de lavado en postcosecha consulte la web de Citrosol: <https://www.citrosol.com>.

“El objetivo principal de Ailimpo es garantizar la rentabilidad de todos los eslabones de la cadena”

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Ailimpo inicia una nueva etapa con Joaquín Rubio Gomariz como nuevo presidente para los cuatro próximos años. Agricultor, ingeniero agrónomo, productor de limón y presidente de El Limonar de Santomera, Rubio asume el cargo desde su puesto como representante de Cooperativas Agro-alimentarias en Ailimpo con el objetivo de reforzar la unión sectorial, buscar la rentabilidad en todos los eslabones y dar respuesta a los desafíos que atraviesa el sector del limón y pomelo español. En esta entrevista, detalla las prioridades estratégicas de la interprofesional, con un enfoque claro en la sostenibilidad, competitividad, innovación y promoción del sector en una interprofesional que tiene como ejes transversales el lobby y la comunicación.

Valencia Fruits. ¿Qué supone para usted asumir la presidencia de Ailimpo y cuáles son sus principales prioridades?

Joaquín Rubio. Afronto esta etapa con responsabilidad y con el firme compromiso de aportar al sector desde mi experiencia profesional. Ailimpo tiene un sistema de rotación de la presidencia para que todos los sectores que forman parte de la interprofesional roten. Nosotros, como representantes de la cooperativa al final optamos al cargo desde la rama de la producción. Terminaba el ciclo José, el anterior presidente por parte de la comercializadora, se nos planteó si como representante de cooperativas y presidente de Limonar de Santomera quería ser presidente de Ailimpo durante 4 años. Lo tuvimos que madurar, hubo un debate dentro de la sectorial de cítricos de cooperativas para decidir si dábamos ese paso. La interprofesional es un foro en el que todos los eslabones nos sentamos a dialogar y buscar soluciones a los retos que tenemos y vimos que era una buena oportunidad para afrontar los desafíos desde la primera línea. Y esos retos pasan por la rentabilidad, la sostenibilidad, la mano de obra o la capacidad de producir y comercializar durante doce meses al año.

Tras hablar con el resto de las organizaciones, tanto de la rama de la industria como de la rama de los de la comercialización, como con las organizaciones agrarias y con los sindicatos, para ver si contábamos con su apoyo, al final he sido elegido por unanimidad o, mejor, por consenso, como nos gusta decir.

En estos cuatro años intentaré aportar mi impronta al proyecto, intentaré mejorarlo, si puedo, pero lo que quiero hacer es acompañar al extraordinario equipo técnico que forma Ailimpo, intentando mejorarlo por adición con mi manera de ver el sector como agricultor y cooperativista y con mi capacidad de trabajo. Soy un convencido de la labor que hace Ailimpo en el sector del limón y el pomelo y para mí es un orgullo representar y liderar un sector tan importante durante estos años.

VF. ¿Cómo valora el momento actual del sector?

JR. Ailimpo tiene un plan estratégico que se aprobó la campaña anterior y que marca las líneas de acción de la interprofesional. Además, tenemos que ser un interlocutor válido con la



Joaquín Rubio es ingeniero agrónomo, agricultor profesional y productor de limón. Desde el año 2023 es presidente de la cooperativa El Limonar de Santomera y representa a Cooperativas Agro-alimentarias en la interprofesional. / AILIMPO

“Sin buena coordinación, el sector pierde competitividad. Hay que hablar más, planificar mejor y compartir información. Si lo hacemos bien, todos ganamos: agricultor, industria, comercializador y consumidor”

administración para defender los intereses del sector. Siempre hemos sido independientes, no nos hemos plegado nunca al gobierno de turno.

Venimos de una campaña 2023/2024 muy difícil, con problemas provocados por la superproducción que fueron una auténtica bomba. Esto nos debe hacer reflexionar y trabajar para tomar decisiones acertadas que nos permitan avanzar. El objetivo principal de Ailimpo es garantizar la rentabilidad de todos los eslabones de la cadena y para ello son precisas profesionalidad, investigación, innovación y transparencia. En definitiva, una madurez como sector y huir de visiones cortoplacistas.

VF. ¿Qué papel debe desempeñar Ailimpo ante los desafíos de cambio climático, sostenibilidad, la mano de obra o disponibilidad de recursos?

JR. Un papel central. Ailimpo debe liderar el proceso de adaptación del sector a estos desafíos. El cambio climático ya nos está afectando: en las fechas de floración, en la disponibilidad hídrica, en la incidencia de plagas y

enfermedades... Aunque algunos duden del cambio climático, podemos ver datos como que desde 2013 hasta hoy se ha pasado de una producción media por hectárea de 27 a 22 toneladas. Tenemos que anticiparnos y tomar decisiones técnicas y comerciales que minimicen su impacto. Y eso implica hablar de innovación, de nuevas variedades, de planificación, de gestión del agua y de prácticas sostenibles. La sostenibilidad no es una opción, es una obligación. Hemos de conseguir que el limón sea sostenible a pesar del cambio climático.

VF. ¿Y la mano de obra?

JR. Este es un problema extrapolable a todo el sector primario. Ailimpo ha tenido altura de miras y ha ido cerrando convenios cuando tocaba y no hemos tenido conflictividad social porque hemos llegado a acuerdos y es una línea que hemos de tener clara porque la gente trabaja por una remuneración y cuando esta no cubre sus necesidades, se va a otro sector. Y ese atractivo del puesto de trabajo debe ser para todos los niveles de cualificación. Creo que es básico que las empre-

sas tengamos certidumbre y que tengamos una estabilidad para desarrollar nuestra actividad.

Si no tenemos productividad en nuestra finca y si no tenemos una estabilidad laboral que permita mover el sector, no podremos tener la rentabilidad que necesitamos en cada lado. Y creo que es muy importante que los tres sectores del limón seamos responsables los unos con los otros, es decir, lo que he comentado antes: no hay que caer en visiones cortoplacistas que pueden perjudicar a un eslabón en un determinado momento.

VF. ¿Qué acciones impulsará Ailimpo para mejorar la rentabilidad en el sector?

JR. La rentabilidad es, probablemente, el mayor reto. No podemos seguir produciendo por debajo de costes. Para mejorar la rentabilidad hay que actuar en varios frentes. Por un lado, mejorar la planificación para evitar situaciones de sobreoferta o falta de calibres comerciales. Por otro, abrir nuevos mercados que nos den mayor diversificación. También debemos potenciar el valor añadido del producto español, que es un producto seguro, controlado y de calidad. Y, por supuesto, reforzar la interlocución con la administración para que las políticas agrarias y comerciales nos respalden. Aquí, Ailimpo tiene mucho que decir.

VF. ¿Ve posible una producción de limón durante todo el año?

JR. Esa es una de las claves del futuro. Tenemos que trabajar hacia una oferta continua y estable durante los 12 meses. Tenemos una variedad, el Verna, con la que llegamos a mayo o junio y después viene el limón de ultramar. Creo que con la superficie que hay plantada tenemos que ser capaces de darle salida a toda la producción y uno de los medios para dar salida a la producción sería intentar aprovechar más el Verna durante más tiempo, bien sea por una postcosecha que aguante mediante cámara o bien sea por trabajo en campo. Como sector, deberíamos intentarlo.

VF. Mientras tanto, hay que organizar el mercado del limón en contraestación, ¿cómo trabaja Ailimpo en el control de esos flujos?

JR. Creo que Ailimpo ha sido capaz de ordenar los flujos de comercio transoceánico. Se ha conseguido que el limón sudafricano y argentino vengan cuando nuestro limón no está y que se vaya cuando viene nuestro limón. Creo que es una labor silenciosa que la gente no ve, pero evidentemente se han ordenado mucho los flujos de limón de ultramar haciendo que ocupen los huecos de calendario. Esa dinámica va a seguir funcionando. Pero eso no quita que tengamos como objetivo intentar tener limón 12 meses al año y eso se hace con innovación e investigación.

VF. ¿Cómo valora la cooperación entre el sector productor, el comercializador y la industria?

