

valencia • fruits

15 de julio de 2025 • Número 3.116 • Año LXIII • Fundador: José Ferrer Camarena • 5 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTÍCOLA FUNDADO EN 1962



La fresa onubense ha tenido una demanda muy lineal durante toda la campaña, con una muy buena valoración en los mercados. / FRESHUELVIA

Aumenta la exportación de berries pese a la caída de la producción

La campaña 2024/2025 de frutos rojos de Huelva concluye con una cosecha a la baja y con el arándano liderando el incremento del valor exportado

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Asociación de Productores y Exportadores de la Fresa de Huelva, Freshuelva, ha hecho balance de la campaña 2024/2025 con una producción total de 210.345 toneladas de fresas, lo que supone una bajada del 5% respecto a la campaña anterior. Este descenso ha estado condicionado por factores climáticos y productivos que han marcado una campaña irregular, aunque con un comportamiento positivo en los mercados de exportación. En este sentido, el exceso de lluvia causó daños especialmente a las variedades más tempranas, ya que coincidió con su fase de maduración. Por otra parte, la fresa ha tenido una demanda muy lineal durante toda la campaña y con una muy buena valoración en los mercados, gracias también a la diversificación varietal. Además, los precios se han mantenido muy similares a los de la anterior campaña.

En el caso de la frambuesa, la producción se ha reducido un 6,5%, hasta las 37.660 toneladas, mientras que la mora ha descen-

El descenso ha estado condicionado por factores climáticos y productivos que han marcado una campaña irregular en los diferentes cultivos, pero con un comportamiento positivo en los mercados de exportación

Alemania y Reino Unido continúan siendo los principales destinos de los frutos rojos onubenses en todas las categorías, seguidos de Francia en tercera posición

dido un 11%, con un total de 1.890 toneladas. Por el contrario, el arándano ha experimentado un incremento del 8%, alcanzando las 63.150 toneladas. Este aumento se debe, en parte, a la entrada en producción de nuevas plantaciones y al alargamiento del calendario de recolección gracias a variedades tempranas y tardías.

En términos de exportación, el sector ha logrado incrementar el valor global de las ventas al exterior, destacando el comportamiento del arándano, que lidera el crecimiento con un aumento del 24%, hasta alcanzar los 350,8

millones de euros. También destaca el repunte de la fresa, que mejora un 9,5% respecto al ejercicio anterior, con un valor exportado de 699,3 millones de euros.

En cuanto a la frambuesa, las exportaciones se mantienen prácticamente estables, con una ligera bajada del 0,5% y un valor total de 229,6 millones de euros. Por su parte, la mora revierte la tendencia del pasado año y crece un 10,5%, alcanzando los 18,3 millones de euros en ventas al exterior.

Por países, Alemania y Reino Unido continúan siendo los

principales destinos de los frutos rojos onubenses en todas las categorías. En el caso concreto del arándano, Países Bajos se consolida como tercer mercado más relevante, mientras que para la fresa y la frambuesa se mantiene Francia en esa tercera posición.

Freshuelva valora que, a pesar de los descensos generalizados en la producción de algunos cultivos, la campaña ha demostrado la fortaleza comercial y la capacidad de adaptación del sector, que continúa apostando por la innovación varietal, la diversificación de mercados y el cumplimiento de los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria.

La asociación insiste en la necesidad de que las administraciones nacionales y europeas adopten medidas que garanticen una competencia justa frente a las importaciones de países terceros, reforzando los mecanismos de reciprocidad —como las cláusulas espejo— para que las exigencias sociales, laborales y medioambientales sean comunes en todo el mercado europeo.



Esta semana

3 El sector agroalimentario alcanza un saldo comercial de 19.232 millones en 2024

Fruit Logística presenta en Madrid sus novedades para la edición de 2026

4 El valor añadido del sector agroalimentario español aumenta un 3,9% en 2024

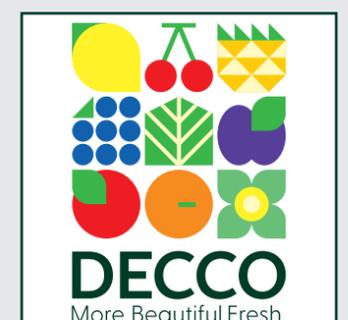
5 La falta de relevo generacional: el gran handicap del campo en nuestros país

7 Cajamar pone el foco en la agricultura regenerativa



ÍNDICE

Agrocomercio	3
Agrocultivos	6
Noticias de Empresas	9
Agrocotizaciones	16



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 ORONOZ

■ 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

Prudencia ante el 'chantaje' de Trump

Por GONZALO GAYO

La UE quiere agotar todas las vías de diálogo para alcanzar acuerdos que eviten una guerra de aranceles a ambas orillas del Atlántico. Desde las cancillerías europeas se redobla el apoyo al equipo negociador tras el último 'chantaje' del inquilino de la Casa Blanca, Donald Trump, al anunciar que los bienes importados de la Unión Europea se enfrentarán a una tasa arancelaria del 30% a partir del 1 de agosto. "Cobramos a la Unión Europea un arancel de sólo el 30% sobre los productos de la UE enviados a Estados Unidos, independiente de todos los aranceles sectoriales", según la carta remitida por Trump a la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen. El presidente norteamericano añade que dará marcha atrás en su decisión "si la Unión Europea o sus empresas deciden fabricar productos en Estados Unidos". De hecho, "haremos todo lo posible para obtener las aprobaciones de forma rápida, profesional y rutinaria; es decir, en cuestión de semanas", añade la misiva.

Trump justifica estas medidas principalmente por el excedente comercial de la UE con Estados Unidos, que alcanzó los 50.000 millones de euros en 2024, si bien el desequilibrio comercial es cuestionable si incluimos las empresas de servicios y tecnológicas norteamericanas. Pocos dudan que las previsibles pérdidas de las grandes empresas norteamericanas se multiplicarán en Wall Street mucho más de lo que Trump pretende lograr con los 'chantajes de aranceles', y si no que le pregunten a Elon Musk.

Desde los cuarteles de verano de la UE, la presidenta Ursula Von der Leyen, trata de evitar el choque de trenes en la mayor área de comercio mundial, entre EEUU y la UE. Es por ello que la UE impone la vía de la prudencia tras anunciar que prorrogará la suspensión de los aranceles de represalia contra Estados Unidos. Con ello trata de facilitar la búsqueda de un acuerdo, según anunció la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen. No obstante, las grandes empresas norteamericanas deberían hacer recapacitar a su presidente ante el riesgo que supone para las cotizaciones de sus empresas y el desplome en los mercados financieros si declaran una guerra comercial con Europa y otros países como México, siendo ambos sus mejores clientes.

Por su parte, la jefa de la diplomacia europea, Kaja Kallas, manifestó que la UE tiene "las herramientas" para defenderse frente a los nuevos aranceles anunciados y apuntó en particular a los servicios que Estados Unidos exporta. Añade que "la UE siempre ha buscado una solución negociada. Pero si es ne-

cesario, también tiene las herramientas para defender sus intereses", declaró en una entrevista a un diario francés. De hecho, un arancel del 30% sobre las exportaciones de la UE perjudicaría tanto a empresas y consumidores a ambas orillas del Atlántico, así como las relaciones diplomáticas entre EEUU y la UE.

Mientras tanto, los últimos datos del sector agroalimentario europeo dan muestras de fortaleza en la misma línea de los últimos años. La bonanza del comercio agroalimentario de la UE está fuera de toda duda con un primer trimestre de 2025 en el que las exportaciones crecieron un 3% con respecto a 2024 y alcanzaron los 59.700 millones de euros. La balanza comercial agroalimentaria de la UE se mantuvo mayoritariamente positiva, alcanzando los 11.600 millones de euros de superávit entre enero a marzo de 2025.

Ante este panorama es hora que desde el 'despacho oval' de nuestros hogares tomemos decisiones en apoyo a nuestros agricultores y productos de proximidad y calidad garantizada. Es importante, en los tiempos que corren, que los consumidores salgamos en defensa de nuestra agricultura con los productos de proximidad, apostando por la frescura de los productos, recolectados en su punto óptimo de madurez y que conservan la mejor propiedad alimenticia.

Es por ello necesario dar un paso al frente, hoy más que nunca, para apoyar a nuestros agricultores y una industria agroalimentaria que genera empleo y riqueza siendo un claro motor de crecimiento en la economía española y europea. La mejor respuesta a los 'chantajes de aranceles' es la firme determinación de los ciudadanos por el desarrollo sostenible, cuidado del medioambiente, comercio justo, protección de la biodiversidad y un compromiso firme y constante con nuestros agricultores y la economía local y europea. Además, con ello contribuimos también a un menor uso de conservantes y embalajes, incremento de consumo de productos de temporada y la eliminación de intermediarios con la contaminación de los transportes a miles de kilómetros de distancia. Con ello también ayudamos a los jóvenes agricultores para que den el paso necesario y urgente en el relevo generacional en el campo. Esperemos que se imponga el sentido común en unas negociaciones en el que no sólo está en juego unos aranceles, también la confianza con EEUU, hasta ahora socios y amigos leales.

Desde la Administración valenciana, por otra parte, llegan buenas noticias en las ayudas anunciadas para el relevo generacional, desde la conselleria de Agricultura con 29 millones de euros

para que los jóvenes y nuevas incorporaciones al sector agrario con incentivos de hasta 80.000 euros para jóvenes y de hasta 70.000 euros para aquellos entre 41 y 56 años.

El conseller, Miguel Barrachina, señala que el relevo generacional es "una estrategia clave para garantizar un sector más fuerte y competitivo". Añade que estas medidas suponen un impulso decisivo para la renovación generacional en el campo, "una necesidad urgente ante el envejecimiento de la población agraria y el reto demográfico que afrontan muchas zonas rurales". Estas medidas se adelantan a las que en septiembre anunciará la UE para apoyar el relevo generacional en el campo europeo.

Mientras tanto, los agricultores europeos calientan motores y ponen fecha para 16 de julio en la manifestación que se celebrará en Bruselas para defender una PAC fuerte, común y bien financiada, en un momento clave para el futuro. La acción coincide con la presentación oficial del nuevo Marco Financiero Plurianual (MFP), que marcará el presupuesto y las prioridades de la Unión Europea para los próximos años. Ante el riesgo de que la PAC quede disuelta dentro de un fondo único sin garantías específicas para el sector agrario, Asaja anuncia que "estará donde tiene que estar: en la calle, en Bruselas, alzando la voz del campo". De hecho, la Comisión Europea ultima su propuesta sobre el próximo MFP con un próximo presupuesto de la UE que combine flexibilidad para responder a una crisis con previsibilidad y garantizar así una estabilidad. Señalan las mismas fuentes que se mantendrá "fuertes y separadas las políticas de agricultura y cohesión, así como un Fondo Social Europeo independiente". Ya veremos, nadie se fía. Mientras se calientan motores hacia un previsible otoño de movilizaciones.

También, la semana pasada conocíamos la triste noticia del fallecimiento de un joven agricultor maño, David Lafoz, que recordamos en Valencia ayudando con su tractor en la Dana y cuyo ejemplo de lucha por el campo traspasó fronteras. Hasta el comisario europeo de Agricultura, Christophe Hansen manifestaba el dolor por la triste noticia "Me entristece mucho la noticia del fallecimiento del joven agricultor David Lafoz. Apasionado de su trabajo, firme defensor del campo y solidario". Un sentido pésame a la familia desde el agradecimiento por su solidaridad y generosidad con los valencianos.

Y aquí seguimos, sin obras, ni justicia para miles de ciudadanos que lo perdieron todo mientras los responsables siguen sin hacer nada para evitar que se repita otra tragedia, con olas de calor no cesan y el riesgo de Danas que crece.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

El sector agroalimentario alcanza un saldo comercial de 19.232 millones en 2024

Se ha alcanzado un saldo comercial récord, un 21,2% mayor que en 2023, lo que consolida al sector con el mayor superávit comercial de la economía española

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha publicado el Informe Anual de Comercio Exterior 2024, que confirma el papel clave del sector agroalimentario y pesquero en la economía española, al consolidarse como el sector con mayor saldo positivo de comercio exterior, con un récord de 19.232 millones de euros en 2024, un 21,2% más que el año anterior.

En un contexto de tensiones geopolíticas (como la continuidad de la guerra en Ucrania, el conflicto en Oriente Medio y la amenaza de nuevos aranceles por parte de Estados Unidos), el sector agroalimentario y pesquero registró un comportamiento diferenciado respecto al conjunto de la economía española.

En 2024, las exportaciones del sector aumentaron un 5,8% en comparación con 2023, hasta alcanzar los 75.090 millones de euros, mientras que las importaciones crecieron un 1,4%, hasta los 55.859 millones de euros. Estos datos contrastan con la evolución general de la economía española,



En 2024, las exportaciones aumentaron un 5,8% en comparación con 2023, hasta alcanzar los 75.090 millones de euros. / ARCHIVO

El 66,3% de las exportaciones agroalimentarias y pesqueras se dirigieron a la Unión Europea, con un incremento del 4,1% respecto al año anterior

que registró un crecimiento del 0,1% en las exportaciones y del 0,2% en las importaciones durante el mismo periodo.

Esto ha permitido alcanzar un saldo comercial récord de 19.232

El sector aportó en 2024 el 19,5% del total de las exportaciones españolas

millones de euros, un 21,2% más que en 2023, lo que consolida al sector con el mayor superávit comercial de la economía española.

El sector agroalimentario y pesquero aportó en 2024 el 19,5% del total de las exportaciones españolas, frente al 13,2% que representaron las importaciones, lo que refleja su capacidad de generar riqueza y estabilidad en el comercio exterior nacional.

En cuanto a los principales subsectores exportadores en 2024, destacan: las frutas, con 10.859 millones de euros; las carnes, con 10.308 millones de euros; las hortalizas, con 9.193 millones de euros; además, destacan los aceites y grasas, con un crecimiento del 26,1% respecto a 2023y un valor exportado de 8.689 millones de euros, y los cereales, que incrementaron sus exportaciones un 12,2%, hasta 495 millones de euros.

El 66,3% de las exportaciones agroalimentarias y pesqueras se dirigieron a la Unión Europea, con un incremento del 4,1% respecto al año anterior, lo que confirma la relevancia del mercado comunitario para el sector.

Los datos han sido extraídos del Informe Anual de Comercio Exterior 2024 que ofrece un análisis detallado de los principales indicadores del comercio exterior agroalimentario y pesquero, con datos actualizados del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria.

Fruit Logística presenta en Madrid sus novedades

La feria reúne a la prensa especializada para dar a conocer las claves de su próxima edición en febrero de 2026

► RAQUEL FUERTES. MADRID.

Fruit Logística, la feria berlinesa del sector hortofrutícola, ha presentado en Madrid sus principales novedades de cara a la edición de 2026, que se celebrará entre el 4 y el 6 de febrero. El encuentro, celebrado ante más de una decena de medios especializados, ha contado con la participación de Alexander Stein, director de la feria, quien llegó a Madrid para hablar con los medios sobre la evolución del evento y las claves estratégicas de su próxima edición. España es el primer país que acoge una cita similar para dar a conocer estas novedades, como recalcó Stein, nombrado poco antes de la edición 2025, en su intervención ante la prensa.

También estuvo presente Silvia de Juanes, directora de comunicación de Fruit Logística para

España y Latinoamérica, quien destacó ante el papel estratégico de la feria para las empresas nacionales en un contexto de creciente internacionalización.

■ NUEVO FORMATOS

Fruit Logística 2026 presenta “una programación más amplia y nuevas oportunidades de exposición, diseñadas para aumentar la visibilidad de los expositores y fomentar una mayor interacción por parte de los visitantes profesionales”, según han destacado en la reunión de Madrid. A los espacios conocidos como el Fresh Produce Forum, Farming Forward Stage, Future Lab, Logistics Hub y el Podcast Studio, se suma el Insight Stage, un escenario dedicado a start-ups con ideas de negocio innovadoras, así como a la promoción de exposi-

tores interesados en participar. Además, se introducirán por primera vez zonas de exhibición especializadas dentro de las áreas de Fresh Produce y Machinery & Technology, donde las empresas expositoras podrán mostrar sus productos y servicios más innovadores de forma destacada ante compradores de todo el mundo. Estas nuevas zonas —independientes del Fruit Logística Innovation Award (FLIA)— “refuerzan el compromiso del evento con la visibilidad comercial y la innovación aplicada”, ha afirmado De Juanes.

Como novedad exclusiva, se lanzan también los Expo Tours, recorridos guiados por los principales mercados mayoristas y minoristas de Berlín, que permitirán a los participantes obtener una visión directa de las tenden-



Alex Stein y Silvia de Juanes en la presentación de Fruit Logística 2026 en Madrid./ RF

cias de consumo y comercialización en el corazón del retail europeo.

■ LAS CIFRAS DE ESPAÑA

En la edición anterior, Fruit Logística reunió a más de 91.000 asistentes procedentes de todo el mundo, incluyendo 2.600 expositores y más de 67.000 visitantes profesionales. España volvió a destacar como uno de los países con mayor representación en la feria, de hecho, ocupa la tercera posición en cuanto a expositores

(unos 260 en la pasada edición) y la cuarta en cuanto a visitantes. “España es un mercado clave para Fruit Logística, y cada año vemos crecer el talento, la innovación y la presencia de sus empresas en Berlín”, ha comentado Alexander Stein. “Invitamos a las compañías agroalimentarias a formar parte de esta próxima edición, que ofrecerá no sólo oportunidades de visibilidad y expansión de negocio, sino una experiencia completa de aprendizaje y crecimiento.

El valor añadido del sector agroalimentario español aumenta un 3,9% en 2024

Cajamar presenta el informe del 'Observatorio sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo' correspondiente al pasado ejercicio

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Cajamar presentó el pasado 8 de julio el Informe 2024 del 'Observatorio sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo' en un acto en el que participaron el presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde; la secretaria general de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Ana Rodríguez; el director adjunto de Investigación del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivие) y coordinador del informe, Joaquín Maudos, y el director de Estudios y Publicaciones de la Fundación Grupo Cajamar, Ignacio Atance.

El presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde, señaló que "el informe 2024 certifica un año más el peso y carácter estratégico que el sector tiene para nuestra economía, apoyado en su competitividad y con ello en el crecimiento de las exportaciones y su saldo exterior positivo. En un año de crecimiento macroeconómico el sector ha sido capaz de crecer por encima del conjunto de la economía, apoyándose en gran medida en la demanda exterior".

Baamonde continuó explicando que, "por la relevancia que la competitividad tiene en el futuro del sector, el Observatorio ha profundizado en su análisis comparativo con la UE. Con respecto a nuestro entorno económico más cercano, esta se apoya más en los costes laborales que en la propia productividad". Por último, indicó que "el informe identifica un déficit agregado en materia de inversión en I+D, que seguramente oculte diferencias sectoriales y empresariales, aspecto en el que pretendemos profundizar en ediciones futuras".

La secretaria general de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Ana Rodríguez, indicó que "los datos recopilados y las conclusiones del informe reflejan la competitividad del sector agroalimentario español". Y añadió que "refleja el esfuerzo tanto del sector como del Ministerio y pone en el centro de la opinión pública la importancia que tiene para el conjunto de la economía, de la sociedad y del medioambiente de España".

Por su parte el director de Estudios y Publicaciones de la Fundación Grupo Cajamar, Ignacio Atance, afirmó que "el Observatorio del sector agroalimentario español en el contexto europeo llega con el Informe 2024 a su octava edición, constituyendo una herramienta referente de análisis para el sector agroalimentario que Cajamar pone a disposición de todos los interesados. En 2024 el sector ha tenido un comportamiento especialmente dinámico en España frente a la contracción experimentada en la UE-27. El informe lo analiza a través de un



Participantes en la presentación del informe dedicado al sector agroalimentario español. / CAJAMAR

Las exportaciones del sector agroalimentario alcanzan los 76.356 millones de euros, un nuevo máximo histórico, tras crecer un 5,9% respecto a 2023

conjunto de indicadores y análisis de coyuntura y tendencia del comportamiento económico del sector. Como cada año, este informe se completará en los próximos meses con su análisis regional, con información por comunidades autónomas".

Durante la presentación de las principales conclusiones del estudio elaborado por el Ivие, Joaquín Maudos destacó el crecimiento en un 3,9% del valor añadido bruto (VAB) que aporta el sector agroalimentario a la economía española, hasta alcanzar los 125.160 millones de euros en 2024. Este fuerte incremento, 7 décimas por encima del total de la economía, contrasta con la caída del -2,9% que ha sufrido el sector en el conjunto de la UE-27. Así, España se mantiene como la cuarta economía en tamaño del sector agroalimentario de la UE-27 y genera el 12,3% del VAB comunitario del sector.

El resultado tan favorable en 2024 se explica, en gran medida, por el 8,3% de crecimiento del VAB del sector primario, que compensa el aumento más limitado del valor de la industria de la transformación de alimentos y bebidas (2,7%) y de la comercialización de productos agroalimentarios (0,1%). En conjunto, los tres subsectores que forman el agroalimentario español aportan el 8,6% del PIB de la economía española en 2024 y el 11,5% del empleo. En concreto, generan un total de 2.510.035 empleos en 2024, un 1,4% más que el año anterior. Casi la mitad de estos puestos de trabajo se concentra en la comercialización, mientras que el 30,5% se dedica al sector primario (agricultura, ganadería y pesca) y el 19,8% trabaja en la industria de la alimentación, bebidas y tabaco.

Los trabajadores y las trabajadoras que desarrollan su actividad en el sector agroalimentario suponen el 11,5% del total del empleo de la economía española en 2024. El peso destacado del sector en el empleo no esconde algunas debilidades que muestra el informe como la menor presencia de las mujeres (sólo representan el 31,3% del empleo del sector primario y la industria de la transformación de alimentos y bebidas en conjunto, frente al 46,4% que suponen en el total de la economía) y el reto del relevo generacional (el 37,6% de las personas que se dedican a la actividad agroalimentaria, sin considerar el comercio, en España tiene 50 años o más, un porcentaje que se agudiza en la UE-27 al alcanzar el 40,5%).

VOCACIÓN EXPORTADORA

Un rasgo distintivo del sector agroalimentario español es la importancia que tiene como pilar de las exportaciones nacionales. El sector agroalimentario registró un nuevo máximo histórico al incrementar sus ventas al exterior un 5,9% en 2024, hasta los 76.356 millones de euros. Un crecimiento que, a diferencia del año anterior, se basa mucho más en el aumento del volumen de productos exportados (4,4%) que en la subida de los precios.

Con estas cifras globales, el sector agroalimentario aporta el 19,5% del total de exportaciones de bienes de España, un punto más que en 2023 y el peso más alto entre las economías exportadoras europeas. España se consolida también como la cuarta economía exportadora del sector de la UE-27 y logra un superávit de 18.776 millones de euros en 2024, que supone un 19,9% más que el año anterior. Se trata del

segundo superávit más alto de la UE-27, solo por detrás de Países Bajos y dejando a Polonia en tercera posición.

El principal mercado de los productos agroalimentarios españoles continúa siendo la UE-27, que concentra el 67% de las exportaciones. Francia (15,2%), Alemania (11,3%), Italia (10,5%) y Portugal (10,4%) absorben casi la mitad de esas ventas. De los mercados extracomunitarios, destaca Reino Unido, con una cuota del 6,7%. Fuera de Europa, Estados Unidos afianza cada vez más su posición como el segundo mayor destino extra-UE, debido a la ininterrumpida pérdida de cuota de mercado de China.

Las frutas y frutos comestibles son el principal producto agroalimentario de exportación y suponen el 14,7% del total exportado en 2024. Por su parte, el pescado, crustáceos y moluscos se mantienen como el principal producto de importación de España, con una cuota del 12,8% del total de compras en el exterior.

MÁS PRODUCTIVOS Y COMPETITIVOS

En el ejercicio 2024, el sector agroalimentario español ha sido un 14,4% más productivo que el de la UE-27 y esta cifra aumentó hasta el 41,9% si se excluye el comercio. Esta elevada productividad se traduce en una mayor competitividad, ya que el coste laboral por unidad de VAB del sector en su conjunto es un 19% más reducido que el de sus competidores europeos.

De los tres subsectores agroalimentarios, el primario continúa destacando en competitividad respecto a la UE-27, con unos costes laborales por unidad de VAB un 56% inferiores. También la industria es un 19% más competitiva que la europea. Sin embargo, la comercialización se muestra un 24% menos competitiva. La mayor competitividad del sector se mantiene cuando la comparativa es con los sectores de la UE-14, con un coste labo-

ral por unidad de VAB un 18% menor. En el ranking de los países tanto de la UE-27 como de la UE-14, el sector agroalimentario español es el cuarto más competitivo, liderando la clasificación en el caso concreto del sector primario. También en la industria de los alimentos y bebidas, España ocupa posiciones avanzadas, con el quinto coste laboral por unidad de VAB más reducido.

INVERSIÓN EN I+D

La inversión empresarial en I+D es uno de los factores que puede incidir en una mejora de la productividad y competitividad. En 2024, después de dos años consecutivos de caídas, esta inversión creció un 5,8%. Pese a este crecimiento, su peso en el total de la inversión empresarial en I+D efectuada en España sigue siendo baja, solo un 3%, 0,2 puntos porcentuales menos que en 2023.

El esfuerzo inversor (porcentaje de la inversión en el PIB) del sector agroalimentario español se mantiene por debajo del de la UE-27 y se sitúa en el 0,55%, frente al 0,8% de media en la UE-27. Sin embargo, nuestro país lidera la ejecución de proyectos dentro del foro EU-CAP Network en 2024, con un total de 244 proyectos de los 973 desarrollados en la UE-27. Además, España sigue siendo el séptimo país de la UE-27 con mayor inversión en startups de FoodTech, con un aumento del 13% en 2024.