JR. Es fundamental. Es un sector que mueve casi 20.000 puestos de trabajo, 5.000 de ellos, agricultores, y unos 1.000 millones de euros de facturación (depende de los años). Esto da idea de la importancia del sector. Sin una buena coordinación, el sector pierde competitividad. Hay que hablar más, planificar mejor y compartir información. Si lo hacemos bien, todos ganamos: el agricultor, la industria, el comercializador y el consumidor. La industria tiene que tener altura de miras para sostener precio y la parte comercial, en la que como cooperativa me incluyo, tenemos que intentar mantener los precios, es decir, si no podemos vender todos los limones, pues los que vendamos vamos a venderlos a un precio que garantice la rentabilidad. La rentabilidad de los diferentes eslabones es básica. Y no hay que olvidar que, si el agricultor no cultiva, no hay limón. Es el principio de todo. Si no hay rentabilidad, no hay agricultura.

10



fruit
attraction



Nos
mudamos...
el 10 nos
queda mejor



PLÁTANO BANANA

valencia fruits •
dossier
JULIO 2025

SERGIO CÁCERES / Gerente de Plátano de Canarias

“La demanda se mantiene porque el consumidor valora la calidad, la marca y la diferencia del plátano de Canarias”

El plátano de Canarias atraviesa semanas con altos precios en los lineales. Sergio Cáceres, gerente de Plátano de Canarias, analiza para Valencia Fruits la situación actual del sector en la región ultraperiférica, marcada por una caída notable de la producción, fruto del impacto de fenómenos climáticos adversos, y los retos de este producto en el mercado frente a la banana de importación.

► **RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.** Valencia Fruits. ¿Cuál es la situación actual del plátano de Canarias?

Sergio Cáceres. Ahora mismo estamos recuperando poco a poco ritmos de producción similares a los históricos de los últimos diez años. Me refiero concretamente al mes de julio. El primer semestre de este año ha sido muy complicado. Hemos perdido una parte muy importante de la producción respecto al año anterior, y más aún en comparación con 2023.

Esta bajada viene marcada, sobre todo, por los efectos de la borrasca Dorothea en diciembre, que causó la pérdida directa de entre 22 y 24 millones de kilos. Fue una tormenta muy dañina, con mucho viento, que afectó a gran parte del cultivo en toda Canarias. Esto no sólo impactó en el momento, sino que también redujo la capacidad productiva de las plantas durante los meses siguientes.

Además, las temperaturas han sido más moderadas que en años anteriores, lo que ha ralentizado la recuperación. Así que estamos aún en la fase inicial de volver a una producción normalizada.

VF. ¿Qué impacto ha tenido esta situación en el mercado y en los precios?

SC. La falta de oferta ha sido muy notable. Estamos hablando de más de 20 millones de kilos menos respecto al año pasado, y probablemente más de 30 si lo comparamos con 2023. Esto ha influido en la percepción del consumidor, que ve que el plátano ha subido su precio, especialmente si se compara con su producto espejo, la banana de importación, que no incrementa sus precios desde hace 15 años, como si la inflación no pasara por ella.

La banana lleva más de 15 años sin subir precios. Es probablemente la fruta más barata del mundo, y eso marca una referencia constante para el consumidor. Sin embargo, si analizamos el precio medio del plátano de Canarias respecto al conjunto del mercado de frutas en España o Europa, sigue siendo una opción muy competitiva por calidad y por unidad de consumo.

Hemos vivido una situación de incremento de costes que no viven los productores de importación y para nosotros es im-

sible competir en precio con esa diferencia de condiciones.

VF. ¿El consumidor sigue eligiendo plátano de Canarias pese a situaciones puntuales como la actual?

SC. Sí, y eso es clave. La demanda se mantiene porque el consumidor valora la calidad, la marca y la diferencia del plátano de Canarias. Hay muchos ejem-

plos en el sector en los que una pérdida de producción no lleva aparejada una subida de precios; simplemente se sustituye por otra fruta. En nuestro caso, no ocurre así. El plátano de Canarias no se sustituye uno a uno con la misma percepción de calidad ni con la misma preferencia.

Eso demuestra que hay una verdad de producto. Hemos cons-



PLÁTANO DE CANARIAS EN CIFRAS

► Producción perdida

- Más de 24 millones de kilos perdidos tras la borrasca Dorothea en diciembre de 2024.
- El impacto acumulado respecto a 2023 podría superar los 30 millones de kilos menos.

► Factores climáticos adversos

- La borrasca Dorothea dañó gravemente las plantas por efecto del viento, reduciendo su capacidad productiva en los meses posteriores.
- Las temperaturas moderadas han ralentizado la recuperación del cultivo.
- Se arrastraban ya problemas por el volcán en La Palma, récords de temperatura y sequía en años previos.

► Precio y percepción

- El plátano de Canarias se enfrenta a la comparación directa con la banana de importación, que mantiene precios estables desde hace 15 años.
- Aun así, el precio por unidad de consumo del plátano de Canarias es muy competitivo en relación calidad-precio.

► Agricultores

- Más de 8.000 pequeños productores integran el sector.
- Sólo una parte se ha beneficiado de los precios más altos de las últimas semanas.
- Muchos siguen arrastrando las pérdidas de 2023 y principios de 2024.

► Distribución

- Se distribuyen diariamente más de 1 millón de kilos en puntos de venta de toda España.

► Consumo y marca

- El plátano de Canarias sigue siendo la fruta más reconocida y consumida en España.
- A pesar de las subidas de precio de las últimas semanas, los consumidores mantienen su preferencia por esta fruta.



Sergio Cáceres confirma que el plátano de Canarias está recuperando poco a poco ritmos de producción similares a los históricos de los últimos diez años. / ASPROCAN

“Hemos construido una marca sólida, con un producto diferenciado y querido por los consumidores. Aunque haya momentos de precios más altos, el consumidor sigue eligiéndolo, y eso también es una forma de éxito”

truido una marca sólida, con un producto diferenciado y querido por los consumidores. Aunque haya momentos de precios más altos, el consumidor sigue eligiéndolo, y eso también es una forma de éxito.

VF. ¿Cree que los precios se estabilizarán en los próximos meses?

SC. Esperamos que se moderen respecto a los niveles actuales, pero no podemos volver a las diferencias tan pequeñas respecto a la banana que veíamos en 2023, de 40 o 50 céntimos por kilo. Nuestros costes han aumentado mucho, y los de la banana, no. Son diferenciales que no podemos mantener porque no nos llegan los números.

El plátano de Canarias es una producción anual, con empleo constante durante todo el año, y los costes en Canarias, como región ultraperiférica, son incluso más altos que en la península. La inflación también ha afectado más aquí. Por tanto, una moderación sí, pero dentro de unos márgenes que atiendan al equilibrio de costes reales del sector.

VF. ¿Existe una banda de precios ideal para el plátano de Canarias?

SC. Más que hablar de una banda concreta, lo ideal sería lograr estabilidad en los precios, algo que ahora no tenemos porque la producción tampoco está siendo estable. Venimos de una sucesión de fenómenos extremos: el volcán, temperaturas récord, una cosecha récord, después un temporal que nos hace perder el 20% de la producción... Todo eso impide una producción normal que nos dé estabilidad en los precios.

Si conseguimos estabilizar la producción, podremos estabilizar los precios. Eso es mucho más importante que fijar un precio óptimo. No podemos competir con los precios fijos de la banana importada, que manejan millones de toneladas y que se produce a unos costes y con unos estándares completamente diferentes.

VF. ¿Sigue siendo el plátano el motor de la agricultura y la exportación en Canarias?

SC. Sin duda. Es el principal sector productor y exportador

de Canarias. Hablamos de miles de pequeños productores que, cada día, hacen posible que más de un millón de kilos lleguen a puntos de venta en toda España. Eso sigue ocurriendo gracias al esfuerzo colectivo del sector.

VF. ¿Cuándo espera que se recupere la normalidad?

SC. Todo dependerá del clima. No sabemos cómo será este verano: si habrá muchas olas de calor, si las condiciones favorecerán o no la producción... Somos muy sensibles a los cambios climáticos. Este año ha llovido más, lo que ayuda, y esperamos que para otoño podamos hablar ya de una situación más tranquila, con niveles de producción más normales.