LA CESTA DE LA COMPRA

A lo largo de 2024 se ha ido conteniendo el ritmo de crecimiento de los precios de los alimentos y las bebidas, dejando atrás las elevadas tasas de inflación de los dos años anteriores. Así, la tasa de inflación anual cerró en el 1,8% en diciembre de 2024, frente al 7,3% de 2023 y el 15,7% de 2022. Teniendo en cuenta tanto los precios como la capacidad adquisitiva de la población, casi la totalidad de los bienes que conforman la cesta de la compra de los hogares son más baratos en España que en el conjunto de la UE-27, a excepción de las bebidas no alcohólicas, que son un 1,6% más caras.

Por su parte, los hogares españoles destinaron el 19,6% de su cesta de la compra a la adquisición de alimentos y bebidas en 2024, 1,2 puntos porcentuales más que en el conjunto de la UE-27. En cuanto al gasto per cápita en alimentos y bebidas en España, alcanzó los 2.510 euros en 2023, un 13% menos que en la UE-27.

Para Joaquín Maudos, director del informe, "los datos del estudio confirman un año más la buena salud del sector agroalimentario español en el contexto de la UE, así como la importancia que tiene en la creación de riqueza (VAB y empleo) en España. Su elevada competitividad implica que es capaz de generar valor con menos costes que sus competidores europeos, siendo de destacar sobre todo el sector primario, que es el más competitivo de la UE-27. Gracias a esa elevada competitividad, es capaz año tras año de aumentar sus exportaciones. Entre los retos a los que se enfrenta el sector, destacan los estructurales (reducido tamaño de las empresas o el envejecimiento de la mano de obra), económicos (mejora de la rentabilidad, retención y atracción de mano de obra), medioambientales (sostenibilidad) y sociales (nuevas demandas más sofisticadas de unos consumidores más preocupados por el medioambiente)".

La falta de relevo generacional: el gran hándicap del campo

La juventud del campo valenciano solicita apoyo real, formación práctica y asegurar una rentabilidad

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

El cambio climático, la meteorología adversa, la inflación y los altos costes de producción son algunos de los muchos retos a los que se enfrenta el campo, pero la gran problemática siempre es la misma: la falta de relevo generacional. La edad media de los trabajadores del campo en España se sitúa alrededor de los 62 años, siendo más de la mitad mayores de 65 años y sólo una pequeña proporción tiene menos de 35 años. Y la pregunta que se hace el sector ante esta situación es “¿quién vendrá después cuando yo no esté?”.

Las labores del campo son consideradas por los jóvenes como un trabajo duro, con malas condiciones laborales y mal pagado. La baja rentabilidad hace mella en la percepción que tiene este segmento de la población y ello, sumado a la falta de programas educativos que fomenten el interés por el sector agrario crean esta baja predisposición.

El problema no está con el sector agroalimentario en sí, pues cada año miles de jóvenes obtienen títulos universitarios relacionados con este ámbito económico: Ingeniería Agroalimentaria, Ingeniería Agraria, Ingeniería Agrónoma, Ciencia y Tecnología de los Alimentos... El interés por el sector no se ha perdido. Sin embargo, el problema radica en el oficio de agricultor y la falta de rentabilidad asociada al mismo.

■ ENCUESTA

Para buscar una solución, la Unió Llauradora i Ramadera ha realizado una encuesta entre agricultores y ganaderos jóvenes de la Comunitat Valenciana con el objetivo de conocer de primera mano sus inquietudes, prioridades y propuestas. De ella se desprenden como ejes principales una necesidad de más apoyo real, una formación práctica y asegurar una mayor rentabilidad para la viabilidad del futuro del campo valenciano.

Los resultados, obtenidos entre el 15 de mayo y el 30 de junio, dibujan un colectivo activo, consciente de sus retos y con una clara voluntad de transformar el modelo agrario actual. El perfil mayoritario de las personas encuestadas corresponde a jóvenes de entre 30 y 40 años (57,1%), lo que evidencia una incorporación tardía al sector. Los menores de 30 apenas alcanzan el 9,5%, lo que constituye una llamada de atención urgente sobre la falta de relevo generacional. Pese a ello, más del 60% de las personas encuestadas acumula más de seis años de experiencia agraria, una señal de consolidación que convive con un 23,8% de nuevas incorporaciones que requieren un acompañamiento firme en los primeros años.

Los cultivos más representados son cítricos (33,3%), hortalizas (23,8%) y frutos secos (9,5%), junto a otras producciones como caqui, olivar o arroz, lo que exige enfoques diferenciados y especí-



Los resultados de la encuesta dibujan un colectivo consciente de sus retos y con voluntad de transformar el modelo agrario. / UNIÓN

ficos para cada realidad productiva. Las prioridades formativas están claras. Se solicita formación práctica y adaptada, con especial interés por los talleres en fincas innovadoras (61,9%), cursos online (57,1%) y sesiones presenciales (42,9%).

En cuanto a los contenidos, destacan las ayudas PAC y la burocracia (71,4%), la agricultura ecológica (47,6%), el cuaderno digital, la comercialización y la gestión fiscal-laboral. La baja rentabilidad (66,7%), el alto coste de producción (61,9%) y los precios bajos en origen (47,6%) son los grandes obstáculos señalados por la juventud agraria. A esto se suman la amenaza del cambio climático, el exceso de trámites administrativos y la competencia desleal de terceros países.

■ PROPUESTAS

Las personas jóvenes reclaman a La Unió un papel proactivo: asesoramiento técnico continuo, formación específica en agricultura ecológica y resiliencia climática, encuentros juveniles, mayor visibilidad del colectivo, y un apoyo administrativo para acceder a ayudas. Hacia las administraciones, las demandas se centran en medidas estruc-

turales. Rentas agrarias, ayudas iniciales, precios justos, visibilidad institucional, más formación técnica, y creación de bancos de tierras y maquinaria, junto con una reducción drástica de la burocracia y protección del suelo agrario frente a macroyectos, son algunas de las demandas.

La encuesta revela un alto grado de predisposición a participar activamente en un grupo joven dentro de la organización. En este sentido, el 38,1% ya muestra interés, un 28,6% lo consideraría si se facilita la participación, y un 14,3% ya está implicado. La creación de espacios ágiles y con impacto real es clave para consolidar esta participación. Además de sus peticiones principales, muchas personas jóvenes han manifestado también preocupaciones relacionadas con la defensa del territorio, la necesidad de financiación accesible, la recuperación de conocimientos tradicionales y una crítica al modelo comercial actual.

En palabras del secretario general de La Unió, Carles Peris, “esta encuesta nos reafirma que hay una juventud agraria preparada y con visión transformadora. No podemos fallarles. El relevo generacional no sólo pasa

por facilitar la incorporación, sino por garantizar la permanencia digna y viable de quienes apuestan por vivir del campo”.

■ AYUDAS EN LA COMUNITAT

El conseller de agricultura de la Comunitat Valenciana, Miguel Barrachina, anunció en su visita a Meliana el pasado 9 de julio unas ayudas con una inversión de 29 millones de euros para fomentar el relevo generacional, “como una medida histórica”, y subrayó que contemplan incentivos de hasta 80.000 euros para jóvenes de entre 18 y 40 años que se inician en la actividad agraria, y de hasta 70.000 per a persones de entre 41 y 56 años que decidan iniciarse en el sector.

Además, destacó que la ayuda a jóvenes, que parte de 30.000 euros, “contará con incrementos como por ejemplo otros 10.000 euros por pertenecer a zona protegida de la huerta, porque este consell quiere premiar la incorporación de la gente al campo. Rechazamos la imposición y el dogmatismo, que tenemos que luchar contra el abandono”.

Miguel Barrachina subrayó que estas medidas suponen un impulso decisivo para la renovación generacional en el campo, “una necesidad urgente ante el envejecimiento de la población agraria y el reto demográfico que afrontan muchas zonas rurales”.

Asimismo, el conseller remarcó que estas ayudas “forman parte de la estrategia del ejecutivo autonómico para revitalizar el sector primario, fomentar el emprendimiento rural y garantizar el relevo generacional como garantía de futuro para la agricultura y la ganadería valencianas”.

Por último, Barrachina recordó la reducción del 60 por ciento en el impuesto de transmisiones patrimoniales aplicado a las parcelas agrícolas, que pasa del 10 por ciento al 4 por ciento. “Esta medida, según explicó, contribuirá a facilitar el relevo gene-

racional, abaratar los costes del sector y mejorar las estructuras agrarias”.

“Gracias a esta rebaja fiscal ya la eliminación del impuesto de sucesiones y donaciones, un anciano podrá traspasar sus tierras a su nieto sin que ello suponga una carga económica, lo que refuerza la continuidad del campo valenciano”, concluyó.

■ ¿SON SUFICIENTES?

Respecto a estas nuevas ayudas, Asaja Alicante celebra algunos cambios positivos, como la introducción de la categoría de “Nuevos agricultores”, lo que permitirá incorporar a personas que deciden reorientar su vida profesional hacia la agricultura; o la inclusión de que pequeñas explotaciones preexistentes, favoreciendo la conservación de modelos familiares y locales. Sin embargo, pese a estas mejoras, “la convocatoria dista mucho de cubrir las necesidades reales de la actividad agraria”, afirman desde la organización.

Asaja Alicante critica los bajos importes de la base mínima, que siguen estando muy lejos de la realidad que enfrentan agricultores y ganaderos para comenzar de cero en una explotación. “La creciente tecnificación del sector y los altos costes de las infraestructuras y productos requieren hacer inversiones mucho mayores hoy en día”, afirma el presidente de Asaja Alicante, José Vicente Andreu.

Asimismo, el retraso de cuatro años en la publicación de esta ayuda ha supuesto un bloqueo muy dañino para el relevo generacional, impidiendo el acceso de nuevos emprendedores y restando competitividad, afirman desde Asaja Alicante. Una de las principales reivindicaciones es que la Conselleria se comprometa a fijar un calendario, de manera que la convocatoria tenga un plazo establecido anual y una periodicidad determinada. “El hecho de no saber cuándo se van a publicar genera una incertidumbre que desanima a muchos jóvenes que pueden acabar desistiendo del acceso a la actividad”, afirman desde la organización. Otro de los puntos controvertidos es el “requisito de los 24 meses” que deja fuera a quienes se establecieron tras la convocatoria de 2021 y antes de junio de 2023. Este criterio penaliza a quienes ya han hecho el esfuerzo de emprender en el campo, y crea un precedente que deteriora la confianza en las administraciones para apoyar a futuros proyectos agrarios.

Parece ser que hasta el momento, y mientras la coyuntura económica no mejore notablemente, el sector agrario, al menos el directamente relacionado con el campo, tiene un difícil traspaso generacional. Puede que la solución radique en las aulas entre los más jóvenes, pues muchos no son conscientes del importante peso que tiene este sector en la sociedad.



El conseller de Agricultura, Miguel Barrachina, en su visita a Meliana. / GVA

Agrocultivos

Aragón pide la declaración de zona catastrófica tras los daños ocasionados por la Dana

En la Comunitat, La Unió confirma que el pedrisco del sábado afectó a unas 8.000 hectáreas de cultivo y causó unas pérdidas superiores a los 29 millones de euros

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.
► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Dana del viernes y sábado pasados ha dejado a su pasado por Aragón, con lluvias de hasta 144 litros por metro cuadrado más granizo y viento, un reguero de incidencias con inundaciones, cortes de carreteras y daños en infraestructuras, viviendas, caminos y campos de cultivos.

Las principales incidencias se han registrado en las comarcas de la Ribera Alta del Ebro, Tarazona-El Moncayo, El Bajo Aragón, El Matarranya o Valdejalón. Se activó la alerta roja lo que permitió la intervención en algunas zonas de la Unidad Militar de Emergencias (UME).

El Gobierno de Aragón ha anunciado que solicitará la declaración de zona catastrófica sobre todo para proteger a los agricultores de los daños ocasionados.

Una de las zonas más castigada por la lluvia y el granizo fue la comarca de Tarazona y el Moncayo con campos de cereales (trigo y maíz) destrozados y daños en almendros, olivares, hortalizas y sandías, con unas pérdidas de entre seis y siete millones de euros, según las primeras estimaciones.

Se esperaba una buena cosecha tras dos campañas de sequía y apenas habían recolectado la mitad de los cereales.

El consejero de Interior del Gobierno de Aragón, Roberto Bermúdez de Castro, explicaba que el alcalde de Tarazona había indicado que “hay daños agrícolas, en cosechas, en cultivos; hay campos de cultivo destrozados. Los agricultores irán enseguida a dar parte y los seguros pa-



El barranco se desbordó en el Molí de l'Hereu (Teruel). / CM - DIARIO DE TERUEL

sarán en pocos días a tasar las pérdidas”.

Añadió que, por eso, y para todas las zonas afectadas “sobre todo por el tema agrario y para proteger a los agricultores, vamos a pedir al Gobierno central que declare la zona catastrófica. Esta misma semana celebraremos un Consejo de Gobierno para formalizar la petición”.

Otro ejemplo, el concejal de Agricultura de La Almunia de Doña Godina (Zaragoza), Alejandro Aísa, calculaba una afección del 30% en el término municipal con zonas de frutales “completamente arrasadas” hasta un 90%.

Las pérdidas ocasionadas por la Dana se suman a las producidas por el pedrisco en los seis

primeros meses de este año en Aragón con un total de 153.000 hectáreas afectadas, según datos de Agroseguros.

COMUNITAT VALENCIANA

En la Comunitat Valenciana, la Dana en forma de fuertes tormentas acompañadas de granizo y viento del pasado fin de semana afectó a unas 8.000 hectáreas de cultivo en las provincias de Castellón y Valencia, con daños muy importantes sobre todo en la Plana Baixa, y unas pérdidas iniciales estimadas ya en más de 29 millones de euros que podrían ser superiores en función de la evolución de los cultivos, según han señalado desde La Unió. La comarca más afectada por los

efectos de la Dana en el campo ha sido sin duda la de la Plana Baixa, aunque también se observan daños en el Alto Palancia y Alto Mijares por lo que se refiere a Castellón y ya en la de Valencia en el Camp de Morvedre.

La producción agrícola más afectada han sido los cítricos con cerca de 5.000 hectáreas, cultivo predominante en la comarca de la Plana Baixa, y unas pérdidas de más de 22 millones de euros, aunque también se observan daños en otros cultivos como hortalizas, melones, sandías, aguacate, olivar y almendro. Hay que señalar que, dada la virulencia del pedrisco, se espera según La Unió, la cosecha más baja de la historia de la Clemenules para la próxima campaña en la provincia de Castellón. Al impacto del pedrisco en la fruta hay que sumar la gran defoliación de los árboles, lo que provocará sin duda una merma relevante en la próxima producción.

La Unió pedirá entre cosas a la Conselleria de Agricultura y al Ministerio de Agricultura que trasladen al Gobierno la necesidad de declarar zona afectada gravemente por una emergencia de protección civil las localidades más afectadas de la Plana Baixa.

La organización agraria señala que esta adversidad climatológica está cubierta por el actual sistema de seguros agrarios y solicitará a Agroseguro que agilice las peritaciones de las parcelas afectadas lo máximo posible para que los agricultores cobren las indemnizaciones. No obstante, la organización pedirá ayudas destinadas a las personas titulares de las explotaciones agrícolas

y ganaderas que hayan sufrido pérdidas superiores al 30% de su producción con póliza en vigor y para los cultivos afectados donde no tiene implantación el seguro agrario debido a que sus coberturas no se adaptan adecuadamente a las necesidades específicas del sector agropecuario, como es el caso de hortalizas, olivar y almendro.

Por otra parte, propondrá al Ministerio de Agricultura que no se apliquen las franquicias en los seguros agrarios por los daños extraordinarios causados por temporales y otras situaciones catastróficas en zonas afectadas gravemente por una emergencia de protección civil

La organización también solicitará para las personas afectadas la concesión de ayudas directas y para ello propone que la Generalitat, a través de la Conselleria de Agricultura, apruebe bases reguladoras que permitan establecer de forma inmediata ayudas con fondos propios destinadas a los titulares de explotaciones agrícolas y ganaderas que se hayan visto afectados.

También pedirá la condonación del IBI de las parcelas cultivadas y construcciones presentes en ellas compensando a los ayuntamientos por la pérdida de ingresos a través de los Presupuestos Generales del Estado, la bonificación al 50% de las cuotas de la Seguridad Social y el aplazamiento del otro 50% por 12 meses para autónomos agrarios del Sistema Especial afectados por siniestros con daños superiores al 30%, así como reducir el índice de rendimiento neto en el IRPF para producciones con daños superiores al 30%, e incrementar al 20% los gastos de difícil justificación para agricultores en los regímenes de estimación objetiva y directa.

Otras de las medidas que va a reclamar La Unió son el establecimiento de líneas de crédito preferenciales a cinco años, con un año de carencia y bonificación total de los intereses, para explotaciones agrarias afectadas por siniestros con daños superiores al 30%; y el reparto gratuito y urgente de productos fungicidas y cicatrizantes para evitar la aparición de hongos en los campos afectados.

Crece un 8% la producción de melón en Murcia y espera alcanzar 160.000 toneladas

La Región cultiva más de 25% de la producción nacional de melón y las exportaciones alcanzaron los 149 millones en 2024

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.
La producción de melón en la Región de Murcia crece un 8% y se espera alcanzar las 160.000 toneladas en la actual campaña que se encuentra en su pico de producción. En la Región de Murcia se cultivan 4.445 hec-

táreas de melón, un 25,5 por ciento del total nacional. En 2024 el valor de las exportaciones de melón superaron los 149 millones de euros, representando más del 46 por ciento de la exportación nacional de este fruto.

Estos son los datos que destacó la consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, Sara Rubira, durante la visita a las instalaciones de la Cooperativa Gregal, donde se trabaja estos días en el procesado de esta fruta.

La Región está ahora en su pico de producción con fruta de una buena calidad, pese al retraso de algunas plantaciones por las lluvias torrenciales de marzo. “Las lluvias torrenciales del mes de marzo generaron un retraso en la plantación de la campaña de melón, pero afortunadamente tanto la calidad de las producciones como el comportamiento en los mercados está acompañando esta campaña con buenos datos hasta el momento”, afirmó la consejera. “Una de las cosas que estamos detectando es un cambio en las variedades cultivadas. Si hace unos años la mayoritaria en los campos de la Región era la Piel de Sapo, esta está perdiendo terreno frente a otras variedades como el Galia o el Cantaloup, que este año ha superaron las

865 hectáreas, creciendo un 15 por ciento”, añadió Rubira. La consejera también destacó que en 2025 se ha incrementado la superficie dedicada a este cultivo “más de un 6,6 por ciento por ciento, llegando a las 4.445 hectáreas”. Rubira recordó, además, que “gran parte de estos cultivos se producen gracias al agua que llega desde la cabecera del Tajo”.

“El Trasvase Tajo-Segura es una infraestructura que ha permitido el desarrollo social y económico de la Región de Murcia. Una infraestructura que hoy está amenazada por la imposición ideológica del Gobierno de Pedro Sánchez que pretende recortar el 50 por ciento los envíos, condeñando el modelo de agricultura tecnificada implantado en la Región”, afirmó la consejera.

Cajamar pone el foco en la agricultura regenerativa

Más de 200 profesionales conocen los proyectos e investigaciones realizados en el Centro de Experiencias de Cajamar en su jornada de puertas abiertas en Paiporta

► ÓSCAR ORZANCO. VALENCIA.

El Centro de Experiencias Cajamar celebró la semana pasada su jornada de puertas abiertas 2025. Durante el evento se presentaron los proyectos e investigaciones que se están llevando a cabo en sus instalaciones ante más de 200 personas entre agricultores, técnicos y empresarios del sector agroalimentario de la Comunidad Valenciana. Este año se dio un protagonismo especial a la agricultura regenerativa, un enfoque innovador que busca no sólo mantener, sino mejorar la salud del suelo y la biodiversidad.

En la presentación de las principales líneas de investigación que se están desarrollando, realizada con un recorrido por las instalaciones ubicadas en Paiporta, intervinieron el director de Sostenibilidad y Desarrollo Agroalimentario del Grupo Cooperativo Cajamar, Roberto García Torrente; el director de Innovación y Desarrollo Agroalimentario y director de Fundación Grupo Cajamar, Manuel Lainez, y el director del Centro de Experiencias, Carlos Baixauli.

Durante la presentación de los últimos proyectos e investigaciones llevadas a cabo en el Centro de Experiencias de Paiporta, Roberto García Torrente destacó que “durante muchos años hemos venido incorporando técnicas y tecnologías que facilitan la transición de la producción agraria hacia un sistema más respetuoso con el medioambiente. Este año hemos decidido agrupar todas esas tecnologías para que el manejo de los cultivos sea lo más sostenible posible, a la vez que rentable para los agricultores. Creemos que de esta forma podemos mantener elevados rendimientos, reducir los gastos de cultivo y dar respuesta a la demanda del consumidor. Todo esto encaja en el concepto de agricultura regenerativa que estamos potenciando entre nuestros colaboradores”.

Los asistentes tuvieron acceso a la exposición de 300 variedades de frutas y hortalizas y a sus respectivas fichas técnicas, en las que consta toda la información y características relacionadas con cada producto y su cultivo y resultados. Sobre ello, Carlos Baixauli explicó las investigaciones que se están realizando en tomates, pimientos, berenjenas, melones, sandías, calabaza y calabacines para obtener productos de alta calidad y atractivos para el consumidor. Asimismo, dio a conocer los resultados de las investigaciones realizadas en agricultura regenerativa, y los trabajos realizados como pruebas piloto de las startups del programa de apoyo al emprendimiento ‘Cajamar Innova’, la aceleradora de empresas de base tecnológica de la entidad, con las que se realiza una labor de acompañamiento integral y personalizado para el desarrollo y validación de sus propuestas en innovaciones tecnológicas.



Durante la jornada se expusieron más de 300 variedades de frutas y hortalizas. / ÓSCAR ORZANCO

En la jornada se expusieron diversas estrategias que promueven potenciar los ecosistemas agrícolas con prácticas como la reducción o eliminación del laboreo, el uso de materia orgánica, el mantenimiento de coberturas vegetales, la implantación y manejo de infraestructuras verdes o la diversificación de cultivos

En la jornada se puso en valor la agricultura regenerativa y se expusieron diversas estrategias que promueven potenciar los ecosistemas agrícolas con prácticas como la reducción o eliminación del laboreo, el uso de materia orgánica, el mantenimiento de coberturas vegetales, la implantación y manejo de infraestructuras verdes, la diversificación de cultivos o la integración de la ganadería. El objetivo final es doble. Por una parte, mejorar la microbiota o la salud de los suelos, y, por otra, la salud de las plantas con el control biológico por conservación.

■ CONTROL BIOLÓGICO

En esta línea, se mostraron los resultados de la aplicación de técnicas específicas de control biológico en cultivos de sandía y calabaza con plantas *banker* o setos de gramíneas. Este proyecto se desarrolla en colaboración

con Agrobio. “Lo que hacemos es comprarle a Agrobio pulgones específicos de las gramíneas que nunca nos van a perjudicar a los cultivos. Sobre esos pulgones, luego hacemos sueltas de parásitos y depredadores que nos van a ayudar a realizar el control biológico, en este caso por inoculación”, explicó Carlos Baixauli.

“Eso ocurre también en los setos. Tenemos, por ejemplo, setos de adelfas, que tienen un pulgón específico denominado *Aphis nerii*, que nunca va a saltar a nuestros cultivos. Pero con su presencia van a llegar mariquitas, crisopas y parásitos que luego saltarán a nuestros cultivos y nos ayudarán en el control de plagas y enfermedades. Ese es el concepto de control biológico por conservación”, detalló el director del Centro de Experiencias de Paiporta.

Además, existe un criterio muy claro sobre qué tipo de especies hay que utilizar en los

banker o setos. Esencialmente hay que buscar fórmulas que permitan tener siempre flores para garantizar la presencia de los enemigos naturales. La estrategia básica de los setos es plantarlos para que sirvan de refugio y de alimento alternativo para los insectos que introducimos para realizar el control biológico.

■ FERTILIZACIÓN

En relación con la agricultura regenerativa, Cajamar tiene en marcha un proyecto sobre pimiento italiano en el que participan dos empresas como Widhoc, que está realizando trabajos de sensorización, aprovechando el ensayo que se está desarrollando con Fertinagro.

Desde 2022 Fertinagro ha ido enlazando ensayos sobre cultivos hortícolas de doble ciclo como lechuga, sandía, brócoli, cebolla y alcachofa, realizados en el centro de Paiporta. La firma está trabajando ahora en pimiento italiano, desarrollando un ensayo de fertilización nitrogenada.

“Estamos evaluando la eficacia agronómica de un nuevo biofertilizante hidrosoluble que incorpora bioestimulantes y micronutrientes complejados para nutrición nitrogenada, frente al nitrato amónico de toda la vida.

El objetivo es conseguir al menos la misma eficacia agronómica y la misma producción. Y los resultados, hasta el momento, están siendo bastante buenos. Con nuestro biofertilizante con bioestimulantes estamos obteniendo el mismo rendimiento y en algunos casos mejor calidad”, explicó Marcos Caballero, miembro del departamento de I+D de Fertinagro.

■ KAKI Y GRANADO

En los cultivos de kaki y granado, Cajamar está trabajando principalmente con estrategias de riego. En el caso del kaki, según los ensayos realizados, aplicando un riego deficitario sostenido la producción empeora. El cultivo no resiste que se le apure tanto la restricción de agua. Sin embargo, con el riego deficitario controlado se logra una buena cosecha y mayores calibres de fruta. De esta manera, con un ahorro de un 10% en el uso del agua, la producción mejora y se reduce la huella hídrica. En cuanto al desarrollo varietal del kaki, se está trabajando con portainjertos con el objetivo de obtener alguna variedad que no sea astringente y se convierta en una alternativa al Rojo Brillante.