Lo que pedimos también es que los ajustes de precios en origen se trasladen con mayor agilidad al consumidor. Tanto cuando suben como cuando bajan, para favorecer la rotación del producto y mantener el consumo. Ahora hay una demanda que se queda sin atender y esperamos que esta situación esté solucionada en unos pocos meses.

VF. ¿Cómo ha vivido esta situación el agricultor?

SC. Depende mucho de la zona y del momento productivo de cada uno. Hablamos de 8.000 productores, y no todos se ven beneficiados por un periodo corto de buenos precios. Algunos están recuperando parte de las pérdidas de 2023, otros no han podido aprovechar esta ventana favorable. Hay quienes todavía arrastran las consecuencias de los malos precios de años pasados.

Nuestro objetivo es lograr que esta recuperación se extienda a la mayoría de los agricultores, que podamos estabilizar la situación.

VF. ¿El consumidor sigue valorando el plátano de Canarias?

SC. Sí. A pesar de la percepción de que es un producto que no puede estar tan caro como otras frutas, el consumidor lo sigue prefiriendo. Hay una conexión real con el producto. Nos gustaría que estuviera a un precio más asequible, claro, pero el hecho de que haya demanda, incluso con esta situación de precios más altos, demuestra que es un producto querido, valorado y que tiene futuro.

Sabemos que cuidar
cada pieza no solo
va de lo que se ve.

Va de tener
garantías,
origen y sabor.



DisplaFruit

Los precios disparados y la oferta limitada ponen en jaque al plátano de Canarias frente a la banana

En Asprocan confían en que producción y precios se estabilicen a finales de verano

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Desde la pasada primavera, el plátano de Canarias se ha convertido en uno de los productos más comentados en los supermercados españoles. Su precio, que ha llegado a superar los 5 euros por kilo en algunas fruterías y grandes superficies, ha puesto en alerta tanto a consumidores como a operadores del sector. Las causas de este encarecimiento se remontan a finales de 2024, cuando una serie de eventos meteorológicos extremos afectaron gravemente a la producción.

La borrasca subtropical Dorothea, que azotó el archipiélago en diciembre de 2024, provocó daños de gran magnitud en las zonas agrícolas, especialmente en las plantaciones de plátano, que representan cerca del 60% de la superficie agrícola del archipiélago. Los vientos superaron los 130 km/h, llegando incluso a los 200 km/h en algunas zonas de Tenerife. El resultado fue más de 3.000 hectáreas dañadas y cerca de 10.000 parcelas afectadas, especialmente en La Palma.

A esta situación se sumó un invierno más frío de lo habitual, con menos horas de sol y una ralentización generalizada del ciclo vegetativo del plátano. Como consecuencia, la producción se redujo de forma abrupta en los primeros meses de 2025, justo en un momento de alta demanda. Este desequilibrio entre oferta y demanda ha desembocado en un incremento de precios muy comentado y criticado por los consumidores.

Según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), el precio en origen del plátano alcanzó los 1,65 euros/kilo en la última semana de mayo, un 140% por encima de la media de los últimos cinco años. Esta subida se ha trasladado directamente a los puntos de venta, donde los precios oscilan entre los 3,50 y los 5 euros/kilo.

José Perles, director comercial y de operaciones del Grupo Europlátano, comentaba a finales de mayo a **Valencia Fruits** que, desde la erupción del volcán en La Palma en 2021, “no hemos tenido un año normal. A la sobreproducción de la campaña 2022-23 le ha seguido un hueco productivo en 2023-24, que se ha acentuado en esta campaña 2024-25. El descenso ha sido muy acusado en los meses de mayor consumo, cuando el plátano es prácticamente el rey de la cesta de la compra”, añadía Perles, quien reconocía también que el problema no es sólo la cantidad total producida, sino el desajuste temporal: “falta fruta justo cuando más se necesita”.

Otros factores estructurales también influyen: el abandono de fincas por la falta de relevo generacional, la escasez de agua y los efectos del cambio climático. Todo ello ha alterado los ciclos productivos, desplazando los huecos de producción a meses de alta demanda.



Según datos del MAPA, el precio en origen del plátano alcanzó los 1,65 euros/kilo en la última semana de mayo, un 140% por encima de la media de los últimos cinco años, un incremento que también se ha dejado notar en los lineales. / NEREA RODRIGUEZ

■ MERCADO Y CONSUMIDOR

La escasez de plátano en los lineales ha generado reacciones visibles. Las redes sociales se han hecho eco del encarecimiento, comparando los precios con los de la banana importada, que se sitúan entre 0,90 y 1,50 euros/kilo, dependiendo de la enseña y la promoción.

Desde Asprocan, su presidente José Carlos Rendón, en declaraciones a EFE, admitía que “existe el temor a que el consumidor se pase a la banana si la situación persiste”. Y aunque confía en que la producción se estabilice al final del verano, reconocía que esta coyuntura de precios elevados “no interesa ni a los productores”, ya que implica menor volumen comercializado y una posible pérdida de cuota de mercado.

Por su parte, Perles confirmaba a **Valencia Fruits** que “los precios son altos, y en esta

La escasez de plátano en los lineales ha generado reacciones visibles. Las redes sociales se han hecho eco del encarecimiento, comparando los precios con los de la banana importada, que se sitúan entre 0,90 y 1,50 €/kg, dependiendo de la enseña y la promoción

Los productores canarios confían en que la situación se estabilice a medida que se recuperen las fincas dañadas y se normalice el suministro

vorágine los plataneros estamos mirados con lupa”. Al igual que el presidente de Asprocan, afirmaba que “estas cotizaciones tan elevadas tampoco son buenas para el sector”, porque ahora mismo “se premia al que tiene plátanos, no al que tiene producto de calidad”.

Desde Europlátano también señalaban que “ante estos pre-

cios, el consumo se resiente, coge más peso en el mercado la banana, y recuperar luego esa cuota cuesta y se logra a base de precio”. Por ello, a su juicio, la situación ideal para el plátano es “contar con estabilidad durante los 12 meses del año, buscando el equilibrio entre oferta y demanda, y tener un precio razonable y justo para toda la cadena”.



La borrasca subtropical Dorothea, que azotó el archipiélago en diciembre de 2024, provocó daños de gran magnitud con más de 3.000 hectáreas dañadas y cerca de 10.000 parcelas afectadas, especialmente en La Palma. / ASPROCAN

Aunque en España, según un estudio de Kantar Worldpanel, el plátano de Canarias goza de una alta preferencia entre los consumidores (el 87,2% lo prefiere frente a la banana), lo cierto es que esta diferencia de precios ha impulsado las importaciones

■ LA BANANA GANA PRESENCIA

El desequilibrio de precios entre el plátano de Canarias y la banana importada ha reavivado el debate sobre ambos productos. Mientras que el plátano nacional ha superado los 5 euros/kilo en algunos establecimientos, la banana —principalmente procedente de Costa Rica— mantiene precios estables en torno a los 1,50 euros/kilo.

Aunque en España, según un estudio de Kantar Worldpanel, el plátano de Canarias goza de una alta preferencia entre los consumidores (el 87,2% lo prefiere frente a la banana), lo cierto es que esta diferencia de precios ha impulsado las importaciones. En los tres primeros meses de 2025, las compras de banana crecieron un 29% respecto a la media de los últimos cinco años, según datos del MAPA. El 57% de estas importaciones provenían de Costa Rica.

Ante el aumento de la oferta de bananas en los lineales nacionales, desde Plátano de Canarias han recordado en varias ocasiones que la diferencia de precio responde a una realidad estructural. “Nuestro producto es local, cultivado por familias canarias, bajo estrictas normas europeas de calidad, sostenibilidad y seguridad alimentaria. No es un producto de importación masiva con costes laborales reducidos”.

Desde el punto de vista nutricional y organoléptico, también destacan las ventajas del plátano canario: mayor dulzor, textura más jugosa, alto contenido en potasio y fibra, y una maduración natural en planta de hasta seis meses. Además, cuenta con la protección de la Indicación Geográfica Protegida (IGP).

■ MIRANDO AL FUTURO

Los productores confían en que la situación se estabilice a medida que se recuperen las fincas dañadas y se normalice el suministro.

En este contexto, la recuperación de las zonas afectadas por la erupción del volcán de La Palma continúa siendo un frente abierto. En enero de 2025 se recogieron las primeras piñas de plátano cultivadas sobre las coladas del Tajogaite. Desde Europlátano se ha subrayado la importancia del esfuerzo conjunto entre agricultores, instituciones y entidades privadas para evitar la paralización de la actividad.

A medio plazo, tanto los productores como las organizaciones del sector esperan que las condiciones climáticas se normalicen, lo que permitiría estabilizar la producción y, con ella, los precios. El reto está en mantener el equilibrio entre garantizar la rentabilidad del agricultor y ofrecer al consumidor un producto competitivo, sostenible y de calidad los doce meses del año.



Melón

Piel de sapo

Villacañeros



Piña

Mango



Plátano

Aguacate



Lima



Kiwi



Sabor
natural

Melocotón



Manzana

Golden

Gala

Reineta



Pera

Conferencia • Limonera



Nuez



Papaya



www.riegogrupo.com

Producción Propia Fincas Las Mercedes y El Rincón - Las Galletas, Arona (Tenerife)
Central Mercamadrid, C/ Plátanos, 5 - 28053 Madrid - Tel.: + 34 91 786 13 14 - Fax: + 34 91 786 26 77
Distribución y Venta, Nave plátanos, 2, 5 y 6
Planta de Maduración y Envasado, H- 2-9 - Tel.: + 34 91 507 50 17 - Fax: + 34 91 507 50 27
e-mail: comercial@riegogrupo.com

Plátano de Canarias, una seña de identidad con peso en la producción frutícola española

La superficie destinada a su cultivo se sitúa entre las 8.600 y 9.000 hectáreas, con una producción anual que oscila entre los 375 y 400 millones de kilogramos

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Desde 1540, el plátano de Canarias ha sido parte indisociable del paisaje, las tradiciones y la economía de las islas. Con un modelo de producción fuertemente vinculado al territorio y a las pequeñas explotaciones familiares, esta fruta no sólo representa un símbolo cultural para el archipiélago, sino también una pieza clave en el engranaje hortofrutícola nacional y europeo.

La superficie destinada al cultivo de plátano en Canarias se sitúa entre las 8.600 y 9.000 hectáreas, con una producción anual que oscila entre los 375 y 400 millones de kilogramos. Estas cifras consolidan al plátano de Canarias como una de las principales producciones hortofrutícolas del país. Sólo en 2023, se alcanzaron los 440 millones de kilos vendidos, una cifra récord que lo posicionó como la fruta fresca más consumida en España.

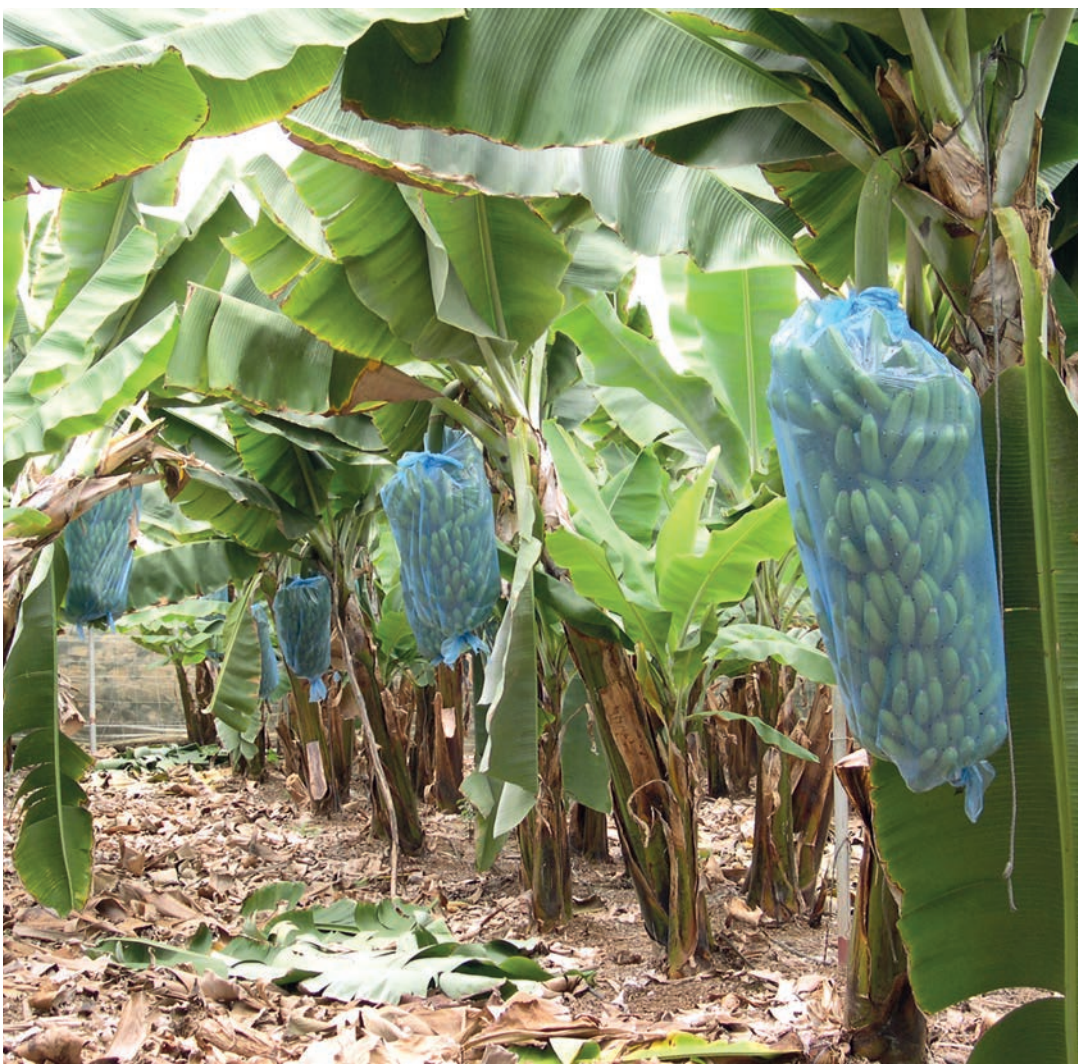
Este crecimiento sostenido contrasta con la tendencia general del mercado: en los últimos 15 años, el consumo total de fruta ha descendido un 20% en España. Aun así, el plátano canario ha incrementado su presencia en los hogares, aumentando su categoría un 30% y alcanzando una penetración del 85,7%, lo que equivale a más de 16,2 millones de hogares consumidores.

En la categoría plátano-banana, este producto representa el 60% del volumen y aporta el 75% del valor, destacando como una referencia sólida para la distribución. En los primeros meses de 2025, su precio ha experimentado una subida notable, situándose un 87,6% por encima de la media de los últimos cinco años, un indicador del reconocimiento que tiene en el mercado y de la presión que sufre la cadena de valor.

EVOLUCIÓN

El plátano de Canarias ha sabido conservar su carácter familiar y tradicional al tiempo que apuesta por la innovación. El modelo productivo está formado en su mayoría por pequeñas explotaciones, lo que refuerza su compromiso con la sostenibilidad, la biodiversidad y el entorno. La lucha integrada contra plagas, exigida por la directiva europea 2009/128/CE, y el fomento de prácticas biológicas son ejemplos del esfuerzo por equilibrar productividad y sostenibilidad.

Este plátano se cultiva exclusivamente en las islas con variedades locales del tipo Cavendish, adaptadas a las condiciones agroclimáticas del archipiélago. Su clima subtropical, con temperaturas suaves y vientos húmedos, permite un desarrollo más lento del fruto, de hasta seis meses en la planta, lo que se traduce en una textura más fina, un aroma intenso y un sabor dulce que lo diferencian claramente de otras



El plátano de Canarias se cultiva exclusivamente en las islas con variedades locales del tipo Cavendish. / PLÁTANO DE CANARIAS



El plátano de Canarias ha sido reconocido por la UE con el sello de la IGP. / PC

Producción ecológica

El plátano de Canarias cuenta también con producción certificada en ecológico, conforme al Reglamento (UE) 2018/848. Esta certificación garantiza el cumplimiento de los exigentes requisitos comunitarios en materia de agricultura ecológica, lo que refuerza su posicionamiento frente a bananas importadas que, si bien se comercializan como 'bio', se producen bajo normas nacionales menos rigurosas. ■

La identidad de marca, ha convertido al plátano de Canarias en la fruta más reconocida por los consumidores españoles y le ha permitido conectar con un público más joven

comunicar atributos como la calidad, el origen, la tradición y el compromiso medioambiental y social. Esta identidad de marca, consolidada durante décadas, lo ha convertido en la fruta más reconocida por los consumidores españoles y le ha permitido conectar con un público más joven mediante campañas que integran los valores de bienestar, innovación y sostenibilidad.