En el caso de la Granada, el riego deficitario sostenido hace que aparezca una alteración que es el agrietado. Aunque se trate de un cultivo resistente a la sequía y a la salinidad, cuando lo regamos adecuadamente se consiguen buenos rendimientos y los beneficios del riego deficitario controlado no están tan claros como en el caso del kaki.

■ ESTRATEGIAS

El director de Innovación y Desarrollo Agroalimentario de Grupo Cajamar moderó una mesa redonda donde se profundizó sobre las estrategias para promover la agricultura regenerativa, en la que participaron Santiago Cerdá, responsable de Agricultura Regenerativa en Bayer Crop Science Iberia; Laurie Cheoux, Manager Sostenibilidad de Bimbo QSR; Antoni Bandrés, presidente de la Asociación Española de Fabricantes de Yogur y Postres Lácteos Frescos y director de Gestión de Leche de Danone España, y Miguel Ángel Gómez, socio fundador de Alvelal, director técnico de Agricultura Regenerativa y presidente de Almendrehesa SL.

En su intervención, Manuel Lainez subrayó el esfuerzo que el sector está realizando para implantar un nuevo modelo de manejo de los cultivos basado en mejorar la salud del suelo y su biodiversidad, así como una estrategia para conseguir una mayor resiliencia al cambio climático, secuestrando carbono en los suelos y revitalizando los ecosistemas agrícolas. “No existe una definición consensuada —apuntó— pero su base se fundamenta en el incremento de la materia orgánica del suelo y la reducción de las intervenciones en el mismo”. En este sentido, subrayó el importante papel de las organizaciones que han decidido impulsar la agricultura regenerativa en sus procesos productivos o en sus cadenas de suministro. “Detrás hay compromisos ambientales, pero, a la vez, una apuesta por la productividad a largo plazo. El triángulo de la sostenibilidad, económica, social y ambiental está presente en sus decisiones”, indicó Manuel Lainez.

Cultivo de higueras en superintensivo

Cajamar sigue desarrollando su proyecto del cultivo de higueras en superintensivo bajo malla. De momento, están funcionando bien la variedad Brown Turkey, que se consume mucho en Turquía, y en Europa también la admiten a nivel de exportación, y Dalmatie, una variedad verde.

“Con la variedad Brown Turkey llegamos a producciones de 80.000 kilos por hectárea, en periodos que van de julio a diciembre. Con las

brevas empezamos en mayo y luego enganchamos con la producción de higos, con lo cual estamos durante 7 meses de manera continuada recolectando producto en cultivo bajo malla. En plástico no se están logrando buenos rendimientos. El principal inconveniente de este proyecto es que las variedades de higos más aceptadas en el mercado nacional funcionan mal con este sistema”, explicó el director del Centro de Experiencias, Carlos Baixauli. ■

El año de los pedriscos

Las granizadas se han intensificado en 2025 provocando daños en 615.470 hectáreas en los 6 primeros meses

► **ÓSCAR ORZANCO. VALENCIA.** El ejercicio 2025 se está caracterizando por su intensa actividad tormentosa, de inicio muy temprano y asociada, en la gran mayoría de los casos, a precipitaciones en forma de pedrisco que están causando graves daños en el campo. Desde el pasado 7 de abril hasta el 30 de junio, todos los días se han producido tormentas de pedrisco de mayor o menor intensidad en algún punto de nuestra geografía. “Estamos ante el año de los pedriscos”, confirmó Sergio de Andrés Osorio, director general de Agroseguro, tras asistir a una reunión de trabajo celebrada la semana pasada en Alfafar (Valencia).

Las reiteradas tormentas con granizo ocurridas durante el mes de junio han provocado daños en 415.350 hectáreas de cultivos asegurados. Esta cifra convierte a junio de 2025 en el mes con la mayor superficie asegurada afectada por este fenómeno de los últimos 10 años. Y en lo que va de año, hasta el 30 de junio, Agroseguro ha recibido declaraciones de siniestro correspondientes a 615.470 hectáreas, lo que ya sitúa a este ejercicio muy cerca del récord alcanzado en 2018, con 672.360 hectáreas aseguradas dañadas por pedrisco. Todo esto cuando todavía tienen que transcurrir meses como julio, agosto o septiembre, tradicionalmente propensos a registrar este tipo de fenómenos tormentosos.

■ JORNADA DE ANÁLISIS

En este contexto, Agroseguro celebró la semana pasada en Alfafar una jornada a la que asistieron los principales mediadores y entidades aseguradoras que comercializan los seguros agrarios. Los profesionales que participaron en el encuentro gestionan aproximadamente entre el 75 y el 80% de la contratación de pólizas agrarias, y en la reunión se analizó la situación actual del seguro agrario.

Tras la reunión, y en referencia a la Comunidad Valen-

ciana, Sergio de Andrés Osorio, director general de Agroseguro, indicó que “venimos de años bastante revueltos en la Comunidad Valenciana. Por desgracia, todos recordamos la Dana que el año pasado afectó gravemente al campo y provocó importantes daños materiales en infraestructuras, viviendas, locales, vehículos o garajes. Aunque, sin duda, lo más doloroso e irreparable es la pérdida de vidas humanas”.

En cuanto al desarrollo del ejercicio 2025, “lo más destacable es que estamos ante el año de los pedriscos a nivel nacional, en toda la geografía española. Las granizadas, como consecuencia del cambio climático, o de la nueva realidad climática, como lo queramos denominar, cada vez son más intensas y llegan más pronto. Antes teníamos pedriscos principalmente en la época estival, en los meses de verano, y ahora los sufrimos prácticamente desde principio del año”, señaló Sergio de Andrés Osorio.

Durante la jornada se analizó esta realidad y el director general de Agroseguro afirmó que “los seguros agrarios también tienen que adaptarse a esta nueva situación climática. En la reunión hemos reflexionado y discutido entre todos posibles mejoras con el único objetivo de proteger a nuestros agricultores y ganaderos”.

“Esperemos que los siniestros por pedriscos remitan. Aunque por nuestra experiencia de más de 45 años gestionando los seguros agrarios desde Agroseguro, preveo que va a seguir siendo un año de granizadas. Hay mucha humedad en el ambiente, altas temperaturas, y uniendo todos estos factores la experiencia nos dice que se van a seguir produciendo episodios de pedriscos, y los agricultores y los ganaderos los van a sufrir”, indicó Sergio de Andrés Osorio.

En la Comunidad Valenciana, en estos primeros 6 primeros meses del año, y según los datos aportados por el director general



Manuel González, director Territorial de Agroseguro en Levante, y Sergio de Andrés Osorio, director general de Agroseguro, tras la reunión celebrada en Alfafar (Valencia). / ÓSCAR ORZANCO

Desde el pasado 7 de abril hasta el 30 de junio, todos los días se han producido tormentas de pedrisco en algún punto de nuestra geografía

Agroseguro ha recibido declaraciones de siniestro correspondientes a 615.470 has, lo que ya sitúa a este ejercicio muy cerca del récord alcanzado en 2018

de Agroseguro, hay aproximadamente unas 41.000 hectáreas afectadas por el pedrisco, una parte importante en cítricos, que es el principal cultivo en esta zona productora.

Ante estas cifras, y como los pedriscos se producen con mayor antelación, durante la jornada se analizaron posibles mejoras en los seguros para adaptarlos a esta nueva realidad. “Nuestra idea es que las pólizas se contraten previamente a esos pedriscos, y que se puedan modificar posteriormente. Estamos estudiando los ajustes más precisos de periodos de contratación, de momentos de modificación de las pólizas, y de ese solapamiento con los posibles siniestros. También estamos analizando si se puede mejorar algún tipo de cobertura ante fenómenos como la sequía o la helada, que son los principales riesgos que están cubiertos dentro del sistema”, expuso Sergio de Andrés Osorio.

“Desde Agroseguro, todas las acciones que ponemos en marcha tienen el objetivo de proteger

al sector agrario y ganadero con esta potente herramienta que tenemos en España. El sistema de seguros agrarios español es referencia a nivel internacional por todos los cultivos que se aseguran, por todos los riesgos que se cubren. Y el pedrisco es el riesgo más cubierto en todas las líneas de seguro. Seguimos trabajando día a día para mantener esta herramienta y proteger a los agricultores y ganaderos”, concluyó el director general de la entidad.

Manuel González, director Territorial de Agroseguro en la zona de Levante, se pronunció en la misma línea y explicó que “todos recordamos la trágica Dana del 29 de octubre, un evento muy extremo en el que hubo pérdidas de todo tipo, humanas, materiales y en el campo. Indudablemente fue un evento muy relevante, pero el balance que hacemos de estos primeros 6 meses de 2025 refleja también la intensidad y el gran número de episodios de pedriscos que se han producido en la Comunidad Valenciana. En condiciones normales, en 2018, que fue un ejercicio de muchos pedriscos, a 30 de junio llevábamos cinco granizadas y este año ya llevamos 11”.

“Se han producido muchos episodios de pedrisco, y muy tempranos, pero generalmente julio, agosto, septiembre son los meses habituales de granizadas. Y están por venir. Por ello, casi con total seguridad, se confirmará que 2025 es el año de más pedriscos de la historia en la Comunidad Valenciana y en el resto de España. Las pérdidas van a ser importantes. Hasta el momento, estamos hablando ya de más de 35 millones de euros en indemnizaciones en la Comunidad Valenciana”, continuó Manuel González.

“No nos hemos llegado a recuperar de los daños de la DANA y estamos sufriendo otros eventos intensos y extremos como el pedrisco. Esto ha venido para

quedarse, y ya no sabemos qué va a pasar mañana. Lo que sí está claro es que son fenómenos climatológicos extremos, y en estas situaciones el instrumento de protección del agricultor es el seguro. El pedrisco es un riesgo que cubren todos los seguros, todas las modalidades, y el agricultor tiene una herramienta muy importante para poder tener garantizada su producción. Lo que está claro es que cada vez los episodios de granizo llegan antes, por tanto, yo creo que el agricultor tiene que concienciarse para poder utilizar esa herramienta. Y yo ahora mismo les diría a los productores, y sobre todo de cítricos, que el periodo de contratación está abierto hasta septiembre. Aquellos agricultores indecisos que han visto el pedrisco pasar muy de cerca, todavía pueden contratar el seguro”, concluyó el director Territorial de Agroseguro en la zona de Levante.

■ BALANCE DE DAÑOS

Según informa Agroseguro, por cultivos, los herbáceos extensivos están siendo, con mucha diferencia, los más perjudicados por el pedrisco, con 510.660 hectáreas reclamadas a lo largo de todo el ejercicio y casi 364.000 hectáreas durante el mes de junio. A continuación, el viñedo registra daños en 68.600 hectáreas aseguradas (más de la mitad, en el mes de junio). Por su parte, las producciones frutales presentan daños en más de 31.000 hectáreas aseguradas, aunque, en este caso, la mayor parte de la superficie se vio afectada por las tormentas ocurridas en los meses de mayo y abril. El conjunto de las hortalizas también registra daños relevantes, con más de 27.600 hectáreas reclamadas por los siniestros registrados en los meses de junio y mayo.

Por ámbito, las comunidades autónomas que acumulan la mayor parte de la superficie afectada por los reiterados pedriscos son Castilla y León, con casi 174.000 hectáreas reclamadas; Castilla-La Mancha, con más de 172.000 hectáreas, y Aragón, con partes de siniestro correspondientes a más de 153.000 hectáreas aseguradas. Además, también han registrado pérdidas otras regiones, como Andalucía, Cataluña, La Rioja, la Región de Murcia, Comunidad Valenciana o Navarra.



Desde Agroseguro son conscientes de la necesidad de adaptar los seguros agrarios a la nueva situación climática. / ÓO

Uvasdoce 2025: Sabor e Innovación

Uvasdoce inicia la campaña el 10 de julio, con una propuesta renovada, llena de sabor, innovación y grandes expectativas

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña nacional arranca con variedades tempranas de uva, entre las que destacan sabores como la refrescante Mojito Fresh, o la Candy Snaps, dentro de su línea "Las Chuches de Uvasdoce", que siguen conquistando por su carácter innovador y perfil de sabor único. Estas variedades buscan no solo sorprender al consumidor, sino también ofrecer una experiencia diferenciadora en el mercado.

Este año supone un importante salto en volumen, con el objetivo de superar los 8 millones de kilos, lo que representa un crecimiento ambicioso y sostenido. Para acompañar este desarrollo, la empresa ha tenido una ampliación significativa de sus instalaciones, incorporando dos nuevas líneas de producción altamente automatizadas que permitirán mejorar la eficiencia, responder con agilidad a la demanda y mantener los estándares de calidad que caracterizan a la marca.

El equipo técnico destaca la excelente calidad de las primeras variedades recolectadas, así como del resto de variedades tempranas, a pesar de un año complicado en términos de climatología. Gracias a una gestión agronómica precisa, basada en el control de la carga por cepa y un exhaustivo trabajo de selección y recorte de racimos, se han obtenido frutos homogéneos, con



Destaca la excelente calidad de las primeras variedades recolectadas. / UVASDOCE

un gran equilibrio entre dulzor, textura y presentación.

Uvasdoce encara esta nueva etapa de crecimiento y transformación con entusiasmo, pasión e ilusión, apostando por la automatización de procesos, la incorporación de nuevas variedades y el compromiso firme con la innovación continua. La campaña 2025 no sólo representa un reto en términos de producción y organización, sino también una oportunidad para seguir transformando el sector con propues-

tas frescas, atractivas y llenas de sabor.

Para este arranque de campaña, Uvasdoce está preparando un evento especial en sus instalaciones, donde se compartirá en primera mano el trabajo realizado y las novedades de la temporada. Un espacio de encuentro con clientes, colaboradores y medios del sector, concebido para disfrutar de una experiencia inolvidable que refleje la esencia, pasión y evolución constante de la marca.

Caprichos del Paladar lanza sus nuevos crujientes de alcachofa

La empresa murciana presenta una propuesta innovadora, versátil y 100% natural para todos los públicos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Caprichos del Paladar presenta su último lanzamiento: los crujientes de alcachofa, un producto que reinterpreta esta hortaliza tradicional desde una perspectiva actual, diseñado tanto para cocinas profesionales como para consumidores más jóvenes.

El nuevo formato destaca por su elaboración 100% natural, sin aditivos, harinas ni almidones, lo que lo convierte en una opción saludable y limpia, alineada con las tendencias actuales de alimentación consciente. Su base es la alcachofa confitada, trabajada cuidadosamente para conseguir una textura crujiente, sabrosa y lista para cocinar directamente, sin necesidad de descongelar.

Además, su versatilidad es perfecta para todo tipo de restauración, desde propuestas de alta cocina hasta menús saludables, tapas informales o incluso platos pensados para el público infantil.

"Queríamos ofrecer una forma distinta y divertida de consumir alcachofa, que saliera del plato principal y se pudiera disfrutar en cualquier contexto. Hemos logrado un producto 100% natural, sin harinas ni añadidos, muy sabroso, saludable y crujiente, que funciona genial en todo tipo de cartas", explica Francisco Bel-



monte, gerente de Caprichos del Paladar.

La idea, según Belmonte, surgió de la voluntad de acercar la alcachofa a nuevos públicos, especialmente al más joven, que busca productos diferentes, sabrosos y fáciles de integrar en su día a día sin renunciar al cuidado de su alimentación.

"No hay nada igual en el mercado. En muchos productos parecidos encontramos harinas, bechamel o almidones para dar volumen o textura. Nosotros trabajamos sólo con alcachofa, y eso se nota desde el primer bocado", añade.

Con este lanzamiento, la compañía reafirma su compromiso con la innovación en productos vegetales de alta calidad y con el objetivo de promover el consumo de la alcachofa en nuevas formas y momentos.

Hinojosa factura 795 millones y consolida su internacionalización

El grupo presenta su Informe de Sostenibilidad 2024, que marca el inicio del Plan Estratégico Momentum y recoge sus principales avances en materia ESG.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Hinojosa Packaging Group concluyó el 2024 con una facturación de 795 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 7,6% respecto al año anterior. La compañía continuó invirtiendo en un modelo de crecimiento que combina la consolidación en el mercado español y la expansión internacional. Con un total de 25 plantas y de cerca de 3000 trabajadores, Hinojosa consolida su internacionalización: sus centros en Francia, Portugal e Italia representan el 25% de la facturación total del grupo.

Este crecimiento se apoya en una ambiciosa estrategia industrial, reflejada en una inversión en mejoras productivas, innovación y sostenibilidad que alcanzó los 87 millones de euros en 2024, impulsando la capacidad y eficiencia operativa de la compañía.

Esta inversión incluye actuaciones clave orientadas a mejorar directamente la experiencia del cliente, como la instalación de una nueva impresora offset de última generación en la planta de Valladolid, que refuerza la calidad y fiabilidad del servicio. Otros proyectos destacados han sido la ampliación de la planta de Xàtiva con la ondulatora más avanzada del mercado a nivel mundial o el nuevo centro logístico de Vigo, que permiten aumentar la capacidad de producción y reducir significativamente los plazos de entrega, ofreciendo así un servicio más ágil y eficiente.

■ INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2024

Hinojosa también ha presentado su Informe de Sostenibilidad 2024, que marca el inicio del nuevo Plan Estratégico Momentum

y recoge sus principales avances ESG como el alcance del 61% de energía renovable o la valorización del 94% de sus residuos.

En 2024, la iniciativa Science Based Targets (SBTi) validó los objetivos de Hinojosa de reducir el 60% de las emisiones de alcance 1 y 2, y del 42% en las de alcance 3 para 2030, además de lograr que el 100% de la energía eléctrica consumida provenga de fuentes renovables. La compañía también mantiene su ambición de alcanzar el estándar Net-Zero en 2050, lo que implica reducir un 90% las emisiones de los tres alcances.

■ TALENTO E INNOVACIÓN

El desarrollo de las personas ha sido otro eje clave del año. Entre las iniciativas centradas en la captación y desarrollo del talento joven destaca la Cátedra Hinojo-



Hinojosa Packaging Group suma 25 plantas de producción y 3000 empleados repartidos entre España, Francia, Portugal e Italia. / HINOJOSA

sa, con la Universitat Politècnica de València, y la II edición del Programa Graduados, un puente entre la universidad y el liderazgo profesional.

■ AL SERVICIO DEL CLIENTE

En 2024, Hinojosa ha lanzado nuevas soluciones sostenibles como un embalaje fabricado con cartón 100% reciclado y reciclable para pedidos refrigerados, desarrollado junto a DIA, o un nuevo sistema de embalaje 100% de cartón para el transporte de botellas junto a KHS Group.

Sus esfuerzos por ofrecer una amplia gama de productos adaptados a las necesidades de sus

clientes han sido reconocidos con galardones como el prestigioso 'Carton of the Year' en los European Carton Excellence Awards por un diseño exclusivo para una colección de perfumes. También destaca la obtención, por tercer año consecutivo, de la medalla de oro de EcoVadis, con una puntuación récord de 78 sobre 100, situándose en el percentil 97 de las empresas mejor valoradas.

Todos los hitos del último año están recogidos en el Informe de Sostenibilidad 2024, disponible en la web corporativa de Hinojosa: <https://hinojosagroup.com/informes-de-sostenibilidad/>.

La presencia de biodiversidad en invernaderos reduce más de un 50% las poblaciones de plagas

Expertos aconsejan el uso de plantas refugio y setos vegetales durante todo el año para contribuir a la protección natural de los cultivos



Imagen de la mesa redonda celebrada en las jornadas organizadas por Koppert en el centro IFAPA La Mojonera. / KOPPERT

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La presencia de biodiversidad en el interior y exterior de los invernaderos proporciona un beneficio directo en la protección de los cultivos y reduce hasta un 57% la presencia de plagas de forma completamente natural, según un estudio realizado por el centro IFAPA de La Mojonera.

“El uso de diferentes especies vegetales autóctonas y arbustivas, que no transmiten virosis, proporciona refugio natural a multitud de especies de diferentes enemigos naturales de las plagas, por lo que las plantas refugio y los setos vegetales constituyen el eje central de una estrategia de control biológico conservativo a largo plazo que ejerce su función beneficiosa durante todo el año”, ha explicado Estefanía Rodríguez, investigadora del centro IFAPA de La Mojonera, durante su intervención en la jornada técnica organizada por Koppert para difundir consejos dirigidos a aprovechar al máximo los beneficios de la biodiversidad como una parte más de las estrategias de control biológico de plagas.

La importancia de utilizar todos los recursos naturales disponibles contra las plagas “es algo necesario e imprescindible, si tenemos en cuenta que en los últimos cinco años las plagas invasoras han causado daños superiores a los 200 millones de euros en cultivos de toda España”, según la investigadora de IFAPA, la institución pública andaluza dedicada a la investigación agraria que lidera desde hace más de diez años el conocimiento técnico sobre el uso de plantas refugio y setos en los invernaderos de Almería.

“El dato más positivo es que la presencia creciente de

“El uso de diferentes especies vegetales autóctonas y arbustivas, que no transmiten virosis, proporciona refugio natural a multitud de especies de diferentes enemigos naturales de las plagas, son plantas refugio que constituyen el eje central de una estrategia de control biológico conservativo a largo plazo”

“Es muy importante mantener niveles altos de humedad en el invernadero y no arrancar las plantas refugio para desinfectar la finca, ya que la presencia de biodiversidad es perfectamente compatible con la solarización”

biodiversidad, según hemos constatado en el campo, está incrementando la presencia de enemigos naturales que aparecen en el cultivo de forma espontánea y que contribuyen activamente al control de plagas”, ha confirmado Estefanía Rodríguez.

PLANTAS ATRAYENTES

En la jornada celebrada el jueves 10 de julio en el Teatro Municipal de El Ejido, el director técnico de Koppert en Almería explicó que las plantas refugio proporcionan polen y néctar, es decir, garantizan el agua, los azúcares y las proteínas que los enemigos naturales necesitan para sobrevivir en ausencia de plaga. “Es muy importante mantener niveles altos de humedad en el invernadero y no arrancar las plantas refugio para desinfectar la finca, ya que la presencia de biodiversidad es perfectamente compatible con la solarización”, según Julián Giner.

Entre las plantas refugio más utilizadas en los invernaderos, destaca la Lobularia marítima, que atrae el trips, pero también

atrae avispa parásitas y depredadores generalistas. Los tagetes repelen nematodos y plagas como la mosca blanca, mientras que la Celosia plumosa es atractiva de Orius. Por su parte, el hinojo ayuda a controlar el micropulgón, además de ser un reservorio natural de sírfidos y crisopa.

El concejal de Agricultura de El Ejido, recordó que actualmente la ordenanza municipal de invernaderos obliga a que el 1% de la superficie libre de ocupación de la finca se dedique a la colocación de infraestructuras verdes con plantas autóctonas.

“La normativa contempla que deben ser plantas procedentes de viveros, que no sean especies reservorios de virosis y que tengan floración durante todo el año”, según Manuel Martínez, quien anunció que el área de Agricultura del ayuntamiento ejidense trabaja ya en actualizar esta normativa con el objetivo de incrementar la colocación de setos en el 100% de las explotaciones bajo plástico censadas en el municipio.



Oficina agro de Santander. / BANCO SANTANDER

Santander incrementa en un 20% la financiación al sector agroalimentario

La entidad financiera apoya al sector agroalimentario español con 2.975 millones en la primera mitad de 2025

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Santander ha financiado al sector agroalimentario español con 2.975 millones de euros en el primer semestre de 2025, un 20% más que en el mismo periodo del año anterior.

Las empresas del sector, tanto las pymes como las grandes empresas, han apostado por reforzar su inversión en I+D+i con nueva maquinaria que incluye GPS y sensores en campo para conocer el estado de humedad del suelo o las necesidades hídricas, entre otras tecnologías. Asimismo, “parte de esta financiación ha ido destinada a la investigación

en nuevas variedades genéticas que se adaptan al cambio climático con el fin de hacer las explotaciones más eficientes, rentables y competitivas”, afirman desde la entidad. De la misma forma, los préstamos para la adquisición de fincas y su posterior transformación en cultivos de alto valor, como el olivar, almendro, pistacho o aguacate, junto con las líneas de financiación a corto plazo, los créditos campaña o la financiación de insumos, han sido los productos más demandados por los más de 425.000 clientes con los que el banco cuenta en este sector en España.

Mercalicante avanza en su ampliación hacia el este

La sociedad incorpora nuevos terrenos “para captar nuevas empresas, fomentar la inversión y la competitividad”

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El consejo de administración de Mercalicante, presidido por el alcalde Luis Barcala, ha informado a sus miembros del proceso de ampliación del clúster agroalimentario al trasladarles la decisión del equipo de Gobierno del Ayuntamiento del pasado día 1 de desestimar las alegaciones presentadas y validar la expropiación para ejecutar la expropiación de los terrenos colindantes al recinto con la liberación y adquisición de 19.500 metros cuadrados por 3,2 millones de euros. Se trata de una operación es clave para materializar la ampliación de Mercalicante al Este de las actuales instalaciones de la carretera de Madrid, que será financiada por los dos socios de la unidad agroalimentaria, el Ayuntamiento de Alicante y la empresa pública estatal Mercasa.

Con esta ampliación, Mercalicante busca consolidar su papel como infraestructura clave para el sector agroalimentario de la provincia, dando respuesta a la creciente demanda de espacio por parte de operadores actuales y futuros. “La incorporación de nuevos terrenos permitirá acoger más actividad empresarial, fomentar la inversión y contribuir al desarrollo de un modelo económico más com-

petitivo, eficiente y respetuoso con el entorno”, ha destacado Barcala.

Por su parte, la directora general de Mercalicante, Dolores Mejía, ha explicado que la fase I de la ampliación “se ha concebido para responder a la alta ocupación actual del recinto, que alcanza el 90%, y dar respuesta tanto a operadores que necesitan más espacio como a nuevas empresas que desean instalarse en el clúster. Esta nueva superficie será clave para fortalecer la competitividad de nuestro ecosistema empresarial, generando más valor para la provincia y consolidando nuestro liderazgo en el sector”.

CEV

Durante la celebración del consejo también se ha aprobado solicitar el ingreso de Mercalicante como empresa asociada en la Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana (CEV). Con esta iniciativa, el clúster agroalimentario busca reforzar su vinculación con el tejido empresarial de la Comunitat y participar activamente en los foros de diálogo y representación económica, fortaleciendo así su compromiso con el desarrollo del sector y con el impulso de nuevas oportunidades

Agronutrientes Bioestimulantes

OPINIÓN

Futuro de los bioestimulantes microbianos en Europa



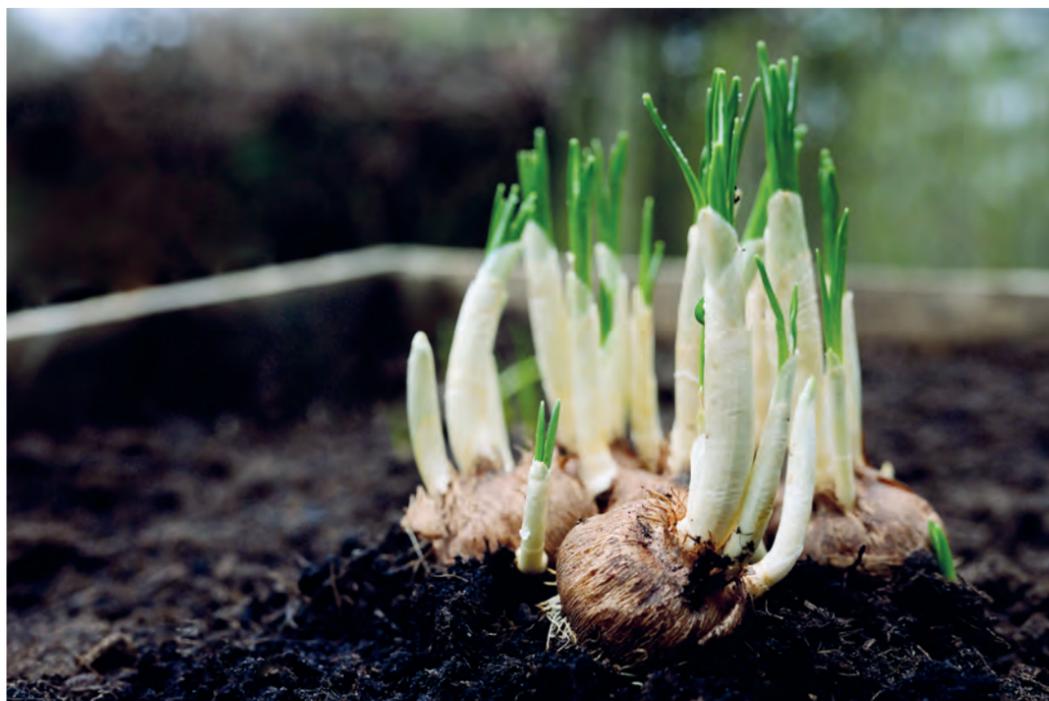
Por CAMINO GARCÍA MARTÍNEZ DE MORENTÍN. (*)

En Europa se ha definido, armonizado y regulado el concepto “bioestimulante” con la entrada en aplicación del Reglamento EU 2019/1009 en 2022, que convive con las legislaciones nacionales de los 27 estados miembros de la UE con el objetivo de aportar seguridad, calidad y eficacia estableciendo unos requisitos comunes que permitan la libre circulación de los fertilizantes en Europa.

Los bioestimulantes se definen como “producto fertilizante UE cuya función es estimular los procesos de nutrición de las plantas independientemente del contenido de nutrientes del producto, con el único objetivo de mejorar una o varias de las siguientes características de la planta o de la rizosfera de la planta la eficiencia en el uso de los nutrientes; la tolerancia al estrés abiótico, las características de calidad, la disponibilidad de nutrientes confinados en el suelo o la rizosfera”. Es decir, son productos que se definen por su efecto (o claim), no por su composición. Una misma sustancia puede formar parte de distintos productos con efectos diferentes.

Este reglamento aporta por primera vez una definición a los productos bioestimulantes y exige que los efectos que se declaran en la etiqueta del producto estén demostrados con ensayos y analíticas para cada uno de los cultivos que se indiquen, de acuerdo con unos estándares elaborados en el Comité Europeo de Estandarización. Además, los productos deben estar formulados únicamente por los componentes recogidos en las distintas Categorías de Materiales Componentes (CMC's) descritas en el Anexo II. De forma complementaria, los productos bioestimulantes deben cumplir unos requisitos de etiquetado, y con unos límites establecidos de contaminantes, así como haber pasado por una evaluación de conformidad realizada por un Organismo Notificado Acreditado.

Sin embargo, esta normalización, aunque positiva, no ha permitido aún que los bioestimulantes microbianos exploten todo su potencial debido principalmente a que la regulación sólo permite el uso de cuatro géneros de microorganismos: Azotobacter, Hongos micorrízicos, Rhizobium y Azospirillum. Esta situación excluye la puesta en el mercado de multitud de cepas autorizadas en otros países europeos por las



Los bioestimulantes mejoran la productividad de los cultivos ya que favorecen procesos clave del desarrollo de la planta. / AEFA

El uso de bioestimulantes microbianos está tomando un gran protagonismo dentro del contexto actual de cambio climático y la necesidad de una agricultura más sostenible



Desde AEFA tienen claro que ampliar el listado de microorganismos autorizados no sólo es una necesidad técnica, “sino una oportunidad estratégica”. / AEFA

normativas nacionales, con utilización extendida, cuya eficacia está probada con exigentes ensayos agronómicos que avalan su eficacia y su seguridad para la salud humana, animal y medioambiental.

El uso de bioestimulantes microbianos está tomando un gran protagonismo dentro del contexto actual de cambio climático y la necesidad de una agricultura más sostenible. Estos productos mejoran la productividad de los cultivos ya que favorecen procesos clave del desarrollo de la planta como son la asimilación de nutrientes, la formación de estructuras radiculares más eficientes

o la resistencia al estrés abiótico generado por situaciones adversas ambientales como pueden ser la sequía, muy altas (o muy bajas) temperaturas, la salinidad o suelos con pH extremos. Su aplicación, además, permite una mejor asimilación de nutrientes y movilización de nutrientes inmovilizados en la rizosfera, lo que facilita optimizar y reducir en muchos casos el uso de fertilizantes químicos, y a la vez mejora las características de calidad de los cultivos (tamaño, color, momento de maduración, porcentaje de azúcares...) lo que incrementa el valor añadido de la cosecha.

En definitiva, los bioestimulantes microbianos no son una solución puntual, sino una herramienta clave para avanzar hacia una agricultura más resiliente, eficiente y respetuosa con el medio ambiente. De los datos de mercado internos recogidos en AEFA sobre ventas nacionales de bioestimulantes, los microbianos representaron en 2024 un 20% en volumen de facturación, sin embargo, se espera que este porcentaje se incremente en los próximos años, pues es el grupo con mayor potencial de crecimiento.

Para que estos productos logren desarrollarse plenamente, es imprescindible que el sector cuente con una regulación más ágil, alineada con los avances en biotecnología y sustentada en criterios científicos.

■ PRÓXIMOS DESARROLLO PARA BIOESTIMULANTES MICROBIANOS

Consciente de la necesidad del sector de ampliar el catálogo de microorganismos autorizados para la formulación de bioestimulantes, la Comisión Europea ha encargado al Austrian Institute of Technology (AIT), un informe que proponga una metodología técnica y bien definida que permita incluir nuevas cepas de microorganismos dentro de la categoría CMC 7 del Reglamento (UE) 2019/1009.

Este estudio se basa en tres pilares fundamentales: evaluar el potencial de mercado de la cepa candidata; analizar la seguridad de dicha cepa valorando

los posibles riesgos para la salud humana, animal y medioambiental desde un enfoque tanto bibliográfico como experimental, incluyendo análisis genómicos que descarten patogenicidad o resistencia a antibióticos y por último, analizar también de forma empírica y bibliográfica la eficiencia agronómica como bioestimulante.

Esta metodología que se está desarrollando permitirá facilitar incorporación de nuevos microorganismos al listado, con la intención de hacer más eficiente el proceso tanto para las empresas solicitantes como para los organismos evaluadores, y sin perder de vista la necesidad de mantener la transparencia, el rigor científico y la coherencia normativa.

En paralelo, la nueva Comisión Europea tiene previsto proponer un paquete de medidas de simplificación para el cuarto trimestre de 2025 que afectan a la legislación de fertilizantes, en la que parece que se incluyen novedades para la incorporación de microorganismos en la CMC 7. En el marco de esta actividad la Comisión Europea realizó en mayo una consulta al sector (denominada ‘Realty Check’) para identificar las exigencias legislativas que podrían simplificarse sin comprometer la seguridad ni los objetivos ambientales del Reglamento, señalando de partida como uno de los aspectos críticos la evaluación de nuevos microorganismos para la CMC 7.

Desde AEFA tenemos claro que ampliar el listado de microorganismos autorizados no sólo es una necesidad técnica, sino una oportunidad estratégica para ofrecer al agricultor europeo herramientas más sostenibles, eficaces y competitivas para garantizar la sostenibilidad alimentaria en un contexto cada vez más exigente en términos ambientales y productivos, y para ello es clave implementar una metodología adecuada basada en el rigor científico, la seguridad y la innovación. Resulta igualmente esencial respaldar a una industria nacional que está demostrando una elevada capacidad de innovación, su compromiso con la calidad y su apoyo máximo al agricultor, al mismo tiempo que mantiene su alineación con los objetivos europeos en materia de sostenibilidad. Apostar por este sector es apostar por una agricultura más resiliente, moderna y responsable.

(*) Directora general de AEFA

Impacto del Real Decreto 506/2013 en los bioestimulantes

AEFA analiza los nuevos criterios de esta norma y sus efectos en la industria

► AEFA. (*)

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación publicaba a finales del 2024 una nota informativa con los criterios que se tendrán en cuenta para verificar que los productos fertilizantes a base de microorganismos (grupo 4.4 del RD 506/2013) en condiciones normales de uso, no produzca efectos perjudiciales para la salud y el medioambiente.

Este documento establece, por tanto, nuevas condiciones necesarias para la comercialización de fertilizantes que contienen microorganismos, un aspecto clave para la industria de bioestimulantes y, con ello, nuevos retos a los que debe enfrentarse el sector de empresas fabricantes con comercialización en el Estado español.

La entrada en vigor del Real Decreto 999/2017 permitió el uso de microorganismos en la elaboración de fertilizantes, siempre que cumplieran con los requisitos establecidos en la normativa. Esto ha abierto nuevas oportunidades para el desarrollo de productos bioestimulantes innovadores que mejoren la eficiencia de los cultivos y la salud del suelo.

Uno de los puntos fundamentales del Artículo 4.2.c del Real Decreto 506/2013, establece la necesidad de garantizar que los fertilizantes no produzcan efectos perjudiciales para la salud humana ni para el medioambiente. Para ello, se exige la identificación y caracterización genética completa de los microorganismos utilizados, un proceso que debe ser realizado por organismos independientes,



AEFA insiste en requerimientos equilibrados y razonables que faciliten la puesta en el mercado de los productos. / ARCHIVO

como centros de investigación o universidades.

En la misma línea, la nota informativa publicada por el MAPA a principios de 2024 establece los criterios mínimos aplicables a los productos basados en microorganismos, sin perjuicio de que las autoridades competentes puedan solicitar los ensayos y estudios que estimen necesarios para evaluar sus características y seguridad, conforme a lo establecido en el artículo 4.2.c del Real Decreto 506/2013, de 28 de junio.

En ella se exige la caracterización genética de las cepas utilizadas, demostrando la ausencia de genes de patogenicidad o virulencia mediante secuenciación genómica.

En los casos en que exista historial de cepas patógenas dentro

del mismo género, la nota indica que se deberán realizar ensayos adicionales para confirmar su seguridad. Además, cuando los microorganismos pertenezcan a especies ya aprobadas como sustancias activas en el ámbito fitosanitario, será necesario demostrar que se trata de cepas distintas y que cumplen una función bioestimulante sin efectos fitosanitarios.

Otro aspecto clave es la prevención de la transferencia horizontal de material genético en bacterias, evitando la codificación de resistencia a antimicrobianos relevantes.

Para ello, se establece la obligatoriedad de verificar la susceptibilidad a diferentes agentes antimicrobianos en microorganismos con antecedentes de

patogenicidad. Asimismo, en el caso de microorganismos no presentes en suelos españoles, deben realizarse estudios específicos para evaluar su impacto en la biodiversidad local.

Desde AEFA, se considera fundamental que los productos fertilizantes, incluidos los productos especiales a base de microorganismos, cumplan con todas las garantías de seguridad para la salud de las personas, los animales y el medioambiente.

Es una responsabilidad y compromiso que desde nuestros Asociados se tiene muy en cuenta y comprenden perfectamente la preocupación pueda generar al ministerio y a los consumidores. Sin embargo, bajo este marco de seguridad, AEFA también subraya la importancia de agilizar los

procedimientos de evaluación y registro para facilitar la innovación y la competitividad nacional, así como el acceso de los agricultores a nuevas tecnologías.

En la Asociación se reconoce que el marco legislativo español para los productos a base de microorganismos es favorable y más adaptado a la innovación que el Reglamento Europeo y que otras normativas nacionales de países miembros. No obstante, AEFA insiste en la necesidad de unos requerimientos equilibrados y razonables que faciliten la puesta en el mercado de los productos.

Los nuevos requisitos publicados necesitan unas guías claras e instrucciones concretas sobre las metodologías y ensayos solicitados, con el fin de no generar una situación de bloqueo en el registro de nuevos productos y no poner trabas a la competitividad de un sector que se enfrenta constantemente a la problemática derivada del acelerado ritmo de la innovación frente a los plazos legislativos.

La seguridad y eficacia de los bioestimulantes dependen en gran medida de la calidad de los microorganismos utilizados. Por ello, AEFA seguirá trabajando para garantizar que los criterios de evaluación sean rigurosos pero accesibles, permitiendo el desarrollo de productos innovadores sin trabas burocráticas innecesarias.

Con esta nota, el Ministerio de Agricultura refuerza el marco regulador de los fertilizantes a base de microorganismos, un sector en crecimiento que promete transformar la agricultura moderna. En este escenario, AEFA continuará participando activamente en el diálogo con las autoridades para asegurar que la industria de bioestimulantes tenga un papel destacado en el futuro del sector agroalimentario.

(*) Artículo original publicado en la web de AEFA: <https://aeфа-agronutrientes.org/real-decreto-506-2013-y-su-impacto-en-los-bioestimulantes>.

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Grupo Atlántica, The Natural Company, empresa española con más de cuatro décadas de trayectoria en soluciones naturales para la agricultura y que cuenta con una plantilla de más de 200 profesionales especializados, da un paso natural, abre una nueva etapa con el relevo generacional en su Dirección Ejecutiva.

A partir de ahora, la gestión del grupo radicado en Villena pasa a manos de Javier Salguero y Marcelo Montilla, miembros de la segunda generación familiar y figuras clave en la estructura interna de la compañía que articula su actividad a través de cuatro compañías complementarias —Atlántica Agrícola, Fertilal, Agrosresource y BioAtlántica— que operan de manera integrada para ofrecer soluciones en bionutrición, bioestimulación y biocontrol.

Con este paso, Marta Gutiérrez culmina su etapa como CEO, tras haber liderado un ciclo clave de replanteamiento y planificación estratégica, así como de transformación operativa y organizativa.

La compañía contempla, sin decisión formal en este momento, posibles refuerzos futuros en la estructura de gestión, como la

Relevo generacional y nueva etapa en Grupo Atlántica

Marcelo Montilla y Javier Salguero, segunda generación familiar, asumen el liderazgo Ejecutivo del grupo

incorporación de una dirección general que acompañe el desarrollo del plan estratégico.

La hoja de ruta para los próximos años se articula en torno al Plan Estratégico AgroSphere 2030, “un plan de crecimiento sostenido por el Valor Humano, y que tiene como objetivo duplicar el volumen de negocio en los próximos cinco años”, según detallan desde el grupo, donde destacan que “AgroSphere 2030 marca el horizonte estratégico de la compañía para 2025-2030, con una ambición clara de growth, basado en la expansión orgánica, agricultura data-driven e innovación en los modelos de servicio al agricultor”.

El plan se desarrolla sin dependencia de capital externo y preservando los valores fundacionales, según informan desde el Grupo.



Javier Salguero y Marcelo Montilla. / GRUPO ATLÁNTICA

La nueva etapa supone una evolución natural del proyecto en la que se mantendrá la esencia que siempre ha definido a la compañía

“Esta etapa supone una evolución natural del proyecto. Estamos preparados para liderar con compromiso, dar continuidad al legado empresarial de nuestras familias y avanzar con visión a largo plazo, manteniendo la esencia que siempre ha definido a Grupo Atlántica, con las personas como pilar fundamental”, ha señalado Marcelo Montilla.

Por su parte, Javier Salguero añade: “Nuestro enfoque está en consolidar un modelo que nos permita seguir creciendo con solidez y seguir generando valor para quienes confían en nosotros en más de 70 países”.

Grupo Atlántica, que ha registrado un crecimiento consolidado a doble dígito tanto en ventas como en EBITDA durante los últimos tres ejercicios, continuará informando de los próximos pasos de esta nueva etapa a través de sus canales oficiales.



El proyecto BIO2 está financiado dentro del programa Horizonte Europa. / AVA-ASAJA

El proyecto BIO2 apuesta por una agricultura ecológica aún más sostenible

AVA impulsa así la investigación de fertilizantes y fitosanitarios sostenibles para la agricultura ecológica

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La iniciativa europea, que se presentó recientemente en Bolonia, busca obtener productos naturales para proteger los cultivos a partir de restos vegetales y animales. Hacer la agricultura ecológica aún más sostenible, a través de restos animales y vegetales es el objetivo que busca el proyecto europeo BIO2, financiado dentro del programa Horizonte Europa.

Así, esta ambiciosa iniciativa de investigación e innovación, en la que participa la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja), pretende transformar la agricultura ecológica mediante el desarrollo de insumos sostenibles.

El proyecto, que celebró su reunión de lanzamiento recientemente en Bolonia, reúne a 20 entidades de 8 países europeos, entre centros de investigación, universidades, empresas y asociaciones agrarias.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

BIO2 tiene como objetivo conseguir tratamientos más naturales, ecológicos y sostenibles para el sector agrícola, según explican sus responsables. Para ello, el proyecto pondrá en marcha varias líneas de investigación destinadas a crear fertilizantes a partir de algas y restos de pescado, desarrollar productos naturales que ayuden a proteger los cultivos frente a plagas y enfermedades, y aprovechar microalgas y extractos vegetales para cuidar la salud de las plantas y el ganado.

Uno de los pilares fundamentales de BIO2 es la construcción de redes de agricultores ecológicos especializados en cultivos estratégicos, como son la fresa, la patata, el trigo y la uva. Estas redes facilitarán que los agricultores accedan a los avances del proyecto y se beneficien directamente de las nuevas tecnologías y productos desarrollados.

VIÑEDOS ECOLÓGICOS

Las validaciones de los fertilizantes y productos de protección de cultivos desarrollados en BIO2 se realizarán además en diferentes países europeos, adaptándose a las particularidades de cada región y cultivo. Estas pruebas en campo permitirán evaluar

la eficacia agronómica, la seguridad y el impacto ambiental de las nuevas soluciones en condiciones reales de cultivo. En España, AVA-Asaja liderará, junto con socios italianos, la validación específica en viñedos ecológicos, trabajando directamente con agricultores para asegurar que los productos sean efectivos, prácticos y respondan a las necesidades reales del sector vitivinícola nacional.

“Participar en BIO2 nos va a permitir situar al sector agrícola valenciano y europeo a la vanguardia de la innovación ecológica, facilitando el acceso a herramientas más sostenibles y competitivas”, destacan desde el departamento técnico de AVA-Asaja. “La creación de redes especializadas y la validación en campo garantizarán que los resultados del proyecto sean útiles y transferibles al sector”.

Neoforce Fruit AntiOx: la eficiencia en la aplicación del calcio

FERTIBERIA TECH.

Es bien conocida la importancia de obtener unos cítricos, con una piel de calidad, capaz de soportar las distintas incidencias climatológicas y, en muchos casos, problemas derivados de la propia genética varietal. Esta característica de resistencia, así como la prevención de las fisiopatías ligadas a la conservación y calidad de la corteza, están estrechamente relacionadas con la concentración de calcio en el fruto.

Por otro lado, en el manejo citrícola, al igual que en otros cultivos, nos enfrentamos a una baja eficiencia en la absorción de este macronutriente, tanto por vía radicular como estomática.

Por ello, es fundamental disponer de herramientas eficaces para afrontar el reto de obtener frutas con mayor vida postcosecha, más resistentes a enfermedades y, sobre todo, de una calidad excelente, tal como exigen los mercados actuales.

En Fertiberia TECH, hemos desarrollado Neoforce® Fruit AntiOx, la combinación perfecta entre nuestra exclusiva tecnología AntiOx y calcio.

Neoforce® AntiOX ha sido certificada por organismos notificados en el ámbito del Reglamento (UE) 2019/1009 como bioestimulante de plantas no microbiano. Este avance científico es el resultado de un riguroso proceso de desarrollo, que incluyó la creación de más de 400 prototipos evaluados en términos de compatibilidad, estabilidad fisicoquímica, con-



Neoforce® AntiOX ha sido certificada por organismos notificados en el ámbito del Reglamento (UE) 2019/1009 como bioestimulante de plantas no microbiano. / FT

servación y, sobre todo, eficacia agronómica. Gracias a la tecnología AntiOx, maximizamos el potencial vegetativo de la planta, especialmente en lo que respecta al crecimiento activo y la traslocación de nutrientes, vía clave para la correcta llegada del calcio tanto a los órganos de reserva como a las zonas de nuevo crecimiento.

Y, por supuesto, no perdamos de vista la parte del calcio. Fertiberia TECH es un referente en la investigación y desarrollo de productos basados en este macronutriente. De hecho, muchas explotaciones citricolas ya emplean herramientas con alta eficiencia en la translocación del calcio. Un claro ejemplo de ello es nuestra gama NUTRI-FLUID IMPULSE, con tecnología eON, cuyas referencias

CELL y CELL+ representan una auténtica revolución en el mercado para lograr una nutrición y bioestimulación conjunta en las fases más críticas de los cítricos a nivel radicular.

Todo esto, va acompañado de un experimentado equipo técnico-comercial, que garantiza un manejo correcto y adecuado para las necesidades del agricultor. Fertiberia TECH pone al servicio del sector citrícola los productos más innovadores y eficaces.

En conclusión, el uso de Neoforce® Fruit AntiOx, tanto en el momento de división celular como en los tratamientos destinados a conservación de piel, constituye la mejor opción del mercado para conseguir cítricos de alta calidad y con una mayor durabilidad en los lineales.

Tus aliados naturales para la salud vegetal



Bioiberica
We are all one

Todas
nuestras
soluciones:





Información elaborada
por Óscar Ortega

JORDI ESCRIVÀ / Presidente de la Asociación de mayoristas del Mercat del Camp

“Somos el segundo mercado de Cataluña en volumen de ventas”

Jordi Escrivà, presidente de la Asociación de mayoristas del Mercat del Camp de Tarragona y gerente de Fruites Cambrils, repasa algunos temas sobre este mercado como la inversión en mantenimiento de las instalaciones con la recaudación del pago de entrada al recinto y las negociaciones por el alargamiento de las concesiones de las paradas.



“Desde el principio todas las paradas del Mercat del Camp han estado en funcionamiento”

JE. Este mes de junio con respecto al calor ha sido, según datos oficiales, de récord en cuanto a temperaturas. Esta circunstancia incide lógicamente en nuestro funcionamiento. Con el calor los productos se estropean más rápido, a los agricultores también les afecta en el rendimiento de sus producciones; los clientes tienen más mermas... Si la dinámica continúa así los próximos años habrá que plantearse qué medidas tomar para que este asunto de temperaturas afecte lo mínimo posible en nuestro día a día.

En principio las expectativas de venta para el periodo estival son buenas. Se presenta una buena campaña en cuanto a ocupación turística (campings, hoteles, apartamentos...) que esperamos se traduzca en meses de buenas ventas como ya sucedió el año pasado.

VF. Y luego, ¿para los últimos meses del año?

JE. El resto del año lógicamente bajan las ventas aunque se va haciendo. Todo depende de cómo fluctúen los precios, si hay abundancia o escasez de productos... En definitiva, cada año tiene su historia.

VF. ¿Hay diferencias entre las demandas del cliente en la temporada de verano y de invierno?

JE. Lógicamente en verano hay mayor variedad y oferta de productos, sobre todo de fruta. A diferencia con invierno en que la gama de variedad de productos es menor aunque hoy en día se puede importar de otras zonas del mundo aunque nunca tienen la calidad ni la frescura de los productos de aquí.

VF. Y desde el punto de vista de Fruites Cambrils, ¿qué apunta?

JE. En nuestra empresa seguimos la misma línea de siempre. Aquella de intentar traer la mayor cantidad de productos y a un precio y calidad que sea lo que busque el cliente.