Más del 82% de los consumidores declaran preferir el plátano canario frente a la banana importada, y en más del 92% de los hogares españoles está presente de forma habitual. Su éxito comercial se traduce, además, en una fuerte presencia en medios, patrocinios y programas de promoción interior y exterior que refuerzan su notoriedad.

Pese a su éxito, el sector enfrenta tensiones estructurales importantes. En los últimos dos años, los costes de producción han aumentado un 25%, una carga que impacta directamente en la rentabilidad de los productores, especialmente en un cultivo donde la mano de obra tiene un peso clave. A esto se suma la exigencia de cumplir con criterios medioambientales y sociales que elevan los costes respecto a la competencia internacional.

Uno de los mayores retos radica en el desequilibrio comercial: la preferencia del consumidor por el plátano de Canarias ha llevado en ocasiones a que el producto soporte los márgenes más altos dentro de su categoría. Esta situación frena la rotación en los lineales, especialmente cuando coincide con picos de producción, lo que provoca caídas de precio en el mercado mayorista y presiona a los agricultores.

Por su parte, la banana importada ha ganado cuota de mercado en volumen gracias a una política de precios bajos, convirtiendo a España en el país de la UE donde este producto se vende más barato.

Sin embargo, los datos muestran que, cuando los márgenes se ajustan y el plátano canario puede competir en igualdad de condiciones, la respuesta del consumidor es clara y favorable al producto nacional.

Otro foco de tensión es la normativa de calidad vigente en la UE, que se basa en parámetros estéticos y obliga a un uso intensivo de tratamientos postcosecha, en contradicción con los principios medioambientales que promueve la propia política europea. Este desequilibrio normativo perjudica al productor local, que debe asumir mayores costes sin que estos se traduzcan necesariamente en una mejora objetiva de la calidad.

Es por eso que desde el sector se reclama una armonización real de las condiciones de producción entre los distintos orígenes que abastecen al mercado europeo, de forma que se valore más la calidad organoléptica y medioambiental frente al aspecto visual del fruto.

Plátano de Canarias no compite en precio, sino en valor. Su estrategia comercial se centra en comunicar atributos como la calidad, el origen, la tradición y el compromiso medioambiental y social

El plátano de Canarias ha sabido conservar su carácter familiar y tradicional al tiempo que apuesta por la innovación

bananas tropicales. Estas cualidades han sido reconocidas por la Unión Europea con el sello de Indicación Geográfica Protegida (IGP), siendo el único plátano europeo con esta distinción. Además, cuenta con un código arancelario propio que refuerza su singularidad frente a la banana de importación.

SUS VALORES

Plátano de Canarias no compite en precio, sino en valor. Su estrategia comercial se centra en

En el sector de frutas y verduras, Plátano de Canarias se alza como la marca más consumida

En el año 2024, el plátano de Canarias estuvo presente en 16.296.000 hogares, el 89% de las casas de toda España

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El reciente informe Brand Footprint 2025, presentado el 27 de mayo por Kantar Worldpanel, reafirma un año más a Plátano de Canarias como la marca más elegida dentro del sector de frutas y verduras en España, un hito para el sector en cuanto que refleja la confianza, el cariño y la historia compartida entre los agricultores plataneros canarios y quienes lo disfrutan en sus hogares.

Y en esta estrecha relación, los más de 7.500 productores que conforman Plátano de Canarias expresan su más profundo agradecimiento a los más de 16,2 millones de hogares (89% del total) que han hecho de su marca colectiva un alimento imprescindible de consumo diario.

El informe Brand Footprint 2025 se sustenta en los datos de consumo real de hogares en 2024, año en el que Plátano de Canarias alcanzó a 16.296.000 hogares, equivalente a un 89% de penetración. La compra media de Plátano de Canarias por hogar fue de 17,9 kilogramos, con una media de gasto por acto de compra de 2 euros que vino a conformar una cuota valor de la categoría plátano de canarias – banana del 61,4% a favor del plátano.

La compra media de Plátano de Canarias por hogar fue de 17,9 kilogramos, con una media de gasto por acto de compra de 2 euros

En el reciente estudio de la consultora internacional GfK-Nielsen para el programa de la Comisión Europea de promoción agroalimentaria, la marca Plátano de Canarias resalta por su fuerte asociación a calidad (94,6%), tradición (93,2%), marca España (92,7%), recomendación (92,3%) y confianza (90,5%). Unos niveles de reconocimiento muy elevados que son fruto de la contrastada calidad diferenciada del producto, así como de la labor constante de difusión realizada por la Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias (Asprocan).

Como ha manifestado Sergio Cáceres, gerente y director de Marketing y Comunicación de la marca, “todos los productores de Plátano de Canarias mantienen un fuerte compromiso con quienes confían en su labor, y el respaldo de los hogares es lo que nos permite continuar con una forma de cultivar y producir mucho más respetuosa con la sociedad y el medioambiente para dar fruto a un producto reconocido como único”.

La capacidad de los productores de plátano para mantener una única organización representativa del sector y aglutinar así la capacidad miles de pequeños productores para hacer llegar las cualidades del plátano

a todos los hogares de España, a la vez que su capacidad para estructurarse al 100% en Organizaciones de Productores que distribuyen su producto en decenas

de miles de puntos de venta todos los días del año, son pilares básicos que representan un reto, pero que tienen más que demostrada su eficacia.



Los consumidores españoles confían en la calidad diferenciada que ofrece una fruta como el plátano cultivado en Canarias. / ASPROCAN

europlátano

SIN intermediarios
AGRICULTURA DE CALIDAD, JUSTA Y SOSTENIBLE

Líderes en producción, calidad y comercialización

Te llevamos el mejor sabor de Canarias, desde nuestras fincas hasta tus manos

Producción y centros de empaquetado
Tenerife · La Palma · El Hierro

Centros propios de maduración y distribución
Tenerife · Alicante · Bilbao

[eurolatano.es](https://www.eurolatano.es)

ELISA MARTÍNEZ / Directora de Comunicación y Marketing de Europlátano

“Los volúmenes de producción se irán recuperando en septiembre”

No está siendo una campaña fácil para los productores y comercializadores de plátano de Canarias. La meteorología ha provocado una caída del volumen de producción notable y elevados precios de venta derivados de la escasez de oferta. Elisa Martínez, directora de Comunicación y Marketing de Europlátano, confirma las dificultades que se están viviendo durante esta temporada, considera que la subida de precios ha tocado techo con el comienzo del verano y la entrada en los mercados de la fruta de hueso, y prevé que los volúmenes de producción se recuperarán en el mes de septiembre.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo se está desarrollando hasta momento el ejercicio 2025?

Elisa Martínez. No es sorpresa para nadie que estamos sufriendo un 2025 de escasez de producción y elevados precios. La tormenta de diciembre y el frío invierno en las islas ha mermado y retrasado la producción considerablemente, lo cual ha desencadenado una subida de precios que parece haber tocado techo en las últimas semanas con el comienzo del verano y la entrada de fruta de hueso. A partir de ahora estimamos que comenzará a estabilizarse la situación y los niveles de producción se irán recuperando hacia el mes de septiembre.

VF. ¿Cómo están gestionando en Europlátano la importante reducción del volumen de producción? ¿A qué se debe exactamente la escasez de plátano que se viene sufriendo desde marzo?

EM. En cuanto a los motivos de esta situación, como comentaba, simplemente es una causa meteorológica. La superficie productiva en las islas es muy limitada y, ante estos dos hechos climatológicos, es inevitable que se note en los mercados la caída de la producción. Aproximadamente se han estado enviando unos 2.000.000 de kilos de plátano de Canarias menos cada semana.