Como novedad, apuntar que hemos ampliado la flota de camiones de reparto para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y también hemos ampliamos la plantilla. Ahora, a ver cómo va el año.

Valencia Fruits. Con la puesta en marcha de la puerta de entrada de pago al recinto. ¿Dónde se invierte esta recaudación? ¿Proyectos futuros?

Jordi Escrivà. Este es el tercer año que se paga para acceder al recinto del Mercat del Camp. Toda la recaudación se destina de forma íntegra al mantenimiento de las instalaciones del mercado aunque no se genera todo el dinero necesario. Por ello, estamos en conversaciones con el Ayuntamiento de Reus para que los mayoristas pongamos la cantidad necesaria para que se puedan ejecutar todas las obras previstas, a cambio de una ampliación de la concesión de nuestras paradas, que en la actualidad es de 50 años.

El mercado hace 40 años que funciona y, por lo tanto, en teoría sólo nos quedan 10 años.



Jordi Escrivà apunta que en principio, “las expectativas de venta para el periodo estival son buenas”. / 00

VF. ¿Cómo presenta el Mercat del Camp a un operador que no desconozca?

JE. El Mercat del Camp es el segundo mercado de Cataluña

“En principio las expectativas de venta para el periodo estival en este mercado son buenas”

en volumen de ventas después de Mercabarna. Está situado en una posición geográfica y logística muy buena al lado del aeropuerto de Reus y del puerto de Tarragona.

En la actualidad operamos 14 empresas en las 44 paradas del mercado donde el cliente puede encontrar todo tipo de productos y calidades de frutas y hortalizas que pueden satisfacer sus expectativas.

VF. ¿Cuál es la clave del éxito para que todas las paradas de este mercado mayorista estén abiertas?

JE. Desde el principio todas las paradas han estado en fun-

cionamiento. Aquellas paradas que han cerrado durante estos años, en la mayoría de los casos, han sido absorbidas por otras empresas que ya operamos en el mercado y, así, hemos podido evitar la entrada de empresas de fuera.

Este mercado es pequeño y su zona de influencia también. No interesa que entren empresas de otros mercados ya que el margen de venta es limitado a diferencia de, por ejemplo, Mercabarna.

VF. En clave comercial y con las primeras oleadas de calor, ¿el color repercute en las ventas? ¿Expectativas para los meses de verano?

IMPORT-EXPORT. FRUITES Y VERDURES



**FRUITES
CAMBRILS S.A.**

- ▶ Camí de Reus, s/n - Apdo. Correos nº 138 - 43850 CAMBRILS (Tarragona) - Tel.: 977 36 84 03 - Fax: 977 36 54 64
 - ▶ Mercat del Camp - Pto. 4-5-25 - 43110 LA CANONJA (Tarragona) - Tel.: 977 54 81 08 - Fax: 977 54 81 42
- E-mail: info@fruitescambrils.cat



El objetivo de Serhs Fruits en 2025 es afianzar las ventas de los años anteriores, "esperando incrementarla ligeramente", según Pàmies. / ÓSCAR ORTEGA

ALBERT PÀMIES / Jefe de almacén de Serhs Fruits

“Las perspectivas son buenas porque Mercat del Camp funciona con fuerza”

Con estas palabras Albert Pàmies, jefe de almacén de Serhs Fruits, comenta el dinamismo del Mercat del Camp de Tarragona. Pàmies, con unos cuantos años de experiencia en este mercado, también habla de algunos perfiles de clientes a pie de pasillo, en clave general, y objetivos de la empresa, en clave particular.

Valencia Fruits. Con las sucesivas remodelaciones que se están ejecutando en mercado, ¿cómo atisba el futuro del Mercat del Camp?

Albert Pàmies. En principio las perspectivas son buenas porque el Mercado del Camp funciona con fuerza debido al cliente de pasillo, que va aguantando, y la hostelería, porque el radio de influencia de este mercado abarca la zona turística de la Costa Dorada, que va fuerte; en especial los meses estivales.

VF. Pasemos al presente. Desde su punto de vista, un análisis de las ventas de los primeros seis meses del año...

AP. Desde el punto de vista Serhs Fruits, estos primeros meses de año han sido buenos. Por ejemplo, durante los primeros meses del año hemos disfrutado de una buena temporada de venta de calçots que nos ha ayudado a realizar una buena facturación.

VF. Y ahora una previsión para estos meses de verano y final de año...

AP. A día de hoy podemos decir que la previsión es optimista. Para nosotros, que estamos enfocado a hostelería y restauración, parece que será una buena temporada.

VF. En la actualidad, ¿qué perfiles de compradores acuden a pie de pasillo del Mercat del Camp?

AP. El cliente de pasillo que acuden al Mercat Central son en su mayoría comerciantes emigrantes —pakistaníes, marroquíes...— que regentan fruterías u otros formatos comerciales que venden fruta y hortalizas y cada vez menos clientes nacionales, los frutereros tradicionales.

VF. ¿Defina la oferta de Serhs Fruits? ¿Algunos productos destacados?

AP. En pocas palabras, nuestra oferta es principalmente producto para hostelería en cuarta y quinta gama sin olvidar, como comentaba en la respuesta anterior, al frutero tradicional.

VF. Desde el punto de vista de Serhs Fruits, ¿qué objetivos y

novedades se plantean para este ejercicio?

AP. Nuestro objetivo pasa para este año por afianzar las ventas de los años anteriores, esperando incrementarla un ligero porcentaje.

LLUÍS CÍVIT / Responsable de Fruites Civit

“Somos una empresa familiar con casi 100 años de historia”

Fruites Civit es un ejemplo de empresa familiar que ha sabido a lo largo de los años adaptarse a los cambios y evolucionar. Lluís Cívit, su responsable y miembro de la cuarta generación familiar, comenta algunas de las claves de su trayectoria.

Valencia Fruits. En un sector tan competitivo, ¿cómo explica la existencia de Fruites Civit después de cuatro generaciones?

Lluís Cívit. No hay ningún secreto. Es levantarse de la cama cada día como si fuera el primero con constancia, esfuerzo y sacrificio. Trabajar, decir siempre la verdad, establecer relación de confianza con el cliente, y realizar bien las cosas.

Fruites Civit somos una empresa familiar que contamos con casi 100 años de historia que en la actualidad ya incorpora miembros de la cuarta generación, entre ellos yo. Es obvio que durante todos estos años hemos sabido adaptarnos a los cambios de sector porque sino no existiríamos.

VF. En un mercado ubicado en la Costa Dorada. ¿Nota un incremento de ventas derivado de la afluencia turística?

LIC. El turismo que acude a la Costa Dorada, que está bajo el área de influencia del Mercat del Camp, se traduce en un punto de inflexión positivo para las ventas del conjunto de mayoristas del mercado. A mayor número de turista, mayor volumen de fruta y hortalizas que, de alguna manera, se debería reflejar en nuestras ventas.

VF. Desde la óptica de Fruites Civit, ¿qué productos son más demandados en verano?

LIC. Hablamos sobretodo de fruta de corte como, por ejemplo, melón, sandía, piña... También la fruta de hueso de Lleida donde destacan melocotón, nectarina, paraguayo.

Nuestra oferta contempla marcas de referencia como elemento diferenciador de otros operadores.

VF. Para este 2025, objetivos de Fruites Civit.

LIC. Nos marcamos un objetivo cada día que no es otro que cuidar aquello que tenemos, que no es poco. Mejorar cada día, atraer nuevos clientes y proveedores, consolidar la empresa, ofrecer la mejor relación posible de calidad y precio a cada cliente según sus necesidades... Con todo ello transmitir la imagen de una empresa activa.

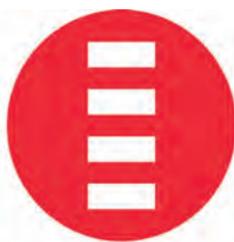
VF. ¿Cuáles son las tres virtudes del Mercat del Camp?

LIC. Ubicación, agilidad y al mismo tiempo lejanía y proximidad de Barcelona.

El Mercat del Camp cuenta con una privilegiada ubicación en el corazón de la Costa Dorada y conectado con la autopista del Mediterráneo.

La profesionalidad, el conocimiento y el buen hacer del conjunto de empresas mayoristas de este mercado desemboca en agilidad de oferta y servicio.

El Mercat del Camp disfruta de un excepcional enclave a unos 100 km de la ciudad de Barcelona.



NOU MERCAT DEL CAMP
UNITAT AGROALIMENTÀRIA REUS

Asociación de Mayoristas Frutas y Verduras

NOMBRE	TELÉFONO	FAX	E-MAIL	PUESTO
H.NOS. FERNÁNDEZ LÓPEZ, S.A.	977 54 83 60	977 54 57 28	jsanchez@grupofernandez.es	1-2-3-23-24
FRUITES CAMBRILS, S.A.	977 54 81 08	977 54 81 42	info@fruitescambriels.cat	4-5-25
H.NOS. L. SÁNCHEZ VILASECA, S.L.	977 54 63 21 / 81 07	977 54 8107	mariana@lopezsanchezvilaseca.com	6-7-8-21-22 37-38-43-44
RECIO FRUITS, S.L.	977 54 52 65	977 54 54 78	reciofruits@yahoo.es	10-11-31-32-33
AGRÍCOLA CHAVALERA, S.L.	667 73 18 83		agricolachavalera@gmail.com	12
FRUTAS VERDES TORREFORTA, S.L.	977 54 50	97 977 54 50 97	fujifruitas@outlook.es	13
ESPESES FRUITS, S.L.	629 21 32 71		info.espesfruits@gmail.com	14-15
GHALMI FRUITS, S.L.	635 57 56 76		ghalmifruits@gmail.com	16
FRUITES CABRÉ, S.A.	977 54 85 33 / 89 42	977 54 72 93	fruitescabre@fruitescabre.es	17-39-40-41-42
FRUITES MARTORELL	630 91 68 30	977 55 26 16	fruitescabre@gmail.com	18
AURELIAN DIMITRU	667 825 066		distribucionjuly@yahoo.es	19
J. SALVADO, S.A.	977 54 87 21	977 54 87 21	j.salvado.reus@gmail.com	20
FRUITES CIVIT, S.L.	977 54 89 41	977 54 32 72	administracion@fruitescivit.cat	26-27-28-29-30
SERHS FRUITS	977 54 81 60	977 54 59 89	sfruits.reus@grupserhs.com	34-35-36

Carretera Canonja, nº 1 • 43204 REUS (TARRAGONA)

Agroecotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicate

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 23 al 29 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
Paraguay 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 1º	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 Confec	0,91
Blanca Spunta Granel	1,00
Otras Variedades Granel	0,72
Roja Red Pontiac Granel	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 8 al 11 de julio de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	2,25
Cerezas	4,00-3,75
Ciruelas	1,40-1,35
Limonas	1,40-1,50
Melocotones Rojos	1,50
Melón Piel de Sapo	1,40-1,50
Nectarinas	1,75
Nísperos	S/C
Pera Ercolini	2,85
Sandías	0,85-0,75
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechugas	0,83
Berenjenas	1,00-1,10
Calabacines	0,60-0,50
Cebollas Grano de Oro	0,85
Judías Verde Perona	2,75-2,70
Patatas Calidad	0,50
Primor	S/C
Pepinos	1,50-1,45
Pimientos Verdes	2,20-2,10
Tomate Maduro	1,40-1,45
Verde	2,00-1,50

Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 10 de julio de 2025, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna. Últimos precios recibidos.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque	2,00
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
Verde Perona	1,50
Membrillo	2,00
Dátiles	6,00
Feijoa	8,00
Higo	5,00
Higos Chumbos	3,50
Frambuesa	15,00
Grosellas	22,00
Kiwis	2,90
Lichis	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
Figuera	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-Niscal	14,00
Champiñón	3,00
Otras Setas	11,00
Maíz	0,50
Caña de Azúcar	1,75
Menestra	0,95
Otros Varios	1,50

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 30 de junio al 6 de julio de 2025. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates	3,07
Albaricoque	2,23
Cereza / Picota	3,02
Ciruela	1,96
Dátil	9,33
Fresa / Fresón	5,75
Granada	3,75
Breva	4,50
Kiwi / Zespri	3,78
Lima	2,37
Limón	1,42
Mango	3,81
Naranja	2,19
Golden / Onzal Gold / Venosta	1,59
Royal Gala / Cardinale	1,82
Starking / Red Chief / Galaxia	1,85
Fuji / Braeburn / Pink Kiss	2,28
Granny Smith	1,98
Pink Lady	2,27
Melocotón Baby Gool	2,15
Melón / Galia / Coca	1,14
Naranja Navel	1,65
Valencia Late / Miaknight	1,24
Nectarina	1,85
Nuez	4,44
Papaya	5,00
Paraguay	2,09
Pera Conferencia / Decana	2,97
Blanquilla o Agua	2,07
Ercolini / Etrusca	2,88
Piña	1,50
Plátano	2,72
Banana	1,19
Sandía	0,88
Uva	4,56
Otros Frutos Secos	11,255
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga	0,92
Ajo Seco	4,33
Alcachofa	1,25
Apio	1,30
Berenjena	1,42
Brócoli / Brecol	2,38
Calabacín	0,85
Calabaza / Marrueco	0,95

Cebolla / Chalota	0,90
Cebolleta	1,16
Champiñón	2,77
Col Repollo	0,78
Coliflor / Romanesco	1,11
Espárrago Verde	6,60
Espinaca	2,70
Judía Fina	2,95
Perona / Elda / Sabinal / Emerite	2,59
Lechuga O.V.	0,89
Cogollo	2,10
Iceberg	0,85
Nabo	0,95
Pepino	1,19
Perejil	1,31
Pimiento Verde	1,36
Rojo Asar	1,46
Puerro	1,60
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 8 al 11 de julio de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques	3,16
Cerezas	3,21
Ciruelas	2,50
Limonas	1,26
Melocotones Rojos	2,50
Melón Piel de Sapo	1,53
Nectarinas	2,36
Pera Ercolini	3,25
Sandías	1,03
HORTALIZAS	Euros/kg
Lechugas	0,80
Berenjenas	0,97
Calabacines	0,57
Cebollas Grano de Oro	0,84
Judías Verde Perona	2,88
Patatas Calidad	0,60
Primor	S/C
Pepinos	1,00
Pimientos Verdes	1,93
Tomate Maduro	S/C
Verde	1,33

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 7 de julio de 2025, ofertados en Mercamurcia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate Fuerte	3,00
Hass	2,60
Otras Variedades	2,40
Albaricoque Otras Variedades	1,50
Cereza Picota	2,50
Otras Variedades	3,25
Ciruela Golden Japan y Songold	1,50
Red Beauty	1,30
Angeleno	1,30
Coco en Seco	0,80
Datil Deglet Nour	3,80
Medjoul	8,00
Otras Variedades	3,80
Fisalis Otras Variedades	5,00
Fresón Otras Variedades	8,50
Breva Colar	5,00
Higo Chumbo	5,00
Kiwi Pulpa Verde	4,50
Otras Dulce	6,00
Otras Variedades	3,80
Lima Mejicana	3,00
Limón Verna	1,10

MERCADOS NACIONALES

Rodrejo.....	0,90
Mandarina Otras Variedades.....	2,75
Mango Haden.....	3,00
Tommy Atkins.....	2,50
Otras Variedades.....	3,00
Manzana Golden.....	1,40
Starking o Similares.....	1,35
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.....	1,50
Otras Variedades.....	1,00
Melón Piel de Sapo.....	1,10
Galia.....	1,50
Futuro.....	1,00
Naranja Navel.....	1,35
Valencia Late.....	1,00
Navel Late.....	1,50
Otras Variedades.....	1,30
Nectarina Otras Variedades.....	1,20
Nuez Nacional.....	4,25
Papaya Solo y Sunrise.....	2,60
Papayón.....	2,20
Otras Variedades.....	2,20
Paraguay UFO 4.....	1,50
Platereta.....	1,40
Pera Ercolini / Morettini.....	2,25
Conferencia.....	2,20
Piña Africana.....	0,95
Golden Sweet.....	1,10
Plátano de Canarias Extra.....	2,55
De Canarias 1.....	2,50
De Canarias 2.....	2,40
Americano o Banana.....	1,20
Macho.....	1,80
Pomelo Rojo.....	1,20
Rambután.....	2,80
Sandía Con Semilla.....	0,90
Sin Semilla.....	0,65
Otras Variedades.....	0,85
Uva Sin Semilla Negra.....	3,75
Sin Semilla Blanca.....	3,00
Tamarindo.....	3,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Lisas Verde.....	0,85
Ajo Blanco.....	3,60
Tierno o Ajete.....	5,00
Morado.....	3,90
Otras Variedades.....	3,20
Apio Verde.....	2,50
Amarillento.....	0,90
Berenjena Morada.....	1,00
Otras Variedades.....	0,95
Boniato o Batata.....	2,25
Brocolo o Brocoli o Brecol.....	2,00
Calabacín Verde.....	0,55
Blanco.....	0,65
Calabaza de Verano.....	0,60
De Invierno.....	1,50
Otras Variedades.....	0,50
Cebolla Grano de Oro o Valenciana.....	0,75
Babosa.....	0,60
Morada.....	1,15
Recas y Similares.....	1,50
Blanca Dulce de Ebro.....	1,50
Francesa o Echalote.....	1,50
Otras Variedades.....	1,10
Tierna.....	0,80
Chirivía.....	1,20
Col Repollo de Hojas Rizadas.....	0,90
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,80
Coliflor.....	1,80
Endivia.....	2,40
Escarola Rizada o Frisée.....	1,20
Lisa.....	1,20
Espárrago Verde o Triguero.....	3,60
Espinaca.....	1,30
Guindilla Verde.....	2,40
Roja.....	2,60
Judía Verde Fina.....	4,00
Verde Bobby.....	3,00
Verde Perona.....	3,00
Laurel.....	1,00
Lechuga Batavia.....	0,55
Romana.....	0,60
Iceberg.....	0,70
Cogollo.....	1,25
Hoja de Roble.....	1,20
Lollo Rosso.....	1,20
Otras Variedades.....	0,30
Nabo.....	1,00
Pepino Corto o Tipo Español.....	0,85
Perejil.....	1,15
Pimiento Verde Italiano.....	1,10
Rojito Lamuyo.....	1,60
Amarillo Tipo California.....	1,00
Verde Cristal.....	0,90

Roja California.....	1,20
Verde Padrón.....	2,25
Noras Secas.....	20,00
Puerro.....	0,90
Rábano y Rabanilla.....	1,50
Remolacha Común o Roja.....	0,80
Seta Champiñón.....	2,40
Girgola o Chopo.....	3,50
Shii-Take.....	3,80
Tomate Liso Rojo Daniela / Long Life / Royesta.....	0,85
Liso Rojo Rama.....	0,95
Liso Rojo Pera.....	0,85
Cherry.....	1,90
Liso Verde Rambo.....	1,10
Liso Rojo Tipo Canario.....	1,00
Liso Verde Mazarrón.....	0,95
Asurcado Verde Raf.....	2,50
Kumato.....	3,00
Otras Variedades.....	1,20
Zanahoria en Rama.....	1,40
Nantesa.....	0,90
Jengibre.....	3,50
Ñame o Yame.....	1,70
Ocra o Quimbombó.....	3,80
Tamarillo Otras Variedades.....	4,60
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	2,80
Hortalizas IV Gama.....	4,00

PATATAS	Euros/kg
Blanca Liseta Granel.....	0,50
Blanca Liseta Confecc.....	0,50
Blanca Spunta Confecc.....	0,55
Blanca Agría Granel.....	0,55
Blanca Agría Confecc.....	0,50
Roja Otras Variedades Granel.....	0,55

Lonja de Mercamurcia. Información de los precios de las almendras, del 3 de julio de 2025. Cotización para las pequeñas partidas de grano de almendra en cáscara (en torno a 10 Tm), situado sobre el almacén del partidador, facilitados por la Lonja Nacional de Almendra de Mercamurcia.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Marcona.....	6,21
Largueta.....	5,62
Comuna.....	5,28
Ferragnes.....	4,51
Garrigues.....	4,54
Guara.....	5,44
Ramillete.....	4,54
Comuna Ecológica.....	5,83

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 8 al 11 de julio de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	2,26-2,06
Cerezas.....	4,20-4,06
Ciruelas.....	1,80
Limonas.....	1,35-1,47
Melocotones Rojos.....	1,96-1,92
Melón Piel de Sapo.....	1,32-1,36
Nectarinas.....	1,77-1,85
Pera Ercolini.....	3,95-2,17
Sandías.....	0,78-0,60

HORTALIZAS	Euros/kg
Lechugas.....	0,62-0,61
Berenjenas.....	0,92-0,99
Calabacines.....	0,72-0,73
Cebollas Grano de Oro.....	0,76-0,79
Judías Verde Perona.....	3,80
Patatas Calidad.....	0,95-0,93
Primor.....	S/C
Pepinos.....	1,27-1,58
Pimientos Verdes.....	1,58-1,65
Tomate Maduro.....	1,36-1,59
Verde.....	1,36-1,62

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 8 al 11 de julio de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Albaricoques.....	3,00-2,75
Cerezas.....	5,00-4,50
Ciruelas.....	2,50-2,00
Limonas.....	0,90
Melocotones Rojos.....	1,50
Melón Piel de Sapo.....	1,50-1,25
Nectarinas.....	2,00-1,50
Nísperos.....	4,00
Pera Ercolini.....	3,00
Sandías.....	0,80

HORTALIZAS	Euros/kg
Lechugas.....	0,80
Berenjenas.....	0,70-0,60

Calabacines.....	0,60
Cebollas Grano de Oro.....	0,52
Judías Verde Perona.....	3,00
Patatas Calidad.....	0,50
Primor.....	S/C
Pepinos.....	1,10-1,00
Pimientos Verdes.....	0,90
Tomate Maduro.....	0,50
Verde.....	1,30-1,20

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 10 de julio 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.....	163,00
Forraje Avena.....	S/C
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl.....	168,00
Pienso +62 kg/hl.....	173,00
CENTENO	
Centeno.....	180,00
GIRASOL	
Pipa	
Alto Oleico.....	S/C
Pipa de Girasol.....	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre	
Secadero.....	218,00
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.....	360,00
Yero Grano.....	S/C

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 8 de julio 2025. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa.....	150,00
CEBADA	
Importación.....	198,00
Nacional P.E. (62-64).....	200,00
CENTENO	
Centeno.....	S/C
COLZA	
Importación 34/36%.....	245,00
GARROFA	
Harina.....	311,00
Troceada.....	352,00
REMOLACHA	
Pulpa de Remolacha.....	230,00
GIRASOL	
Importación	
34%.....	248,00
Semillas de Girasol.....	460,00
Importación 28/3.....	195,00
MAÍZ	
DDGs de	
Maíz Importación.....	275,00
Importación.....	229,00
Importación CE.....	230,00
MIJO	
Importación.....	350,00
SOJA	
Harina	
Soja Import. 47%.....	289,00
Harina	
Soja Nacional 47%.....	290,00
Aceite Crudo de Soja.....	1.150,00
Salvados de Soja.....	190,00
SORGO	
Importación.....	214,00
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos.....	165,00
Forrajero.....	223,00
Panificable,	
mín. 11.....	233,00
Triticales.....	S/C
FRUTOS SECOS	Euros/Tm

Informe Semanal de Mercados de Cítricos

Resumen informativo semanal de los mercados de cítricos de la Comunitat Valenciana. Información facilitada por la Generalitat Valenciana a través de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca, durante el período comprendido del 30 de junio al 6 de julio de 2025. Precios origen. Semana 27/2025.

PRECIOS DE CÍTRICOS EN ORIGEN

Prosigue la campaña de Limón fino rodrejo con estabilidad en los precios. Se ha comercializado en torno al 15% de la producción y se ha cortado un 3% aproximadamente.

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.

ALMENDRAS	Euros/Tm
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.....	1.007,00

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 8 de julio de 2025. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1.....	260,00
Grupo 2.....	251,00
Grupo 3.....	243,00
Grupo 4. A.....	236,00
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
Maíz.....	S/C
Sorgo.....	S/C
Habas.....	S/C
Guisantes.....	S/C
Girasol Alto	
Oleico.....	S/O
Girasol.....	440,00

Colza.....253,00
Próxima sesión 15 de julio de 2025.

Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 1 de julio de 2025. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

ALMENDRAS	Euros/Tm
Floración Tardía Monovarietal.....	S/C
Soleta.....	S/C
Belona.....	S/C
Guara.....	S/C
Antoñeta.....	S/C
Constantí.....	S/C
Comuna Tradicional.....	S/C
Ecológica.....	S/C

Próxima sesión el 29 de julio de 2025.

Lonja de León

Información de precios agrarios orientativos, en almacén, del día 9 de julio de 2025, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo	
Pienso.....	S/C
Cebada.....	177,00
Triticale.....	S/C
Centeno.....	S/C
Avena.....	S/C
Maíz.....	210,00
FORRAJES	Euros/Tm
Alfalfa	
Paquete Rama.....	160,00
Paquete Deshidratado.....	200,00
Paja 1ª Cebada.....	S/C
Veza	
Forraje de 1ª.....	120,00
Forraje.....	80,00
GIRASOL	Euros/Tm
Colza Sostenible.....	402,00
PATATAS	Euros/Tm
Agría.....	S/C
Jaerla.....	S/C
Kennecec.....	S/C
Red Pontiac.....	S/C
Red Scarlett.....	S/C
Yona.....	S/C

ALUBIAS	Euros/Tm
Pinta.....	S/C
Riñón de León.....	S/C
Canela.....	S/C
Redonda.....	S/C
Negra.....	S/C
Palmeña Redonda.....	S/C
Planchada.....	S/C
Plancheta.....	S/C

GIRASOL	Euros/Tm
Girasol.....	S/O
Girasol Alto	
Oleico.....	S/O

Subida de 3 céntimos en el litro de leche de vaca para los contratos ya firmados de julio, agosto y septiembre en la provincia de León. Las ganaderías han ido menguando y cada año se pierden explotaciones y no hay visos de que se revierta esta tendencia. Quedaban a finales de 2024, 174 ganaderos de leche de vaca con una producción de 229 millones de litros anuales, es decir una media de 1.300.000 litros. Normalmente la caída de ganaderías se mitigaba con el aumento de producción en las que quedaban, pero en este momento la falta de mano de obra está impidiendo contrarrestar este hecho. Por lo tanto, ante este problema las ganaderías intentan modernizarse lo máximo posible, al precio que sea para depender menos de una mano de obra que no se encuentra y que en algunos casos está obligando a rebajar la cabaña ganadera. En el cereal, bajada de 1€/t en la cebada por la presión de la cosecha y subida de 1€/t en el maíz. Continúa la tendencia alcista en lechazos y cabritos con una de-

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 27, del 30 de junio al 6 de julio 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	0,35-0,40	Alicante
FRUTAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Higo		
Breva	2,89	Alicante
Melón		
Amarillo	0,35-0,40	Alicante
Piel de Sapo	0,58-1,03	Alicante
Sandía		
Con Pepitas	0,13-0,45	Alicante
Con Pepitas	0,25-0,35	Castellón
Con Pepitas	0,44-0,57	Valencia
Sin Pepitas	0,55-0,86	Alicante
Sin Pepitas	0,28-0,65	Castellón
Sin Pepitas	0,57-0,70	Valencia
HORTALIZAS	Euros/Kg	Zona
<i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>		
Apio		
Verde	0,46	Alicante
Berenjena		
Negra	0,85	Castellón
Negra	0,62-0,70	Vañemcoa
Rayada	0,89	Alicante
Rayada	0,85-1,20	Castellón
Rayada	0,62-0,88	Valencia

Boniato		
Blanco	0,43-0,70	Alicante
Calabacín	0,26-0,60	Alicante
Calabacín	0,50-0,65	Castellón
Calabacín	0,40-0,53	Valencia
Blanco	0,50-0,53	Castellón
Calabaza		
Tipo Cacahuete	0,43-0,61	Alicante
Cebolla		
Tierna	0,70-0,80	Castellón
Spring	0,60-0,70	Castellón
Spring	0,26-0,53	Valencia
Babosa	0,52-0,69	Valencia
Col		
Repollo Hoja Lisa	0,32-0,37	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,39-0,59	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,28	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,30-0,60	Castellón
Coliflor		
Blanca	0,60-0,70	Castellón
Judía		
Blanca	4,70-5,10	Castellón
Roja	3,40-4,70	Castellón
Verde Boby	3,26	Alicante
Verde Perona	3,40-5,00	Castellón
Lechuga		
Romana	0,25-0,35	Castellón
Trocadero	0,40-0,70	Castellón

Maravilla	0,30-0,55	Castellón
Patata		
Blanca	0,33-0,60	Alicante
Blanca	0,24-0,70	Castellón
Blanca	0,18-0,22	Valencia
Roja	0,22-0,35	Castellón
Pepino		
Blanco	0,60-1,29	Alicante
Blanco	1,00-1,50	Castellón
Pimiento		
California Amarillo	0,30-0,61	Alicante
California Rojo	0,30-0,52	Alicante
California Verde	0,30-0,75	Alicante
Lamuyo Rojo	0,30-1,29	Alicante
Lamuyo Rojo	0,85-1,35	Castellón
Lamuyo Rojo	1,23-1,32	Valencia
Lamuyo Verde	0,30-1,25	Alicante
Lamuyo Verde	0,88-1,14	Valencia
Dulce Italia	1,03-1,29	Alicante
Dulce Italia	1,10-1,50	Castellón
Dulce Italia	0,88-1,32	Valencia
Tomate		
Acostillado	1,42-2,15	Alicante
Valenciano	1,10-2,12	Castellón
Valenciano	1,23-2,00	Valencia
Redondo Liso	0,66-1,51	Alicante
Redondo Liso	0,85-1,00	Castellón
Redondo Liso	1,10-1,50	Valencia

Daniela	0,86-1,11	Alicante
Daniela	0,70-0,75	Castellón
Pera	0,64-1,72	Alicante
Pera	0,80-1,30	Castellón
Pera	0,62-1,20	Valencia
Cherry	2,55	Castellón
Raff	0,85	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	4,90-5,30	Castellón
Largueta	5,01-5,11	Alicante
Marcona	5,61-5,71	Alicante
Marcona	5,90-6,20	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

manda muy superior a la oferta habitual en esta época del año. 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 Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 3 de julio de 2024. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2024-2025).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero	233,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl	185,00
Pienso -62 kg/Hl	179,00
AVENA	
Rubia	S/C
Pienso	170,00
TRIGO	
Duro Pr>12	S/C
Pienso	
+72 Kg/Hl	213,00
Fuerza +300w +14 pr	S/C
Fuerza -300 +12,5 pr	S/C
Panificable Pr>11, W<200	224,00
Chamorro	S/C
Triticale	195,00
Centeno	S/C
Guisante	262,00
Yeros	S/C
Garbanzo	
sin limpiar	S/C
Veza	S/C
Alfafa 1ª	200,00
Paja 1ª + p grande	50,00
Avena en Rama	100,00
Veza Henificada	116,00

Nota: Precios mantenidos, con mínimos

reajustes. Rendimientos medios y altos, en función de la comarca.

Próxima cotización 17 de julio de 2025.

Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados en la Lonja de Segovia del día 10 de julio de 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

Frutos Secos	Euros/Kg
ALFAFA	
Alfafa	
Empacada	145,00
AVENA	
Avena	150,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	177,00
CENTENO	
Centeno	162,00
COLZA	
Colza	400,00
GIRASOL	
Girasol	S/C
PAJA	
Paja	
Empacada	31,00
TRIGO	
Trigo	
Nacional	195,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 8 de julio de 2025. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1	245,00
Grupo 2	230,00
Grupo 3	215,00
Grupo 4	213,00
Grupo 5	211,00
Pienso	
Importación	S/O
TRIGO DURO	
Grupo 1	260,00
Grupo 2	250,00
Grupo 3	243,00
Grupo 4	236,00
Triticale	
Nacional	208,00
Importación	S/O
Avena	
Importación	168,00
Nacional	S/O
Cebada,	
Igual y más de 64	192,00
Menos de 64	187,00
Importación Origen Puerto	S/O
Maíz	
Importación origen Puerto	224,00
Nacional	S/O
Habas	
Nacional	305,00
Importación	S/O
Guisantes	
Nacional	S/O
Importación	270,00
Girasol	

Alto oleico +80% S/O

Convencional S/O

Colza S/O

NOTA: Toda la información de precios y cotizaciones de esta Lonja es propiedad de la misma.

Próxima sesión el 15 de julio de 2025.

Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 7 de julio de 2024. Información facilitada por la Diputación de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	S/C
Cebada P. E. (+64)	182,00
Avena	S/C
Centeno	S/C
Tricale	S/C
Maíz (14°)	218,00
LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Guisantes	210,00
Garbanzo Pedrosillano	S/C
Lenteja	
Armuña	S/C
OLEAGINOSAS	Euros/Tm
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol	
(Alto Oleico)	S/C
Colza	405,00
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	35,00

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 30 de junio al 6 de julio 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 avanza ya de forma generalizada en Rioja Alta, mientras finaliza en Rioja Media y Baja, dejando sensaciones muy positivas en todas las comarcas y en todos los cultivos, con la excepción de las zonas afectadas por las tormentas y con la duda de la calidad de las cebadas, en especial las de primavera, que sufrieron la interrupción brusca de su fase de maduración debido a las elevadas temperaturas de junio. Jornadas, por tanto, de mucho ajeteo en los almacenes para recibir un grano que cotiza en las lonjas por debajo del nivel que tenía el año pasado en estas fechas. Una circunstancia que pone en duda su rentabilidad en una campaña en	

la que los costes de producción han sido superiores a los de años pasados, debido a una mayor necesidad de fitosanitarios y a los elevados precios de los abonos.

FORRAJERAS	Euros/Kg
Heno de Alfafa	18,00
Veza	12,00
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

Las elevadas temperaturas han afectado negativamente al control en el ambiente de las salas para conseguir una adecuada fructificación, principalmente en las explotaciones del cultivo de setas, cuyas instalaciones están menos tecnificadas que las de producción de champiñón para mercado en fresco.

HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga Amarilla	S/C
Verde	0,80
Borraja	0,60
Lechuga	
Rizada	3,80
Cogollos	S/C
Apio	S/C
Cardo	S/C
Repollo	0,25
Coles de Bruselas	S/C
Coliflor	16,00
Paja Paquete	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 la primera semana del mes de julio se aprecia una disminución generalizada de toda la producción de hortalizas, salvo en el caso del tomate, cultivo que tolera mejor las elevadas temperaturas de estos días pasados. La falta de género permite mantener los precios una semana más o incluso elevarlos, como es el caso de la lechuga, en más de 1 €/docena.

FRUTAS	Euros/Kg
--------	----------

GRUPO PERA	
Limonea 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	1,45
GRUPO CEREZA	
Cereza +30mm	3,40
Cereza 28-30 mm	2,56
Cereza 26-28 mm	1,50
La falta de calibre en las variedades tardías, consecuencia de las elevadas temperaturas de la semana anterior, está dificultando la comercialización de la cereza. La poca existente con calibre superior a 30 mm permite incrementar su cotización, ya que el consumidor busca estos tamaños mayores. La recolección continuará hasta mediados del mes de julio, con una previsión de pérdida de producción importante	
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	

MERCADOS NACIONALES

Clemenvilla	Sin existencias
Tango	Sin existencias
Nardocott.....	Sin existencias
Ortanique.....	Sin existencias
Ori.....	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 10 de julio de 2024.

ARROCES Euros/Tm**CÁSCARA**

Gleva,	
disponible Valencia	S/C

J. Sendra,	
disp. Valencia	S/C

Monsianell,	
disp. Valencia	S/C

Fonsa,	
disp. Valencia	S/C

Guadamar,	
disp. Valencia	S/C

Gladío y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/C

Sirio, disp. Valencia	S/C
-----------------------------	-----

Puntal	S/C
--------------	-----

Bomba,	
disp. Valencia	S/C

Precios según rendimientos, a granel	
--------------------------------------	--

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

Precios por tonelada a granel.	
--------------------------------	--

SUBPRODUCTOS

Cilindro,	
disponible Valencia	200,00-210,00

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	236,00

Maíz Nacional,	
destino Valencia	S/O

Cebada	
Nacional, dest. Val.....	202,00
Importación.....	S/O

Avena Rubia,	
dest. Navarra.....	186,00
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	230,00

Precios por tonelada a granel.	
--------------------------------	--

TURTOS Y HARINAS Euros/Tm

Soja 47% baja proteína,	
disponible Valencia	289,00

Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona.....	287,00

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

Precios estipulados por tonelada a granel /s/ rendimientos	
--	--

Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 30 de junio al 6 de julio de 2025.

CEREALES

■ **De invierno:** En la provincia de **Almería**, se continúa la recolección de **cereal**. En la comarca del **Alto Almanzora** se aprecia algo de retraso respecto a las campañas anteriores. En **Cádiz, en las comarcas Campiña de Cádiz y La Janda** se han recolectado puntualmente **trigos** que han sobrepasado los 4.500 kg/ha, obteniéndose como media unos 2.800 Kg/ha en la mayoría de parcelas. El peso específico de los **trigos** oscila entre 80-82 y está bajo en proteína, en torno a 11%. Las impurezas están siendo del 2-3%. En las parcelas de **cebadas cerveceras** se obtienen rendimientos de unos 2.000-2.500 kg/ha en **zonas de Campiña, La Janda y Costa Noroeste**. En **Córdoba**, los **cereales de invierno** han terminado de cosecharse, los **trigos duros** con calidad medio-baja, ya que apenas hay tipo 1, casi todo se ha clasificado como 2 y 3, con valores medios de vitrosidad 75-80%, proteína 10-11% y peso específico 80%. Continúan las labores de recogida de paja y empacado. En **Huelva**, se han recogido la mayoría de parcelas de la provincia, quedando algunas de escasos rendimientos. Se empacan y retiran pacas de las fincas. Los **trigos duros** en la **comarca Condado Campiña** están dando rendimientos de 2.500-3.000 kg/ha. La vitrosidad está siendo óptima, con peso específico cercano a 80 y proteína en el entorno de 13%. En **Jaén**, la recolección está muy avanzada. En la **Campiña Norte y La Loma** los **trigos duros** han tenido producciones por debajo de los 3.000 kg/ha en parcelas con problemas de hongos que no se han tratado. En los que se emplearon fungicidas a tiempo se han llegado a los 5.000 kg/ha. En **Málaga**, en la zona más oriental de la provincia, la siega ha comenzado a primeros de julio. Los **trigos blandos** están teniendo buenos rendimientos, los de las **cebadas** son algo inferiores. Los **duros** son los que menos kilos están dando, no obstante oscilan entre 2.500-3.250 kg/ha. En **Sevilla**, se puede dar prácticamente por finalizada la campaña de recolección de los **cereales de invierno** en la provincia, aunque en algunas parcelas todavía se están empacando los restos de paja. Hay disparidad en las producciones, la abundante pluviometría de la primavera ha asegurado los rendimientos en muchas zonas, pero también ha provocado problemas de enfermedades. Se reportan rendimientos en torno a los 2.500 kg/ha de **trigo duro** en la **Campiña**. ■ **De primavera:** En el cultivo del **arroz** en **Sevilla**, la campaña se ha sembrado en torno al 90% de la superficie total de **arroz** en la provincia, con unas 34.000 has. Se puede observar desde plántulas de 4-5 hojas hasta el inicio del ahijado aplicando la seca para favorecer el enraizamiento. De momento, los niveles de sal del agua de riego se mantienen aceptables para el normal desarrollo del cultivo. En las parcelas de **arroz de Cádiz**, el estado fenológico más avanzado del cultivo es el 04 (Principio de ahijado). El **arroz** se encuentra bien nacido en un 75% de las parcelas, aunque algo más retrasado en otras que han terminado a mediados de junio las siembras. La variedad **Puntal** es la mayoritaria en un 95% con un 5% de grano redondo. Se ha aplicado abonado de fondo Blendit 35-15-0 en dosis de unos 400 kg/ha. Se están aplicando herbicidas.

LEGUMINOSAS

En las principales zonas productoras, los **garbanzos** se encuentran en fase de engorde del fruto y maduración, empezando a secarse las matas en las parcelas más adelantadas. En **Condado y Campiña de Huelva** las maquinas cosechadoras comenzarán a entrar en breve.

CULTIVOS FORRAJEROS

En **Granada**, en las zonas de costa se observan parcelas de **alfalfa**, con una altura de 20-30 cm. en floración, preparadas para segar. El cultivo se encuentra con buen estado fitosanitario y no ha sufrido falta de agua.

TUBÉRCULOS PARA EL CONSUMO HUMANO

En **Sevilla**, se encuentra finalizada la campaña de la **patata temprana** y de media estación con incremento de la superficie de hasta cerca de las 5.000 has, pero con rendimientos medios bajos y merma de la calidad en muchas parcelas, debido al exceso de humedad por las lluvias.

CULTIVOS INDUSTRIALES

En el cultivo del **algodón** según las distintas zonas y las fechas de siembra, se observan desde parcelas en desarrollo vegetativo en las más tardías, muchas otras en botones, y las más adelantadas, en floración. Se realizan labores de abonados, riegos, escardas y regabinas. En el cultivo del **girasol**, aunque todavía hay parcelas en floración, ya se pueden ver en las parcelas más adelantadas, cambio de color e inicio de la maduración. El **tomate de industria** lleva un cierto retraso este año, la superficie en **Sevilla** se ha incrementado hasta las 4.350 has y en las parcelas, las plantas pueden verse con buen desarrollo, en fructificación y engorde en la mayoría de los casos, y comenzando el envero, en las más adelantadas. En el cultivo de la **remolacha azucarera**, se observa en la provincia de **Sevilla**, el estado de raíz tamaño cosecha y recolección, con rendimientos en torno a 50-60 t/ha en secano y 70-100 t/ha en regadío. En el cultivo del **cilantro** se inicia la recolección en la **Campiña de Sevilla**.

CULTIVOS HORTÍCOLAS AL AIRE LIBRE

En **Almería**, las plantaciones de **sandía** se están haciendo de forma muy escalonada a lo largo del tiempo, de tal manera que hay plantaciones en recolección y otras parcelas recién plantadas. En las plantaciones más tempranas ya ha finalizado la recolección. Las plantaciones que fueron realizadas más tarde, se encuentran en la fase de engorde de los frutos y maduración. También se observan parcelas recién plantadas o que se van a plantar en los próximos días. En las plantaciones de **espárrago verde**, se siguen aplicando los programas de abonado, continuando con normalidad la fase de desarrollo vegetativo. En **Cádiz, en la comarca Costa Noroeste**, se observan la mayoría de parcelas de **pueros** finalizadas, con producciones de 50 t/ha de media, con mermas por las condiciones climáticas de lluvias durante los meses pasados. Inundaciones, encharcamientos, asfixia radicular han acabado con muchos horticolas en la zona. En **Granada, en la zona de Zafarraya**, las **lechugas Iceberg** se encuentran en plena producción; los rendimientos están siendo altos. De igual forma, se siguen plantando variedades de ciclos medios. Concretamente, en la **comarca de Alhama**, las **judías verdes** se encuentran en crecimiento vegetativo. Hay parcelas ya plantadas que tienen una altura de 20 cm ya entutoradas, otras plantaciones presentan un menor desarrollo. Las **coliflores y coles** se encuentran en recolección. Hay otras de ciclos medios que se están plantando en estos momentos. En **Málaga, en la comarca de Vélez-Málaga**, hay invernaderos con **tomates Daniela** con cotizaciones al alza. Los tipos **Pera** también escasean y han subido los precios en los últimos días. En la **zona de costa, Torrox-Vélez Málaga**, se recogen en los invernaderos **pimientos del tipo Palermo** así como **Lamuyos rojos** principalmente, aunque hay algún **Lamuyo verde**. La producción del **pimiento de Málaga** está siendo buena. Los **Lamuyos** están dando buenas cotizaciones y los **Palermo** tienen buen precio en estas semanas de comienzos del verano. En la zona oriental de la costa malagueña hay parcelas con **judías verdes** en sistema de cañas, en producción del tipo plana, con **Sabinal** como una de las principales. Los rendimientos están siendo óptimos y las cotizaciones bajas. La competencia de terceros países está perjudicando este cultivo que requiere de mucha mano de obra. La producción de **pepino** no está siendo elevada en estas semanas y se mantienen las cotizaciones. Los pepinos blancos se recogen en la **zona de Nerja-Almayate-Torrox-Vélez Málaga** con rendimientos medios. En **Sevilla**, en los plantaciones de **sandías y melones** tempranos, se observa la maduración de frutos e inicio de la cosecha, con cierto retraso. Se ha producido un incremento de la superficie sembrada de **sandía** en la provincia durante esta campaña de hasta las 1.300 ha.

CULTIVOS HORTÍCOLAS PROTEGIDOS

En **Almería**, continúa aumentando el número de invernaderos con nuevas plantaciones de **pimiento**. También pueden verse en la **comarca del Poniente** plantaciones recientes

de **berenjena y pepino**. Las cubiertas del invernadero están blanqueadas para evitar exceso de calor en las plantas jóvenes. De igual forma, en las pocas plantaciones que aún se siguen recolectando **tomates y berenjenas**, las cubiertas se blanquean para bajar la temperatura en el interior del invernadero. Esta semana ha continuado la recolección de **sandía** cultivada en invernaderos de la **comarca del Levante**. No proceden de rebrote, sino de plantaciones muy tardías en las que se observa, en los últimos cortes, una merma en cuanto a rendimiento y calidad. También se observa una deficiente polinización por abejas. Continúan existiendo muchos invernaderos en los que no hay cultivos en su interior. En estos se suelen realizar labores de limpieza y desinfección para adecuar el suelo y la estructura de cara a realizar nuevas plantaciones. En algunos casos se procede a realizar mejoras estructurales aprovechando la ausencia de cultivo. En los semilleros continúa una gran actividad en relación sobre todo a las plantaciones más tempranas de **pimiento**. En la **comarca del Levante** ya está encargado casi el 100% del **tomate injertado**. En **Granada**, con la campaña prácticamente finalizada en la costa, se están solarizando las tierras. En otras parcelas se estercola a razón de 10 t/ha. Los techos están blanqueados para disminuir la temperatura dentro del invernadero. Está finalizando la campaña de los **pimientos** en la **comarca de La Costa** con rendimientos medios de 8 kg/m². Los rendimientos están siendo buenos sobre todo en **Lamuyo rojo**, ya que el **Lamuyo verde**, es menos productivo. En **Huelva**, en las plantaciones de **frambuesas**, se observa un importante desarrollo de las plantas en las últimas semanas. Hay parcelas en fase de floración/cuaje. La malla negra protege algo del calor pero no es suficiente y las temperaturas son excesivas. Variedades de temporada en buen estado de desarrollo (especialmente la **Noelia**).

FRUTALES DE HUESO

En **Jaén**, la campaña del **ajo** en **zonas como Mengibar** ha finalizado hace varias semanas. Los rendimientos han estado bajos, sobre 7.000 kg/ha, debido a las condiciones climáticas de la primavera, con lluvias constantes y mucha humedad en el terreno. Se realizaron entre 5-6 aplicaciones desde febrero hasta abril, alternando productos fungicidas, entre ellos cobre y Tebuconazol.

FRUTOS SECOS

En **Córdoba**, el estado fenológico predominante de los **almendros** es el J (Fruto desarrollado). La cosecha es corta, pero se observa buen tamaño del fruto, iniciando el cambio de color de verde a marrón. Se ha endurecido la semilla y el endocarpio en las más adelantadas, y en las más tardías, la **almendra** aún se encuentra en fase pastosa. En **Granada**, los **almendros** en la **comarca de Baza y Guadix** se encuentran con los frutos en fase de engorde. La **Guara**, una de las variedades más empleadas, se espera que comience su recolección a primeros de septiembre. Las plantaciones con las lluvias de marzo se han recuperado, con brotes de más de un metro que permiten la renovación de ramas. Se esperan ataques de Tigre en las próximas semanas aunque el año está siendo bueno en este aspecto.

**SUBTROPICALES**

En **Granada, en zonas como Almuñécar y Río Verde** se observan **mangos** en fase de engorde de fruta. Los árboles presentan una carga media, la floración fue buena sólo enturbiada por problemas con el cenizo y la cochinita. En fincas con riegos a pie se está regando cada 25 días. En **Málaga, en la comarca de Vélez-Málaga**, los **aguacates** se encuentran en fase de engorde de fruto. La variedad **Fuerte** es la más adelantada. Los del **tipo Hass** se encuentran con menor tamaño. Del hongo aéreo hasta ahora no está habiendo problemas. Se riegan una hora al día con aportes de abonados ricos en potasio. Las explotaciones con cubierta vegetal preservan la humedad, evitan la evapotranspiración y ahorran agua.

VID

En **Cádiz**, los racimos están formados. Presentan un tamaño desigual, algunos bien formados con un número alto de granos y otros que se han quedado más escuálidos. Las parcelas están labradas, sin hierba. La mayoría de las fincas están en espaldera, con más facilidad para la recolección mecanizada. En **Córdoba**, el estado fenológico oscila entre K (Grano tamaño guisante) y L (Cerramiento del racimo). Las mermas por mildiu van a ser cuantiosas, entre el 40-60% de la producción según zonas. La campaña viene muy adelantada varias semanas. Se realizan labores de control de las cubiertas.

OLIVAR

En **Almería**, con el incremento de las temperaturas máximas y mínimas, se observa en las plantaciones de secano, la ralentización del crecimiento, lo que se traduce en frutos de menor calibre. En las parcelas de regadío se están aumentando los aportes de agua de riego y se aplican fertilizantes, apreciándose ya los frutos con un buen tamaño. En **Córdoba**, el estado fenológico predominante es el H (Endurecimiento del hueso), con un tamaño de aceituna de 8-15mm. Se han realizado tratamientos de control del prays y se dan pases con rastrón en parcelas con cubiertas. En **Jaén, en comarcas como El Condado, Sierra Morena, Campiña Norte y La Loma**, la situación del **olivar** es diversa. Hay parcelas con frutos en fase de endurecimiento de hueso y otras se han quedado más retrasadas. En general se encuentran con un tamaño similar a un **garbanzo**. Se ha curado contra el prays en algunas parcelas, pero el calor ha limitado los tratamientos. Hay zonas en las que se deja cubierta vegetal y otras en las que se elimina la hierba con desbrozadoras. En **zonas de Cazorla y Sierra Sur**, se han desbrozado parcelas entre mayo y junio, encontrándose la **aceituna** en fase de endurecimiento del hueso. Se dio una aplicación a mediados del mes pasado contra el prays con Acetamiprid, 250 gramos /cuba de 1000 litros, y potasa, con 12.5.40 de riqueza en dosis de 5 kg/cuba de 1.000 litros para 2,5 hectáreas. En **Málaga**, el estado fenológico de los **olivivos** oscila entre endurecimiento del hueso los más adelantados y aceituna en fase de crecimiento, como un guisante en zonas de las comarcas de **Ronda y la Axarquía**. En estas zonas se mantiene la cubierta, el terreno está quebrado y se práctica el no laboreo. En **Sevilla**, el estado fenológico dominante en el **olivar** es el de endurecimiento del hueso, con algo todavía de fruto cuajado en las comarcas más tardías de las sierras. En cuanto al volumen de cosecha, el cuaje no ha sido todo lo bueno que se esperaba. Por otra parte, las elevadas temperaturas que hemos sufrido durante todo el mes de junio han provocado la caída de mucha **aceituna** y pueden afectar negativamente al desarrollo del fruto restante y a su contenido graso.



visítenos en el stand 10F22

Apunta bien:
pabellón 10.
Que luego nos
escribes

¿Dónde estáis?