En cuanto a la gestión que hace Europlátano, lo principal ha sido cuidar la relación con los clientes. Darles servicio dentro de lo posible y transparencia para que sepan cómo va evolucionando la situación e ir preparando la venta de los próximos meses teniendo en cuenta las curvas de producción.

VF. ¿Esta escasez de producto está generando tensiones comerciales?

EM. Por supuesto, es una situación muy compleja no poder ofrecer al cliente las cantidades que demanda. La única salida posible es explicar la situación, negociar los volúmenes más óptimos y planificar acciones comerciales para cuando se establezca la producción.

VF. ¿Cuándo prevén recuperar la normalidad?

EM. A partir del mes de septiembre esperamos estabilizarnos en cuanto a producción.

VF. ¿Qué volumen de producción prevén gestionar finalmente en Europlátano durante esta temporada?

EM. El año pasado produjimos unos 73.000.000 kilos, y este año prevemos quedarnos por debajo de los 70.000.000 kilos.

VF. ¿Cómo ha evolucionado el volumen de producción gestionado por Europlátano durante los últimos años?

EM. El crecimiento de Europlátano, quitando el año 2022



Plantaciones de plátano en el Valle de Aridane en la isla de La Palma. / EUROPLÁTANO

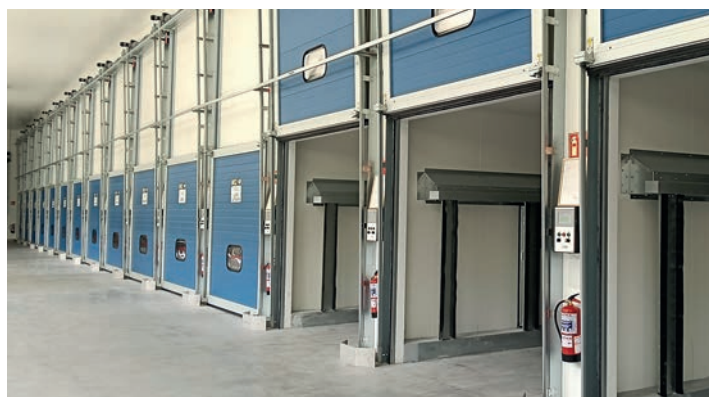
debido a las consecuencias derivadas del volcán de La Palma, es de una media del 13% anual. En los últimos 5 años el volumen de producción gestionado por la organización ha aumentado un 25%, convirtiéndonos en la Organización de Productores que más crece. Se está produciendo un cambio en el sector y cada vez es más importante para el agricultor la visión de futuro; esto nos ha ayudado a que progresivamente buenos agricultores se vayan sumando a nuestro proyecto.

VF. Europlátano lleva unos años desarrollando un proyecto de expansión. Ya contaban con instalaciones de maduración en Tenerife y Alicante, y este año han puesto en funcionamiento una nueva nave en Orozco (Vizcaya). ¿Con qué objetivo han realizado esta inversión? ¿En qué fase se encuentra ahora mismo la planta?

EM. El objetivo no es otro que conseguir que nuestros agricultores controlen en su totalidad la cadena de producción de su fruta de manera independiente y podamos ofrecer directamente a nuestros clientes no sólo el mejor plátano, sino también con la confección deseada y el mejor servicio desde el origen.

Esta nueva nave, que constituye una de las mejores instalaciones de maduración de todo el país, nos permite dar servicio al norte peninsular y es un punto

“La escasez de plátano está generando tensiones comerciales. Es una situación muy compleja no poder ofrecer al cliente las cantidades que demanda. La única salida posible es explicar la situación, negociar los volúmenes más óptimos y planificar acciones comerciales para cuando se establezca la producción”



Nuevas instalaciones de Europlátano en Orozco (Vizcaya). / NEREA RODRIGUEZ

“En los últimos 5 años el volumen de producción gestionado por Europlátano ha aumentado un 25%”

estratégico a la hora de abrir nuevos proyectos de exportación. Empezó a operar oficialmente en abril y esperamos esté al 100% de su rendimiento en el último trimestre del año, coincidiendo con el aumento de la producción en Canarias.

VF. ¿Continúa apostando Europlátano por una estrategia comercial internacional?

EM. Hace casi 10 años que hacemos envíos semanales a nuestro cliente en Suiza, Coop; y puntualmente vamos poniendo en marcha otros acuerdos comerciales que resulten rentables para los productores. Tenemos sobre la mesa varios proyectos de exportación a diferentes países europeos que se han tenido que posponer durante estos meses por la falta de producto, pero esperamos ponerlos en marcha de cara a final de año.

VF. Europlátano cuenta con la certificación IFS Food. ¿Qué aporta a la compañía esta certificación?

EM. IFS Food garantiza el más alto estándar de calidad y seguridad alimenticia. Esta certificación actúa prácticamente a todos los niveles de la organización y nos permite ofrecer una garantía inequívoca a nuestros clientes sobre la calidad de nuestra fruta. Además, es una certificación cuya renovación requiere que se consiga mayor puntuación cada año, por lo que nos obliga a mejorar en cada auditoría. Destacar aquí la implicación y esfuerzo de todo el equipo para mantener esta exigente certificación.

VF. Para concluir, ¿con qué resultados cerró Europlátano el pasado ejercicio 2024?

EM. En términos económicos, el grupo Europlátano ha crecido en el último lustro más de un 300% en su facturación, generando para sus socios agricultores un resultado de más de 2,3 millones de euros en 2024, lo que supone un crecimiento del 17% respecto al año anterior.

Esta semana se han presentado los resultados del ejercicio 2024 en la Junta General de accionistas y, desde la dirección, se ha felicitado a todo el equipo por los buenos resultados de la organización, que no sólo le permiten pagar un buen precio al productor en el día a día, sino que cuenta con una estructura financiera y humana que sostiene y desarrolla proyectos que garanticen el futuro del sector.



Agroseguro indemniza a productores de plátano de Canarias

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Agroseguro abonó el pasado 26 de junio 7,6 millones de euros en indemnizaciones a los productores asegurados de plátano de Canarias. Se trata del primer pago correspondiente a la última campaña (plan 2024), que se cerrará por encima de los 9 millones de euros en daños, principalmente a causa del viento, aunque también se han registrado siniestros de pedrisco, lluvia o incendio, entre otros riesgos. En total, Agroseguro ha recibido siniestros procedentes de más de 15.000 parcelas aseguradas a lo largo de toda la campaña, abarcando una superficie de 5.500 hectáreas.

La casi totalidad de las indemnizaciones citadas —que se abonan ahora, coincidiendo con el final de la campaña— corresponden, prácticamente a partes iguales, a productores asegurados en La Palma y Tenerife, islas especialmente afectadas por las fuertes rachas de viento sur acompañadas de humedades relativas excepcionalmente bajas sufridas entre los días 14 y 18 de diciembre. Una combinación de condiciones meteorológicas muy atípica para la fecha, que provocó defoliaciones y desecaciones muy acusadas en las plataneras.

Desde Agroseguro destacan que la implantación del seguro de plátano de Canarias, que se suscribe mediante una serie de pólizas colectivas, alcanza el 100% de la producción.

■ VIENTOS CÁLIDOS

Los fuertes vientos cálidos registrados durante el mes de diciembre en las islas Canarias provocaron daños cercanos a 10 millones de euros. En total, la superficie siniestrada se cifró en casi 3.000 hectáreas y 9.000 parcelas aseguradas, principalmente en explotaciones de plátano, aunque también se produjeron siniestros puntuales en explotaciones de cultivos tropicales y subtropicales, planta ornamental y hortalizas.

En concreto, los días 14 y 17 de diciembre, y luego el 25 de diciembre, se registraron importantes rachas de viento sur en las islas de Tenerife, El Hierro, La Gomera y La Palma, acompañadas de humedades relativas excepcionalmente bajas. Esta combinación de condiciones meteorológicas provocaron defoliaciones y desecaciones muy acusadas en las plataneras, que no se manifestaron hasta un par de semanas después del siniestro, y que originaron daños importantes. “Se trata de un siniestro muy atípico, no teniéndose constancia de un siniestro similar en estas fechas y durante tantos días consecutivos en los casi 45 años de existencia del sistema español de Seguros Agrarios Combinados”, apuntaron desde Agroseguro.