10:00



por WhatsApp



MELÓN SANDÍA 2

valencia fruits
dossier
JULIO 2025

Estabilidad en la superficie y aumento de la producción de melón y sandía en España

El incremento de la producción y la reducción de precios aumentan el consumo

ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Llega el buen tiempo y la noticia siempre es la misma: "aumenta el consumo de melón y sandía". Sin embargo, y aunque esto es así cada verano, lo cierto es que es una tendencia en los últimos años, y no sólo en estos meses de calor. La producción nacional de estas frutas sigue incrementándose ligeramente, lo que provoca una caída de los precios y, como consiguiente, un aumento del consumo entre la población. Así lo confirman los datos del 'Resumen Campaña 2024 y Avances Campaña 2025 de Melón y Sandía' publicado por el Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación.

SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN

En la campaña 2025 se observa una estabilidad en la superficie sembrada de melón y sandía respecto a 2024, aunque con un ligero descenso.

En cuanto a melón a nivel nacional, la previsión de superficie de 2025 es ligeramente inferior al año anterior: 16.573 hectáreas (300 ha menos que en 2024), siendo Castilla-La Mancha la mayor productora (5.685 ha), seguida de la Región de Murcia (4.150 ha), Andalucía (3.767 ha), C. Valenciana (1.273 ha) y el resto de comunidades (1.698 ha).

Respecto a sandía, el avance para 2025 es de 21.670 hectáreas a nivel nacional (168 ha menos que en 2024), siendo Andalucía la mayor productora (13.123 ha), seguida de Castilla La-Mancha (3.438



La campaña 2025 está marcada por una estabilidad en superficie de melón y sandía, aunque con un ligero descenso. / ÓO

ESPAÑA		
Avance 2025 de la superficie de melón y sandía (hectáreas)		
CCAA	MELÓN (ha)	SANDÍA (ha)
Andalucía	3.767	13.123
R. de Murcia	4.150	2.660
C. La-Mancha	5.685	3.438
C. Valenciana	1.273	1.362
Resto CCAA	1.698	1.087
TOTAL ESPAÑA	16.573	21.670

Fuente: MAPA

En cuanto a producción, para este 2025 en España, se espera que el melón alcance unas 580.000 toneladas (12,5% más que en la campaña anterior), mientras que en la sandía se prevé algo más de 1.250.000 toneladas (8,6% más respecto al año anterior)

ha), Región de Murcia (2.660 ha), Comunitat Valenciana (1.362 ha) y el resto de comunidades (1.087 ha).

En cuanto a las previsiones de producción para este 2025, se espera que el melón alcance unas 580.000 toneladas (+12,5%), mientras que en la sandía se prevé algo más de 1.250.000 toneladas, (un 8,6% superior a la campaña anterior), según los datos del MAPA. El año pasado, se experimentó un aumento de la producción respecto a 2023 tanto en melón (+14,5%), como en sandía (+2,5%), pero hubo una reducción a la media en ambos cultivos (en melón un -0,3%, y en sandía un -2,6%).

PRECIOS

Los precios medios de campaña de 2024 estuvieron por debajo de los del 2023, un año marcado por importantes incrementos en los precios a mitad de la campaña ante la falta de oferta, pero por encima de la media de los cinco años anteriores.

COMERCIO EXTERIOR

Respecto al comercio exterior, en España la balanza fue positiva en 2024 con 740 millones de euros (+13,2% respecto a 2023 y +16,1% respecto a la media). En comparación con el año 2023, en 2024 en valor se recuperan las exportaciones un 7,2% y decaen las importaciones un 16%. Alemania, Francia, Países Bajos y Portugal son algunos de los principales destinos de la exportación de melón y sandía procedente de España.

CONSUMO

En cuanto a melón, el consumo en los hogares se recupera tras tres años en retroceso, con un aumento del 11,1% en 2024 respecto al 2023. En sandía, por otro lado, el consumo se incrementa por segundo año consecutivo tras tocar mínimos en 2022, (en parte por la importante subida del coste), el cual va retrocediendo paulatinamente. El aumento respecto al 2023 fue del 1,4%. Una tendencia que se espera que continúe en esta campaña 2025.

Murcia, líder en la exportación de melón

La Región se consolida como referencia estratégica con una representación del 47% de las exportaciones nacionales

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Región de Murcia reafirmó en 2024 su liderazgo en el sector del melón, posicionándose como la comunidad autónoma que más exporta este cultivo en España. Con 163.123 toneladas exportadas, que representan el 46,93% del total nacional, su valor asciende a 149 millones de euros. En cuanto a la sandía, Murcia se sitúa en segundo lugar, sólo por detrás de Andalucía, con 176.459 toneladas exportadas y un valor de 110 millones de euros.

En superficie de cultivo, Murcia dedicó 4.244 hectáreas al melón (el 25,48% del total nacional) y 2.957 hectáreas a la sandía (el 13,5% del total). La producción regional alcanzó las 150.566 toneladas de melón y 155.171 toneladas de sandía, lo que sitúa a la Re-

gión en tercer lugar en volumen de producción, sólo superada por Andalucía y Castilla-La Mancha.

A nivel internacional, España es el segundo mayor exportador mundial de melón, con 342.440 toneladas en 2024, lo que representa el 16,7% del mercado global. Alemania, Francia, Reino Unido, Países Bajos y Portugal concentran la mayor parte de las exportaciones españolas, con más de 280 millones de kilos enviados a estos cinco destinos.

Estos datos reflejan no sólo la capacidad productiva de Murcia, sino también su papel como plataforma de innovación y adaptación del cultivo a las nuevas exigencias del mercado. En este sentido, eventos como los *Melon & Watermelon Innovation Days*, organizados en julio por casas

de semillas internacionales con base en la Región, sirven como escaparate de la punta de lanza en investigación genética aplicada al melón y la sandía.

Para la Asociación de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport), la colaboración entre productores y casas de semillas permite avanzar hacia variedades más resistentes, con mejores propiedades organolépticas y adaptadas al estrés climático, reduciendo además la dependencia de fitosanitarios. Tal y como explicó su presidente, Fernando Gómez, "esta circunstancia especial permite que los visitantes profesionales, en su mayoría técnicos de calidad de supermercados y de la industria del procesado de frutas, impor-



La Región de Murcia destaca por ser una plataforma de innovación y adaptación del cultivo a las nuevas exigencias del mercado en melón y sandía. / PROEXPORT

tadores, agrónomos y genetistas, puedan completar su jornada en fincas de experimentación de nuevas variedades con visitas guiadas a centros de manipulado y envasado o a fincas en las que esas variedades se encuentran ya en proceso de maduración y de recolección", porque, a su juicio, "agricultores y empresas agrarias buscamos tanto en me-

lón como en sandía desarrollos varietales que aporten sabores, colores, formas y texturas atractivas para el consumidor, claro, pero que a la vez sean productivas para el productor, desarrollen resistencias a plagas y enfermedades para reducir tratamientos fitosanitarios o se adapten mejor al estrés climático".

Amador[®]

PREMIUM QUALITY FRUIT
Since 1975



100%

Made of
family

► ÓSCAR ORZANCO. MURCIA.

Semillas Fitó celebró en Murcia una nueva edición de su Water&Melon Show, un evento que reunió a más de un centenar de profesionales del sector hortofrutícola, con representación destacada de Portugal, La Mancha, Cataluña e incluso Marruecos y Turquía. Bajo el lema 'Fitó al mundo', la compañía mostró el carácter internacional y transversal de su oferta, con una propuesta que combina innovación varietal, estrategia de marca y experiencia en el punto de venta.

En las jornadas, los asistentes pudieron conocer las variedades en melón y sandía desarrolladas por la casa. Variedades adaptadas a cada zona productora, incluyendo materiales específicos para climas y suelos de la península ibérica, Marruecos, Turquía e Italia. "Estas jornadas son muy importantes para exponer todo nuestro catálogo. Lo que nos hace ser líderes es la calidad interna de nuestros frutos, su resistencia y su capacidad de producción", explicó José Javier Ortega, técnico comercial de Fitó.

■ LITTLE PLANET Y WAIKIKI

Uno de los atractivos del evento fue el espacio dedicado a las marcas insignia de la compañía: Little Planet y Waikiki. La primera, Little Planet, representa una nueva forma de entender la categoría; con un melón súper dulce, aromático y con una carne verde diferencial pensada para los más pequeños de la familia.

"Consideramos que esta tipología tiene mucho futuro porque cumple con los estándares de las tendencias actuales. Se trata de un melón de entre uno o dos kilos, muy atractivo para el consumidor. Tiene una postcosecha fantástica y ahora mismo es la tipología del mercado que más grados Brix está ofreciendo, pudiendo llegar a 20 grados Brix", explicó José Antonio Zafra, Key Account de melón y sandía para España y Portugal de Fitó.

Por su parte, Waikiki ha reafirmado su crecimiento como



Equipo de Semillas Fitó que participó en la nueva edición de su Water&Melon Show. / SEMILLAS FITÓ

Semillas Fitó muestra el carácter internacional y transversal de su oferta

La propuesta de la compañía combina innovación varietal, estrategia de marca y experiencia en el punto de venta

marca exótica y diferencial en el mercado ibérico, con una estrategia basada en la colaboración con productores, la planificación a lo largo del año y una fuerte identidad en el punto de venta. Con presencia destacada en Portugal, donde ha logrado una satisfacción de más de 8,5 sobre 10, Waikiki inicia ahora su camino hacia el reconocimiento también en España y resto de Europa.

"Lo que hace diferente a Waikiki es que como producto es un melón, pero como concepto es una fruta exótica. Nuestro reto es que esta variedad esté presente los 12 meses del año en el lineal, porque estratégicamente reforzaría el concepto de fruta exótica, pero también seguir trabajando a nivel genético para poder enfrenarnos a enfermedades y plagas, y conseguir un calibre más pequeño para aquellos paí-

ses que los demandan", comentó José Cárdenas, Brand Manager de Waikiki y Little Planet.

"Se trata de un melón blanco en su exterior, de tipología portuguesa, pero con la carne muy naranja. El crecimiento de venta de semilla y de producto en los últimos años está siendo exponencial, tanto en Portugal como en todo el Levante, y para exportación. Actualmente, estamos completando la gama varietal de la marca y contamos ya con dos variedades de distintos tamaños para diferentes zonas productoras y fechas", especificó Zafra.

Y es que la unión de Fitó con los productores de Waikiki, Jimbo Fresh en España y Planicie Verde en Portugal, lo convierte en un producto de éxito. "Llevamos trabajando 10 años con esta variedad, desde que era prácticamente un bebé. Tenemos el producto, te-

nemos el sabor, y estamos trabajando codo con codo para conseguir las variedades que permitan que el producto siga triunfando", aseguró Mónica González, directora técnica de Jimbo Fresh. Por su parte, Luis Correia, director general de Planicie Verde, incidió en que "está siendo una experiencia increíble, porque no ha sido sólo hacer melón, sino crear una marca. Hoy, Waikiki es líder y cada vez es más fuerte, más grande y más consistente".

■ AMPLIA OFERTA EN MELÓN

Aunque el melón ha ido perdiendo terreno respecto a la sandía, en Semillas Fitó siguen apostando por este segmento. En melón Piel de Sapo, cuentan con Arroyo, Montiel y, la novedad de este año, Lindero. "El mercado de Piel de Sapo en España es muy exigente y nuestros melones destacan por

su calidad gustativa. Lindero es la novedad de esta campaña, y en su primer año comercial hemos agotado las semillas. De las tres variedades de la tipología, Lindero es el que tiene la carne más firme", explicó José Antonio Zafra.

En melón blanco, la compañía mostró Pias, Brinches y Ervidel. Se corresponden con la tipología típica del mercado portugués, ya un 99% de la producción se comercializa en este país. "Las dos variedades nuevas, Brinches y Ervidel, tienen la carne un poco más firme que Pias. Por tamaños, y dependiendo de la fecha de trasplante, Brinches puede oscilar entre los 3 y 5 kilos, mientras que Ervidel puede estar cerca de los 3 kilos", especificó el Key Account de melón y sandía para España y Portugal de Semillas Fitó.

Entre las novedades, la compañía presentó también una variedad precomercial de melón Amarillo, en fase de desarrollo, denominada AMA 210878. Y en Galicia, la variedad que están comercializando en Murcia es Bristol, para continuar con la misma línea de Almería, una zona en la que la firma tiene gran penetración con Grazalema y Mojacar.

Semillas Fitó también mostró novedades en Cantaloup y este año han presentado un nuevo melón, que será comercial el año que viene, denominado CLV 213028. "Las opiniones que estamos recibiendo son muy positivas. Se trata de un fruto muy limpio, redondo, homogéneo, con un color muy atractivo. Este melón está enfocado para el cultivo en Murcia, para trasplantes de abril y primeros de mayo, aunque también lo hemos probado en la Mancha en trasplantes de mayo", detalló José Antonio Zafra.

■ SANDÍAS

Semillas Fitó está apostando en los últimos años por el desarrollo del segmento de las sandías. "Le estamos dedicando estos últimos años mucho esfuerzo, y tenemos ya casi completa la gama de sandías polinizadoras con microsemilla. En tipo Tiger, disponemos de tres variedades, cada una de un tamaño. Raquel la de menor calibre, Leiva un mayor tamaño y Pilar con un calibre intermedio. Y luego tenemos una tipo Crimson, la SAM 210136, que será comercial el año que viene. Con esta gama de polinizadores cubrimos prácticamente todos los ciclos y nichos de mercado", indicó Zafra.

En sandías triploides, en blanca rayada tipo Tiger, el año pasado lanzaron Taylor en fase de prueba y este año ya es comercial. Se trata de una sandía rayada redonda sin semillas, de entre 6 y 8 kilos, de calibre homogéneo en forma y tamaño. Su carne es de color rojo intenso, de textura crujiente, jugosa y muy azucarada, que ofrece un gran sabor y una excelente postcosecha que soporta bien el transporte debido a su corteza. Se adapta bien a todas las zonas productoras y se está comercializando en Almería, Murcia, Sevilla y la Mancha.

Y en sandía negra triploide sin semillas cuentan para España con la variedad Rhiana.

"Seguimos buscando nuevas variedades de sandía sin semilla para completar gama y formatos. La sandía es un cultivo que en el mundo se consume cada vez más y nuestra inversión en investigación sigue la misma tendencia alcista. Estamos desarrollando variedades en los principales mercados a nivel mundial", concluyó José Antonio Zafra.

La magia de ser agricultor






 @agricolajjf
 

 info@agricolajjf.es
  www.agricolajjf.es



DECCO Screen

Near Harvest

Reduce el estrés solar y potencia la calidad.

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



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

deccopostharvest.com/es
info@deccopostharvest.com

Lograr la satisfacción del consumidor focaliza la innovación de BASF | Nunhems

Las nuevas propuestas en melón y sandía de la compañía combinan productividad y calidad para lograr la rentabilidad de toda la cadena



Parte del equipo de la compañía que atendió a los profesionales del sector en la Finca Lo Ruiz en La Palma. / BASF

► ÓSCAR ORZANCO. MURCIA. BASF | Nunhems celebró del 30 de junio al 4 de julio una nueva edición de su Melon & Watermelon Business Event for Experts en la Finca Lo Ruiz en La Palma (Cartagena, Murcia). Y un año más, bajo el eslogan 'What's Next?', el evento volvió a reunir a responsables de todos los eslabones de la cadena de valor con un único objetivo: lograr juntos la satisfacción del consumidor. "Es el fin que toda la cadena de valor debe conseguir", afirmó Juan Pedro Pérez, Regional Crop Lead de melón y sandía de BASF.

El representante de la compañía también resaltó que la seña de identidad en melón y sandía de BASF | Nunhems "es el sabor, y tenemos claro que no lo podemos sacrificar nunca. Si tenemos

una variedad que produce un 20% más, pero eso conlleva sacrificar el sabor hasta un nivel en el que es muy fácilmente detectable por el cliente, esa tipología se rechaza".

"Nuestros clientes son los que nos compran la semilla, pero lo que tenemos que lograr a través de ellos es la satisfacción del consumidor. Y para conseguirlo, nosotros consideramos que existen cuatro caminos diferentes", explicó Juan Pedro Pérez. En esta línea, para alcanzar sus objetivos, la casa de semillas sustenta sus nuevos desarrollos en cuatro pilares clave: productividad y calidad, confianza, versatilidad e innovación.

■ **PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD**
"Estamos centrados en variedades que optimicen la produc-

BASF | Nunhems volvió a reunir a responsables de todos los eslabones de la cadena de valor con un único objetivo: lograr juntos la satisfacción del consumidor

ción, garantizando así la rentabilidad de todos los actores de la cadena. Además, ahora estamos muy enfocados en desarrollar plantas que cada vez se comporten mejor frente a lo que denominamos AST (Abiotic Stress Tolerance), como son las altas temperaturas, la sequía, los suelos fatigados, y otros muchos factores. El objetivo es lograr una combinación perfecta de sabor, resistencia y productividad", señaló Pérez. Para ello, apuestan por materiales con una elevada rusticidad, resistencias a plagas y enferme-

dades, con el objetivo de reducir el destrío al mínimo.

De este modo, en Piel de Sapo, continúan nutriendo su línea de 'superplanta' y, a Izalco F1*, para trasplantes de abril en la Región de Murcia y principios de mayo en Castilla-La Mancha, suman NUN 68162 F1*, para plantaciones del 10 de mayo a final de ciclo en La Mancha.

"Son dos variedades con una planta de fuerte sistema radicular, vigorosa, que cubre bien la corona central, donde cuajan los frutos, lo que nos permite reducir el destrío", explicó José

Para 'conquistar' a los consumidores hay que ganarse su confianza y, cuando de melón y sandía se trata, esta pasa por ofrecer una calidad de producto constante y uniforme

Ramón Naranjo, Sales Specialist de BASF, quien apuntó, además, a su elevada producción y "excelente sabor". A todo ello suman resistencias a oídio (3.5) y a pulgón.

"Izalco F1* vive su primer año comercial y se ha convertido en una realidad que está excediendo nuestras expectativas. El comportamiento y los resultados que estamos obteniendo en el campo y los *feedback* de los clientes y de los supermercados son, a día de hoy, muy satisfactorios. Y los productores, al tener esta 'superplanta', también están más tranquilos desde el punto de vista agronómico. Es una variedad que garantiza resistencia, producción y sabor", indicó José Ramón Naranjo.

Sobre la nueva variedad denominada NUN 68162 F1*, Naranjo detalló que "genéticamente es similar a Izalco F1*. Es decir, tenemos la misma calidad, el mismo sabor, la misma potencia de planta, pero con un calibre más pequeño para completar el programa sobre todo en Murcia y en la Mancha. Así, con dos variedades tendríamos disponible el producto desde el 10 de junio hasta el 20 de septiembre. Es decir, prácticamente toda la campaña de producción de Murcia y la Mancha".

Sobre cómo está influyendo la climatología en la producción de melón y sandía, el representante de la firma puntualizó que "como empresa de desarrollo e investigación de nuevas variedades, somos conscientes de que estamos en una situación de desafío agronómico, en la que la presión de las condiciones climáticas hace que sea más difícil cultivar y conseguir producciones que sean rentables para el agricultor. En este sentido, dentro de nuestros ob-

(Pasa a la página 8)

**Distribución Nacional
Import-Export**

El Melonero

DE VILLACONEJOS

S.A.T. 9213 HNOS. AGUDO CONTRERAS

EST. 1988

BODEGA

Dulce Sabor

ORO

ETIQUETA NEGRA

ETIQUETA ROJA

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

Tu esfuerzo en manos

expertas →

Cuenta con la ayuda de
nuestros **especialistas
agro**, que te ofrecerán las
soluciones que necesitas
para tu negocio.

Innovación | Sostenibilidad | Especialistas



Infórmate en
bancosantander.es
o en nuestras oficinas

Es el momento





Los asistentes pudieron conocer en la finca de ensayos las variedades de melón y sandía desarrolladas por la firma. / BASF

“Lograr la...”

(Viene de la página 6)

jetivos de genética y de desarrollo, somos conscientes que debemos investigar en líneas que sean sobre todo de una producción garantista, sostenible y estable”.

En Cantaloup, las novedades de BASF | Nunhems son Thebes F1* y Delphes F1*, el primero para trasplantes de Almería y el segundo, de Murcia, ambos también con una “planta muy poderosa, resistencias y producción”, detalló Enrique Ballester, Account Manager de BASF, quien señaló que, en Charentais, esta es también la línea a seguir y Aragorn F1* es su última propuesta.

“Aragorn F1* se ha posicionado como la variedad líder en el segmento temprano, gracias a su sabor”, comentó Ballester, quien avanzó que continúan trabajando para complementar su gama con nuevas variedades que cumplan con las máximas de calidad y producción.

En sandía, esta ‘ruta’ al éxito es la que siguen variedades ya consolidadas como Style F1, Bazman F1, Bengala F1, a las que este año se suma JB408*, una rayada que viene a complementar su portafolio para ciclo temprano y al aire libre. El liderazgo de Style F1 en negra sin semillas se va a ver reforzado con Belamodel F1*, una variedad de calibre medio especialmente diseñada para el mercado de exportación.

■ CONFIANZA

Para ‘conquistar’ al consumidor hay que ganarse su confianza y, cuando de melón y sandía se trata, esta pasa por ofrecer una calidad constante y uniforme. Proyectos como Galkia®, Fashion®, Perla Nera®, Sunup®, Tiare o ‘Premium Universe’ reflejan “nuestra capacidad para construir alianzas estratégicas con nuestros clientes, alineando visiones y esfuerzos para garantizar al consumidor una experiencia de calidad todo el año”, apuntó Juan Pedro Pérez. Todos estos proyectos se rigen por elevados estándares de calidad y la firma BASF | Nunhems continúa nutriéndolos con nuevas variedades todos los años.

Esta estrecha colaboración de BASF | Nunhems con sus distintos socios les ha permitido posicionar soluciones que responden a las necesidades del mercado y aportan valor en cada eslabón de la cadena. Y en ello siguen trabajando,

En melón, Izalco F1* y NUN 68162 F1*, en Piel de Sapo, los Cantaloup Thebes F1* y Delphes F1* y el Charentais Aragorn F1* son las nuevas propuestas presentadas este año por BASF | Nunhems

En sandía, la compañía completa su gama en temprano y aire libre con una nueva rayada, que se suma a un completo portafolio de variedades con ‘Dual Purpose’ o sandías personales

nutriendo de nuevas variedades sus distintos conceptos y proyectos.

Un ejemplo es el grupo Galkia®. Un proyecto de asociación con tres empresas, Fruca, Gregal y JimboFresh, “en el cual hemos conseguido recuperar el sabor tradicional del Galia, mantener un estándar de vida postcosecha óptimo, y en el que se ha logrado impulsar el consumo de esta tipología, que había ido cayendo en picado en los últimos años como consecuencia de la implantación de la larga vida, un melón que no ofrecía sabor ni aroma”, explicó Juan Pedro Pérez.

Otro caso es ‘Premium Universe’, concepto que aúna su gama de variedades polinizadoras mini de exportación de alta calidad gustativa. “En esta iniciativa hemos desarrollado una línea para cubrir las necesidades de producción y diferentes fechas de cultivo. Al final, el consumidor recibe un producto, independientemente de las diferentes variedades que se incluyan en el proyecto, y no detectan diferencias porque ofrecen una calidad similar, constante y uniforme. Esta es la filosofía de los proyectos que conforman este pilar”, indicó el Regional Crop Lead de melón y sandía de BASF.

■ VERSATILIDAD

Hace años que la casa de semillas lanzó su concepto ‘Dual Purpose’ en el segmento de sandía, que engloba variedades adaptadas a distintos usos, como pueden ser el fresco o el mínimamente procesado. En este tiempo, han posicionado en el mercado materiales como Harmonium F1, Bazman F1 y, más recientemente, Amazo F1* y Zenium F1*.

“Hoy seguimos impulsado el concepto con nuevas variedades que combinan un tamaño adecuado con una excelente calidad interna”, explicó durante el evento Pere Montón, Senior Account Manager de BASF.

En melón, introducen un nuevo enfoque en el mercado, ‘Dual Market’, de modo que una única variedad pueda dirigirse tanto al mercado nacional como al de exportación, e incluso ofrecer soluciones para campañas de contraestación.

“Estas variedades —añadió Juan Pedro Pérez— destacan por su amplio rango de calibres, según el sistema de cultivo que se siga, y su excelente comportamiento postcosecha”. Entre ellas se encuentran, por ejemplo, los Piel de Sapo Kumara F1 y Guamare F1*.

■ INNOVACIÓN

La innovación, más que una tendencia, ya es casi una obligación. El consumidor busca productos rompedores, que le sorprendan y, a partir de ahí, las categorías de melón y sandía seguirán creciendo y ganando nuevos adeptos.

En BASF | Nunhems responden a este reto con propuestas como su sandía personal Takemi F1* para cultivo al aire libre, que este año se complementa con MINI302° para invernadero, que complementa a Takemi F1* en ciclo temprano, o su Extra Long Shipper (ELS) Beladona F1*. Y en melón, con conceptos disruptivos como Dino Crispy o un nuevo Piel de Sapo de carne naranja de apenas 1,5 kilos.