Coplaca reafirma su liderazgo como mayor organización de productores de plátano de la UE

La Asamblea General celebrada en Santa Cruz de Tenerife pone de relieve la buena salud financiera del grupo y su papel clave en el sostenimiento del sector

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Grupo Regional de Cooperativas Plataneras de Canarias, Coplaca, ha celebrado recientemente en Santa Cruz de Tenerife su Asamblea General anual, con una amplia participación de agricultores procedentes de todas las cooperativas miembro del archipiélago. Durante el encuentro, se repasaron los principales hitos de la organización a lo largo del ejercicio 2024 y se expusieron las líneas estratégicas de actuación para los próximos meses, en un contexto de consolidación como actor clave en la producción y comercialización del plátano en Europa.

Fundada en 1970 en Santa Cruz de La Palma con la unión de doce cooperativas productoras, Coplaca ha evolucionado hasta agrupar actualmente a 16 cooperativas y sociedades agrarias de transformación, con presencia en todas las islas productoras de plátano del archipiélago. Su infraestructura cuenta con 22 almacenes de procesado y empaquetado, y su peso dentro del sector no ha dejado de crecer desde la entrada en vigor de la OCM del Plátano en 1993 y su posterior reconocimiento como Organización de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH) en 2002.

En la actualidad, Coplaca integra a más de 3.200 productores de plátano de Tenerife, La Palma, La Gomera, El Hierro y Gran Canaria, lo que la convierte en la mayor organización de productores del sector platane-



Imagen de la Asamblea General de 2025. / COPLACA

ro no sólo de Canarias, sino de toda la Unión Europea. La cifra es contundente: en 2024, la producción comercializada superó las 135.000 toneladas, sobre una superficie cultivada de 3.000 hectáreas, y alcanzó una cifra de negocio de 145 millones de euros.

■ COMERCIALIZACIÓN

Toda la producción de Coplaca se comercializa a través del Grupo EurobananCanarias, constituido en 1993 y participado al 50% por la propia organización. Esta empresa se ha posicionado como la segunda mayor compañía española en distribución de frutas, y como líder indiscutible en la maduración y venta de plátano de Canarias, apoyada en una red logística de centros de maduración repartidos por todo el territorio peninsular.

En 2024, EurobananCanarias registró una facturación de 630 millones de euros, de los cuales 145 millones correspondieron a Plátano de Canarias. El resto procedió de la amplia gama de

frutas de distintos orígenes que comercializa el grupo. Gracias a esta estructura, buena parte de los beneficios generados retorna al sector canario a través de la sociedad Coplaca de Inversiones SL, creada en 2004 como vehículo financiero para reinvertir en el tejido productivo del archipiélago. Desde su constitución, Coplaca de Inversiones ha distribuido más de 45 millones de euros en dividendos entre sus socios.

Durante la Asamblea General, los representantes de las cooperativas aprobaron el reparto de dividendos correspondientes a 2024 y conocieron en detalle los resultados económicos del grupo, que refuerzan la solidez financiera de la organización.

■ INNOVACIÓN Y TRANSPORTE

Más allá del aspecto comercial y económico, la asamblea también permitió revisar otros proyectos estratégicos en los que participa Coplaca, como las actividades

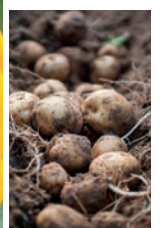
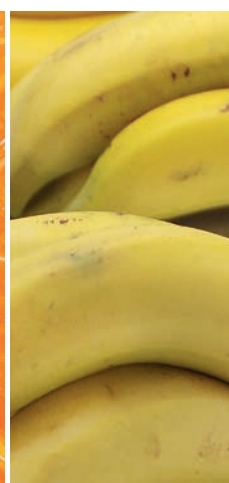
de la empresa Cultesa, especializada en biotecnología vegetal y producción de material vegetal de platanera, y en la que la organización posee un 40% del capital. Este compromiso con la innovación y la mejora genética forma parte de una estrategia más amplia orientada a garantizar la sostenibilidad técnica y productiva del cultivo en las islas.

Asimismo, se abordaron cuestiones clave como la compensación al transporte de plátano entre Canarias y la Península, una herramienta esencial para mantener la competitividad del producto en los mercados nacionales frente a producciones extracomunitarias.

■ FORTALEZA

Uno de los mensajes que planeó sobre la asamblea fue el contraste entre la estabilidad de Coplaca y la situación crítica que atraviesan otras organizaciones del sector. En un año marcado por la incertidumbre comercial y los elevados costes de producción, la estructura cooperativa y la integración vertical del grupo han demostrado ser pilares clave para mantener la rentabilidad del agricultor.

La aprobación de las cuentas de 2024, con una facturación estable y un sólido reparto de beneficios, refuerza el papel de Coplaca como eje vertebrador del plátano de Canarias, no sólo desde el punto de vista productivo, sino también económico y social.



NitroEtil

Regulador del crecimiento de las plantas a base de etileno

Empleado para acelerar la maduración natural y el desverdizado de frutos.

GENERATING A CLEANER FUTURE
carburos.com

CARBUROS METÁLICOS
Grupo Air Products



América Latina mantiene su papel hegemónico como proveedor de bananas a escala global y Ecuador, líder histórico, sigue marcando la pauta en exportación. / ARCHIVO

¿Qué países se sitúan a la cabeza de las importaciones de banana en 2025?

Estados Unidos, la Unión Europea y China lideran un mercado internacional marcado por la diversificación de orígenes, el crecimiento de la demanda en Asia y el papel dominante de América Latina como proveedor

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Las bananas, omnipresentes en los lineales de supermercados de todo el mundo, son una de las frutas más comercializadas a escala global. Su atractivo precio, su valor nutricional y su disponibilidad durante todo el año las convierten en un pilar del consumo tanto en países desarrollados como en economías emergentes. En 2025, el comercio internacional de bananas sigue creciendo, impulsado por una demanda robusta y una red cada vez más compleja de países exportadores e importadores.

Un reciente análisis publicado por Ess Team identifica los diez principales países importadores por volumen y demanda en 2025, y ofrece un retrato nítido de las dinámicas que marcan el pulso del comercio bananero mundial. Estados Unidos, la Unión Europea y China encabezan la clasificación, pero destacan también el auge de Asia, la consolidación de Oriente Medio y el protagonismo de América Latina como principal suministrador global.

■ ESTADOS UNIDOS

Con más de 10 millones de toneladas de bananas importadas en 2025, Estados Unidos mantiene su liderazgo como mayor importador mundial. La fruta tropical forma parte habitual de la dieta americana, tanto en fresco como en preparaciones industriales, y su demanda permanece estable, incluso en contextos de inflación o cambios de hábitos.

Ecuador, Guatemala y Costa Rica siguen siendo sus proveedores más destacados, gracias a la proximidad geográfica, acuerdos comerciales consolidados y una logística altamente eficiente. Además, la variedad Cavendish

Con más de 10 millones de toneladas de bananas importadas en 2025, Estados Unidos mantiene su liderazgo como mayor importador mundial

continúa dominando el mercado, aunque con una creciente presencia de bananas orgánicas y de comercio justo.

■ UNIÓN EUROPEA

La Unión Europea ocupa el segundo lugar, con una demanda estimada en torno a 8 millones de toneladas. Países como Alemania, Francia y Reino Unido destacan por su alto consumo per cápita, pero cada Estado miembro presenta particularidades en cuanto a preferencias, normativas y origen de suministro.

Las importaciones proceden principalmente de América Latina (Ecuador, Colombia, Costa

Rica) y del África Caribe Pacífico (ACP), beneficiadas estas últimas por el régimen preferencial. En paralelo, las políticas comunitarias en materia de sostenibilidad, residuos y derechos laborales están influyendo de forma creciente en los requisitos que deben cumplir los proveedores.

■ ASIA

Asia se consolida como un mercado estratégico en la evolución de la demanda global de banana. China, con más de 5 millones de toneladas previstas para 2025, representa el tercer mayor importador mundial, con un creci-

miento sostenido gracias a la urbanización, el aumento del poder adquisitivo y la occidentalización de la dieta.

Vietnam, Tailandia y especialmente Filipinas —por cercanía y volumen— son los principales países proveedores. En el caso de Japón (2,5 millones de toneladas) y Corea del Sur (1 millón), la banana ha logrado un lugar destacado en el consumo diario, aunque con preferencias específicas hacia productos de alta calidad, bien presentados y con certificaciones.

■ RUSIA Y CANADÁ

Tanto Rusia (más de 2 millones de toneladas) como Canadá (1,5 millones) muestran una demanda consolidada y poco fluctuante. En el caso ruso, las importaciones se canalizan fundamentalmente desde Ecuador y Filipinas, a pesar de los condicionantes

En 2025, el comercio internacional de bananas sigue creciendo, impulsado por una demanda robusta y una red cada vez más compleja de países exportadores e importadores

geopolíticos y logísticos. La banana se ha convertido en una fruta básica para gran parte de la población rusa, por su accesibilidad y disponibilidad.

En Canadá, el mercado se caracteriza por un consumidor exigente, con alto interés por la procedencia, los métodos de cultivo y las certificaciones de sostenibilidad. La logística está bien engrasada, y los canales de distribución minorista muestran una alta concentración.

■ ORIENTE MEDIO Y OCEANÍA

En los últimos años, Arabia Saudí (800.000 toneladas), Emiratos Árabes Unidos (700.000) y Australia (600.000) han aumentado notablemente su volumen importador. En el caso de los países del Golfo, este crecimiento se explica por la expansión demográfica, los cambios en el estilo de vida y una apuesta gubernamental por diversificar la oferta alimentaria.

Filipinas e India emergen como proveedores clave para esta región, al combinar precios competitivos, acuerdos bilaterales y una logística flexible. En el caso de Australia, donde también existe producción nacional, las importaciones complementan la oferta local en épocas de menor cosecha o ante episodios climáticos adversos.

■ LOS PROVEEDORES

América Latina mantiene su papel hegemónico como proveedor de bananas a escala global. Ecuador, líder histórico, sigue marcando la pauta con una cadena exportadora profesionalizada, puertos eficientes y una fuerte adaptación a los requerimientos internacionales. Le siguen de cerca Guatemala, especialmente orientada al mercado norteamericano, y Costa Rica, con un posicionamiento sólido tanto en EEUU como en Europa.

Filipinas, por su parte, se consolida como el gran actor asiático, con una estrategia clara de abastecimiento a China, Japón, Corea y Oriente Medio. También destaca el avance de países como India, Vietnam o Tailandia, que se posicionan con fuerza en sus regiones y amplían su radio de exportación.

El mapa de importadores de banana en 2025 refleja tanto el arraigo de este producto en la cesta global como su dinamismo comercial. La diversificación de orígenes, la aparición de nuevos actores, la sensibilidad del consumidor por aspectos sociales y medioambientales, y la competencia entre grandes bloques geopolíticos están redefiniendo el comercio bananero mundial.

Para los operadores del sector —exportadores, importadores, distribuidores y retailers— se abren nuevas oportunidades, pero también se intensifican los retos: adaptar la oferta, ser sostenibles, anticiparse a las demandas del consumidor y navegar en un entorno logístico y normativo cada vez más complejo.



La UE tiene una demanda de 8 millones de toneladas y Alemania, Francia y Reino Unido destacan por su alto consumo. / ARCHIVO

Ecuador aumenta sus exportaciones de banano

La exportación ecuatoriana aumenta un 3,07% en el primer cuatrimestre, pese al convulso escenario internacional

► EFEAGRO. QUITO.

Ecuador, el primer exportador mundial de banano, registra un crecimiento del 3,07% en sus exportaciones durante el primer cuatrimestre de 2025, pese al convulso escenario internacional.

Un panorama que ha afectado a los mercados con distintas guerras, efectos del cambio climático y un incremento en las exigencias de calidad por parte de la Unión Europea, el mayor comprador del banano ecuatoriano.

“Esta serie de desafíos estructurales y coyunturales exigen una respuesta articulada e inmediata”, señaló el director ejecutivo de la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE), José Antonio Hidalgo, durante la segunda y última jornada del ‘Banana Time Machala 2025’, la convención de la industria bananera ecuatoriana.

En Machala, capital de la provincia de El Oro, una de las tres mayores productoras de banano del país, la industria bananera analizó los desafíos que enfrentarán las exportaciones en los próximos meses. Sólo en El Oro se cultivan 32.161 hectáreas de banano, lo que representa el 18% del total nacional.

Tras haber cerrado el ejercicio 2024 con exportaciones por

La Unión Europea es el mayor comprador del banano ecuatoriano

El gremio bananero ve necesario contener el aumento de costos logísticos, especialmente en insumos, cartón y fletes marítimos

valor de 3.656 millones de dólares, en los primeros cuatro meses de 2025 se exportaron desde Ecuador 139,73 millones de cajas de banano de 18,14 kilos cada una. Esto derivó en el ya mencionado incremento del 3,07% en el volumen exportado respecto al mismo periodo de 2024.

El 31,4% de las exportaciones se dirigió a la UE, con un incremento del 4,36% al registrar 43,88 millones de cajas, si bien los productores y exportadores ecuatorianos deben adaptarse a exigencias y certificaciones de calidad para introducir el fruto en el mercado europeo, con los

límites máximos de residuos, que son cada vez más estrictos.

A la UE le sigue Rusia como segundo destino del banano ecuatoriano, con un 20,4% de las exportaciones totales, traducidas en 28,51 millones de cajas entre enero y abril. La cifra representa un 11,62% más que en el primer cuatrimestre de 2024, tras haberse recuperado la demanda luego del inicio de la guerra en Ucrania y del conflicto surgido por la suspensión temporal de exportación a varias empresas por parte de las autoridades rusas.

En tercer lugar aparece Oriente Medio (13,40%), a donde se enviaron desde Ecuador 18,73 millones de cajas, con un incremento del 4,52% pese a la guerra en la Franja de Gaza y a otros frentes bélicos en torno a Israel, como el reciente abierto con Irán.

Estados Unidos (11,66%) es el cuarto mercado de mayor interés para el banano ecuatoriano, hacia donde se dirigieron entre enero y abril un total de 16,29 millones de cajas, con un incremento del 8,75% pese a los aranceles impuestos por su presidente Donald Trump, que tanto para Ecuador como para la mayoría de sus competidores fue del 10%.

“El actual escenario comercial entre Estados Unidos y Chi-



Tras cerrar 2024 con exportaciones por valor de 3.656 millones de dólares, en los primeros cuatro meses de 2025 se exportaron desde Ecuador 139,73 millones de cajas de banano de 18,14 kilos cada una

na plantea retos para el comercio global. En este contexto, es clave que Ecuador mantenga una postura de diálogo y cooperación, fortaleciendo relaciones con todos los mercados estratégicos”, ha señalado AEBE. Y ha destacado la necesidad de proteger el acceso competitivo de la fruta ecuatoriana a nivel internacional.

Asia, donde destacan destinos como China y Corea del Sur, ocupa el sexto lugar entre los mercados de destino del banano ecuatoriano, con una participación del 6,68%. Hasta abril se han exportado 9,33 millones de cajas a la región, lo que representa un crecimiento del 17,88% frente al mismo periodo de 2024.

■ INUNDACIONES Y PROBLEMAS LOGÍSTICOS

Además del delicado contexto internacional, el sector también tiene que lidiar con problemas logísticos de espacios para em-

barcar en los puertos, lo que ha causado algunos retrasos en este primer semestre, sumado a las dificultades para cumplir con los volúmenes comprometidos por las lluvias e inundaciones registradas a inicios de año.

El gremio bananero también ve necesario contener el aumento de costos logísticos—especialmente en insumos, cartón y fletes marítimos—, y a la vez proteger a las plantaciones de plagas como el moko y el fusarium raza 4 (RT4) que han causado graves daños en países vecinos como Colombia y Perú, así como en Filipinas.

El ‘Banana Time Machala 2025’ es la antesala del ‘Banana Time 2025’, la mayor convención anual de Latinoamérica sobre la industria bananera que organiza AEBE en Guayaquil, donde se encuentra el puerto que concentra el mayor volumen de exportaciones de banano hacia el resto del mundo.



Una ventana a Canarias.

Cuqui



www.grupofernandez.es

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