“Este enfoque integral nos permite seguir siendo líderes con soluciones de alto valor añadido, adaptadas a las nuevas dinámicas de consumo y a las exigencias del mercado”, concluyó Juan Pedro Pérez, Regional Crop Lead de melón y sandía de BASF.

* APC concedido y en proceso de solicitud para la inclusión en el EC Common Catalogue of Vegetable Varieties.

° La variedad es sólo para prueba y sólo para inspección visual. El material de la variedad no está disponible para terceros sin acuerdo.

Syngenta exhibe su innovación varietal en la Región de Murcia

La compañía ofrece un enfoque integral con variedades que combinan resistencias a plagas y enfermedades, calidad y una larga vida útil



La firma mostró a los visitantes toda su gama de melones y sandías. / SYNGENTA

■ VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Syngenta Semillas Hortícolas España celebró del 1 al 3 julio sus días de demostración “All You Need”, en su estación de Investigación y Desarrollo que la que la empresa tiene localizada en La Puebla (Región de Murcia). Un evento de carácter internacional donde los visitantes que asistieron pudieron conocer la innovación de la compañía en toda su gama de melones y sandías. Esta incluye las principales variedades líderes en el mercado mundial además de otras interesantes innovaciones en su portafolio varietal.

El evento de tres días reunió a los principales protagonistas de toda la cadena de valor, desde los productores hasta los minoristas, que tienen como objetivo convertirse en una plataforma para la colaboración industrial y el intercambio de innovaciones.

“Este evento representa nuestro compromiso de ofrecer soluciones innovadoras que satisfagan las cambiantes demandas del mercado. Nuestra amplia gama de melones Piel de Sapo y sandías sin semillas son una muestra de la investigación puntera que se realiza en esta estación de La Puebla, en particular en variedades que destacan por su nivel de resistencias a las enfermedades y por su calidad excepcional”, afirmó Víctor García, especialista en Productos de Cucurbitáceas para el suroeste de Europa.

Los asistentes que acudieron al evento pudieron conocer las diferentes variedades de melón Piel de Sapo líderes en el mercado nacional e internacional de Syngenta, optimizadas para condiciones de campo abierto en ciclos temprano y medio, destacando las nuevas resistencias al virus de Nueva Delhi incorporadas. Despertaron interés también las innovaciones que presentó en las jornadas la empresa en tipología Orange

En cuanto a sandía lo más destacado vino de la mano de las variedades sin semillas y en particular del programa ‘Crisp Fresh’, la gama de ultrafirmes de Syngenta en formatos de IV gama

Las variedades de melón Piel de Sapo líderes en el mercado nacional e internacional de Syngenta están optimizadas para campo abierto en ciclos temprano y medio, y cuentan con resistencias al virus de Nueva Delhi

Fresh (Charentais, Cantaloup e Italoamericano).

En cuanto al segmento de la sandía, lo más destacado vino de la mano de las variedades sin semillas y en particular del programa ‘Crisp Fresh’, la gama de ultrafirmes de la firma Syngenta que responde a las tendencias de consumo en formatos de IV gama.

En ambos cultivos se presentaron además distintas variedades de doble aptitud, aptas tanto para el mercado en fresco como para el procesado.

El evento quiso reafirmar el enfoque integral de la compañía Syngenta para el cultivo de melones y sandías, con mejoras que combinan el paquete más completo de resistencias a las enfermedades acompañados de una calidad de fruta superior y una larga vida útil.

Calidad, Servicio y Compromiso



**LIDER
VILLACONEJOS**[®]
*El Melón por
Excelencia*



www.lidervillaconejos.com





Ricardo Agudo apunta que el melón se ha convertido en un producto muy importante los doce meses del año, mientras que la sandía es el producto estrella en verano. / NR

RICARDO AGUDO GAITÁN / Jefe de almacén de El Melonero

“Cuidando la calidad, el servicio y la competitividad, seguiremos avanzando comercialmente”

“Nuestra gran ilusión es seguir creciendo cada año”, afirma Ricardo Agudo, de El Melonero, tras una primavera que ha dejado buenos resultados en Almería y Murcia. Con excelentes expectativas para la campaña manchega, la empresa confía en prolongar en 2025 su buen desarrollo comercial. Calidad, servicio y competitividad son los pilares que sustentan este crecimiento en ventas.

NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. En mayo hablabamos del arranque en zonas tempranas. Ahora, a pocos días de comenzar la zona de La Mancha, ¿cómo está respondiendo el producto nacional en calidad y volumen?

RA. Si hablamos de volumen, en la campaña murciana no hemos tenido muchos kilos de melón, por lo que este periodo ha estado muy regulado con unos precios muy altos. Ahora empezamos La Mancha. A ciencia cierta, nunca podemos saber qué volúmenes vamos a tener, pero es cierto que las plantaciones van con un buen desarrollo y creemos que tendremos producto sin problemas. En cuanto a calidad, podemos decir que tanto en Murcia como en los comienzos de La Mancha, ha sido excepcional, factor que nos ha ayudado a vender el melón con más facilidad, afianzando la confianza de nuestros clientes.

VF. ¿Han cumplido las expectativas que tenían con las producciones de Almería, Murcia?

RA. Tal como he comentado con anterioridad, gracias a los parámetros de calidad del producto, nuestra empresa ha cumplido las expectativas e incluso las hemos superado, tanto en melón, como en sandía.



El melón en Murcia no ha sido muy productivo, pero en La Mancha las plantaciones se han desarrollado positivamente. / NR

VF. ¿Cuáles son las perspectivas de cosecha en La Mancha después de las lluvias primaverales?

RA. La campaña de La Mancha se presenta muy a favor. Los cultivos se han criado muy bien y si no hay ningún contratiempo de meteorología, seguramente tendremos suficiente producto asociado a una excelente calidad.

VF. ¿En qué punto se encuentra el proyecto de ampliación de instalaciones que comentaron en

“La campaña de La Mancha se presenta muy a favor. Los cultivos se han criado muy bien y si no hay ningún contratiempo de meteorología, tendremos suficiente producto de excelente calidad”

primavera? ¿Qué mejoras concretas va a permitir esa inversión en términos de eficiencia y volumen?

RA. En este momento estamos centrados en la presente

campaña. La idea es cambiarnos de cara al año que viene. Creemos que esta inversión nos va a ayudar a seguir creciendo, alcanzando un mayor número

“Se está detectando un incremento del consumo de melón Piel de Sapo en los países del sur de Europa”

“El principal objetivo de nuestra empresa es, fundamentalmente, mantener lo que tenemos hasta el momento”

de puntos de venta y mejorando la prestación de servicios para nuestra cartera de clientes.

VF. ¿Cómo están adaptándose al alza de costes sin trasladar todo el impacto al consumidor?

RA. Este tema es bastante interesante, puesto que el incremento de costes de producción es más que evidente. En SAT Hnos. Agudo hemos trabajado desde el primer día en regular estos gastos para adaptarnos a los nuevos tiempos que corren. Al final tienes que hilar muy fino para ajustar los gastos con el fin de no incrementar el precio final del producto en exceso y así llegar a ser competitivos.

VF. ¿Cómo está cambiando el comportamiento del consumidor en torno al melón y la sandía?

RA. El melón se ha convertido en un producto muy importante durante los doce meses del año. Contamos con una buena calidad todo el año y esto nos está haciendo crecer muy deprisa en los meses de contra estación. Sin embargo, la sandía se consume muchísimo en los meses de verano, siendo el producto más consumido en pleno periodo estival.

VF. Aunque la exportación representa sólo un 20%, ¿hay mercados en los que ven potencial de crecimiento en el corto plazo?

RA. Sí, se está detectando un incremento del consumo de melón Piel de Sapo en los países de sur de Europa. Este es un ámbito en el que queda mucho camino por recorrer, pero es verdad que, poco a poco, el melón cada vez llega a más rincones europeos.

VF. ¿Qué estrategia están siguiendo para afianzar su presencia más allá de España?

RA. Nos centramos en la calidad, elemento imprescindible para nosotros. Asimismo, nos afianzamos estando presentes en ferias del sector hortofrutícola, estrategia vital para dar a conocer nuestros productos en diversos puntos del mercado.

VF. ¿Qué metas se han marcado para esta campaña a nivel comercial?

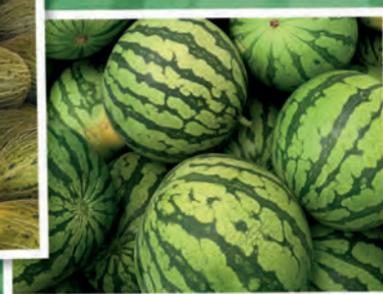
RA. El principal objetivo de nuestra empresa es, fundamentalmente, mantener lo que tenemos hasta el momento. Si seguimos la línea de trabajo, cuidando siempre la calidad, el servicio y la competitividad, estoy seguro de que seguiremos avanzando comercialmente.

VF. ¿Qué visión tienen para El Melonero a medio plazo? ¿Dónde quieren estar en tres o cinco años?

RA. Nuestra gran ilusión es seguir creciendo cada año. Nos gustaría llegar con nuestra marca “El Melonero de Villaconejos” al mayor número de puntos comerciales posibles del mundo y, asimismo, que nuestra marca sea reconocida en el sector durante muchos años como una apuesta de calidad.

GRUPO NÚÑEZ GARCÍA FILOSO, S.L.

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS



Fco. Javier Núñez: 669 955 196 · Paco Núñez: 696 980 499

Carretera Nacional 430, Km 365. Apdo. Correos 15413200, Manzanares (Ciudad Real). Almacén: 926 614 281 - meloneselcaballeroandante@gmail.com - www.elcaballeroandante.com

JOSÉ MARÍA GARCÍA / Presidente de la Cooperativa Los Llanos

“Afrontamos la campaña con ilusión tras un buen trabajo en el campo”



La producción, cifrada en 6-7 millones de kilos, se mantiene estable. / ARCHIVO

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

José María García, presidente de la Cooperativa Los Llanos en Llanos del Caudillo, repasa las expectativas para la temporada de melón y sandía, que continúa la tendencia creciente de la sandía en la zona.

Valencia Fruits. ¿Con qué expectativas afrontan la temporada los socios de la cooperativa?

José María García. Con ilusión y con el trabajo bien hecho. Las distintas fechas de siembra se han respetado y, por ahora, el estado del campo es bueno. Habrá que ver cómo se desarrolla la campaña, pero de momento las sensaciones son positivas.

VF. ¿Qué previsiones de cosecha manejan?

JMG. Si la campaña transcurre con normalidad, esperamos obtener un volumen similar al del año pasado, en torno a los 6-7 millones de kilos.

VF. En Llanos del Caudillo, ¿la sandía también ha superado al melón en superficie y producción?

JMG. Sí, de forma clara. La sandía ha ido ganando terreno al melón, siguiendo la misma

tendencia que se observa en toda La Mancha. En nuestra zona, la recolección de sandía suele iniciarse unos 10 o 15 días antes que la del melón, que comenzará, como es habitual, hacia el 25 de julio.

VF. ¿Cómo ha ido el desarrollo del cultivo? ¿Se espera buena calidad?

JMG. En líneas generales, el cultivo ha evolucionado bien. No se han registrado plagas de relevancia y, aunque las lluvias de primavera provocaron cierto retraso, el calor posterior ha compensado ese desfase. Se ha comentado algún problema puntual de cuajado debido al frío, pero en conjunto no hay grandes incidencias. A falta de iniciar la recolección, la previsión de calidad es buena.

VF. ¿Qué se espera del mercado este año?

JMG. Las perspectivas son positivas. Con la llegada del calor, el consumo de fruta de verano se activa y, en ese contexto, La Mancha sigue teniendo un papel clave como principal zona de abastecimiento de melón y sandía en los lineales durante

los meses de verano. Como cada campaña, confiamos en que la demanda acompañe.

VF. ¿Cómo han afrontado los socios el aumento de costes de producción?

JMG. Con esfuerzo y compromiso. A pesar del encarecimiento de insumos, los agricultores siguen aplicando los tratamientos necesarios, porque sin ellos no es posible garantizar la producción. Hace años, el cultivo requería menos intervención, pero hoy es impensable prescindir de ciertas aplicaciones. Se intenta mantener el buen hacer de siempre, aunque los costes se han disparado.

VF. ¿Cuál es la situación actual de la cooperativa?

JMG. Actualmente, la cooperativa está formada por unos 90 socios. Aunque no se incorporan muchos nuevos, sí se aprecia algo de relevo generacional, pese a que el campo despierta poco interés entre los más jóvenes. Llanos del Caudillo siempre ha sido un pueblo muy ligado al melón —hoy, cada vez más a la sandía—, aunque en los últimos años muchas parcelas se están

destinando a viñedo. Antes no había prácticamente cepas, y ahora casi todos los agricultores cultivan. La viña requiere menos mano de obra, un factor cada vez más determinante por su escasez y elevado coste.

VF. Aun así, ¿se mantiene la importancia del melón y la sandía en la zona?

JMG. Sí, todavía se mantienen partidas importantes de ambas frutas. Sin embargo, es cierto que el melón está perdiendo fuerza, especialmente entre los agricultores más jóvenes.

VF. ¿A qué cree que se debe ese cambio?

JMG. Gran parte de la responsabilidad la tienen los supermercados. La sandía suele presentarse de forma atractiva al consumidor, mientras que el melón muchas veces se ofrece a precios muy bajos. Además, el melón verde tradicional ha pasado por años difíciles, con la introducción de variedades más productivas pero menos sabrosas. Ahora, aunque vuelven a existir melones de buena calidad, no se les está dando la publicidad adecuada.

VF. ¿Cómo contribuye la cooperativa a mejorar la vida del agricultor y el desarrollo rural?

JMG. La cooperativa ofrece numerosas facilidades tanto a socios como a agricultores externos. Por ejemplo, permite sacar la producción y efectuar el pago una vez cobrada la cosecha, sin exigir adelantos y con intereses mínimos o nulos durante los primeros meses. Esta flexibilidad es una ayuda importante. En cierto modo, la cooperativa funciona como un banco para el pueblo.

VF. ¿Cómo se comercializa la producción?

JMG. Una parte significativa de la producción se destina a Frucasa, una empresa que cultiva unas 50-55 hectáreas en nuestra zona y que comercializa toda su fruta en el extranjero. Ellos establecen los estándares de calidad que deben cumplir, y entregamos la fruta ya cargada según sus especificaciones. El resto de la producción lo comercializa la cooperativa, principalmente en el mercado nacional, con algunos envíos limitados a Bélgica y Holanda.



BOLLO
Quédate
con lo bueno



Síguenos en @bollofruits

FRANCISCO JAVIER NÚÑEZ / Director gerente de Núñez García Filoso

“Con las nuevas instalaciones tendremos un mayor margen de crecimiento en exportación”

Francisco Javier Núñez lidera con paso firme la nueva etapa de director gerente de Núñez García Filoso que ha logrado consolidar su cartera de clientes y aumentar progresivamente el volumen de comercialización, que ronda los 9 millones de kilos por campaña. Con la reciente ampliación de sus instalaciones, especialmente enfocadas en la sandía, la empresa espera expandir su oferta, con el objetivo de alcanzar los 10 millones de kilos este año y seguir creciendo a medio plazo.

NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Tras la disolución de la sociedad y asumir usted en solitario la dirección, ¿qué balance hace de estos últimos años al frente del proyecto? ¿En qué punto se encuentran actualmente en cuanto a volumen de cosecha y comercialización?

Francisco Javier Núñez. El balance es positivo. Desde que asumí la dirección y gerencia de la empresa, las ventas han ido creciendo. No al ritmo que me hubiera gustado al principio, pero avanzamos bien y con una cartera de clientes sólida. Entre melón y sandía, Núñez García Filoso mueve en torno a los 9 millones de kilos por campaña.

VF. ¿Cómo avanzan las obras de la nueva nave? ¿Qué cambios operativos permitirá esta ampliación en el manejo de la sandía?

FJN. La nave ya está prácticamente terminada, sólo quedan los últimos remates. La idea es empezar a trabajar la sandía allí esta misma campaña, que es precisamente para lo que se ha construido.

Gracias a esta ampliación, podremos equilibrar el volumen de melón y sandía, con el objetivo de alcanzar un 50% para cada producto.

VF. ¿Qué papel jugará esta nueva infraestructura en los planes de crecimiento del grupo?

FJN. Actualmente estamos en un reparto del 60% melón y 40% sandía, y con esta nueva nave podremos equilibrar al 50%. Eso nos permitirá crecer. Este año me conformo con alcanzar los 10 millones de kilos, pero a medio plazo el objetivo es seguir incrementando el volumen de comercialización.

VF. A medio plazo, ¿es posible que la empresa sea más 'sandiera' que melonera?

FJN. Esa es la dinámica que estamos siguiendo: cada vez movemos más sandía que melón. Ahora bien, hay un matiz impor-



Entre melón y sandía, Núñez García Filoso mueve en torno a los nueve millones de kilos por campaña. / NGF

tante. A partir del 15 o 20 de septiembre, la demanda de sandía empieza a bajar, mientras que el melón se sigue consumiendo prácticamente hasta mediados o finales de octubre.

Así que, aunque durante el grueso de la campaña pueda haber más volumen de sandía, el melón compensa al final. Por eso creo que, en conjunto, el reparto seguirá siendo más o menos al 50%, aunque la tendencia apunta a que la sandía irá ganando protagonismo.

VF. ¿Actualmente es posible llegar con melón hasta finales de octubre?

FJN. En octubre el consumo baja bastante, pero también es difícil encontrar melón en el campo. En nuestro caso, si el tiempo acompaña, tenemos ase-

gurado producto hasta el 12 o 15 de octubre.

Antes llegábamos sin problema hasta la festividad de Todos los Santos, el 1 de noviembre. Sin embargo, en los últimos cinco o seis años se ha hecho complicado cubrir esas dos últimas semanas de octubre. Puede que sea por el cambio climático o por otros factores, pero lo cierto es que cuesta sacar adelante esas plantaciones tan tardías.

VF. ¿Qué representa la calabaza en su estrategia? ¿Se consolida como un cultivo estructural de otoño/invierno o todavía es algo experimental?

FJN. Si somos realistas, la calabaza tiene una presencia muy limitada en nuestra estrategia. Hace algunos años hicimos una prueba, pensando que

podría ser un cultivo complementario con buenas expectativas comerciales. Sin embargo, la experiencia no cumplió con lo esperado y, por ahora, el proyecto está aparcado. Actualmente, trabajamos algo muy puntual para algún cliente que lo solicita, más como un favor personal que como una línea de producción regular.

VF. Volviendo a la campaña de melón y sandía, ¿cómo está condicionando el clima esta campaña en la zona de La Mancha? ¿Cuándo tienen previsto comenzar a cortar?

FJN. El año pasado la campaña arrancó con unos días de adelanto respecto a las fechas tradicionales en La Mancha, que suelen estar alrededor de la festividad de Santiago, el 25 de

julio. Por ejemplo, la recolección de sandía empezó 10 días antes y la de melón una semana antes. En esta campaña, sin embargo, volveremos a las fechas tradicionales, más o menos en torno al día de Santiago. De hecho, algunos agricultores míos comenzarán incluso en agosto, ya que hicieron los últimos trasplantes en mayo, mientras que otros los realizaron antes, en abril.

VF. ¿Qué perspectivas tienen este año en el mercado nacional? ¿Se percibe más competencia o sigue siendo un mercado estable?

FJN. En mi opinión, el mercado nacional continúa siendo bastante estable. Aquí en España nos conocemos bien todos: productores, comercializadores y clientes finales. Por eso creo que la situación se mantendrá más o menos igual, con los mismos actores y relaciones que venimos viendo.

VF. Francia, Reino Unido, Países Bajos... ¿cómo están respondiendo estos destinos? ¿Qué margen de crecimiento ve en ellos?

FJN. Recibo llamadas de futuros clientes interesados, porque saben que ahora hay demanda de género y puede que incorporem algo nuevo. En cuanto a Europa, he establecido algunos contactos nuevos con los que podemos avanzar, especialmente en sandía. Tras la escasez de producto que hubo en momentos puntuales el año pasado, los operadores extranjeros quieren asegurarse de no quedarse sin género este año y por eso buscan ampliar su cartera de productores y proveedores.

Lo que está claro es que, con las nuevas instalaciones para sandía que hemos construido, tendremos un mayor margen de crecimiento en exportación. De hecho, ahora mismo contamos con un buen cliente en Reino Unido que está esperando la puesta en marcha de estas instalaciones para ampliar sus compras, dada la gran demanda que tienen allí de sandías de La Mancha.

VF. Y, ¿cómo avanza el posible desembarco en Italia que comentamos el año pasado?

FJN. Al final no llegamos a materializar nada, pero mantengo el contacto. Además, desde Italia me ha llamado otra empresa interesada tras ver nuestro género en revistas especializadas como Valencia Fruits, que tienen un alcance europeo y ayudan mucho a darnos a conocer.

VF. ¿Diría que el sector del melón y la sandía en La Mancha se está profesionalizando? ¿Qué pasos ve más evidentes? En su caso concreto, ¿cómo han optimizado la logística y manejo del melón en campo?

FJN. Creo que sí, el sector está avanzando en profesionalización. Por ejemplo, la recolección se está mecanizando mucho, lo que reduce golpes y daños en la fruta. Hoy en día, los agricultores quieren entregar un producto de calidad y evitar problemas durante la logística, por eso se está trabajando más en este sentido.

Sin embargo, echo en falta un impulso mayor en la IGP, que actualmente está un poco abandonada. Sería un gran reclamo para el sector, pero de momento sigue siendo un aspecto pendiente.

VF. Para acabar, ¿hay buenas sensaciones de cara a este año?

FJN. Sí, sin duda. Yo preveo un crecimiento de nuestra empresa y, en general, confío en que el sector también experimentará una evolución positiva.

OFICINAS:
Cañizares, s/n
Tel.: 926 64 40 02
Fax: 926 64 41 14

ALMACENES:
Los Pozos, s/n
losllanos@ucaman.es
LLANOS DEL CAUDILLO (Ciudad Real)

Sandías y melones más resistentes a enfermedades

► CITA.

Los cultivos de melón y sandía son de gran importancia económica en España, siendo las enfermedades uno de los principales factores limitantes en su producción, al ocasionar la disminución de los rendimientos y conllevar un uso intensivo de fitoquímicos.

La mayor severidad y dispersión de estas enfermedades, así como el aumento de la temperatura y la sequía como consecuencia del calentamiento global, suponen graves amenazas para estos cultivos. El equipo investigador del proyecto WAMEDISS del Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA), formado por investigadores de tres instituciones (CITA, Unizar, UVa), complementarán su experiencia en diferentes aspectos de la investigación (recursos genéticos, mejora para enfermedades fúngicas y virales, uso de herramientas genéticas, patología y formulaciones antimicrobianas a partir de extractos vegetales) para un abordaje multidisciplinar de soluciones contra enfermedades fúngicas, como la fusariosis y la pudrición carbonosa en melón y sandía en el actual contexto de cambio climático.

Las tres instituciones han colaborado anteriormente entre ellas en proyectos de investigación basados en la mejora para la resistencia a enfermedades en melón o en el desarrollo de formulaciones bioactivas para el control de hongos de suelo en el cultivo de las cucurbitáceas. Sin embargo, es en este proyecto en el que las tres instituciones se unen formalmente para trabajar conjuntamente hacia este objetivo.

En proyectos precedentes, se ha actualizado la situación epidemiológica de los cultivos de cucurbitáceas en España, se han caracterizado los microbiomas de rizosferas de cucurbitáceas en cuatro agro-escenarios, se han evaluado hongos y bacterias endófitos como agentes de biocon-

trol frente a enfermedades fúngicas de suelo, se han identificado nuevas fuentes de resistencia y regiones genómicas responsables de la resistencia a los virus WMV y CYSDV, y hongos, tanto de suelo (*F. oxysporum*, *Neocosmospora falciformis*) como aéreos (*Podosphaera xanthii*), y se han comenzado programas de introducción con estas resistencias. Además, se han seleccionado genotipos de melón con características de tolerancia al estrés hídrico. Los objetivos del nuevo proyecto son cuatro: el primero pretende mantener actualizada la información de la epidemiología de hongos y virus en el cultivo de melón y sandía, estudiar el efecto de diferentes condiciones ambientales (como la T, pH o salinidad) en el crecimiento de las especies patogénicas *Macrophomina phaseolina* y *N. falciformis* procedentes de campos sintomáticos de melón y sandía y avanzar en el control integrado de los principales hongos de suelo en cucurbitáceas mediante el uso de formulaciones basadas en extractos naturales. El segundo se centrará en la identificación de nuevas fuentes de resistencia a *N. keratoplastica* y *Plectosphaerella cucumerina* y caracterización de recursos genéticos. El tercer objetivo avanzará en los estudios genéticos comenzados en el proyecto anterior, para identificar regiones asociadas a la resistencia a la raza 2 de Fon derivada de una entrada española de *C. lanatus*.

El cuarto consistirá en mejorar la tolerancia al déficit hídrico en melón y sandía a partir de recursos identificados en el proyecto en curso, a partir de la evaluación de variables instantáneas de intercambio gaseoso.

El trabajo en su conjunto se realizará en colaboración con el equipo de investigación de la UPV (SP1) y con otros grupos nacionales (IBMCP-CSIC, CEBAS-CSIC) e internacionales (UFERSA-Brasil, CRRHAB-Túnez).

Bollo abre melón este verano, pero también abre sandía

En el marco de su campaña ‘Quédate con lo bueno’, la marca invita a “mojarse” y decidirse entre uno de los dos grandes postres veraniegos por excelencia

► BOLLO NATURAL FRUIT.

¿Cuántas veces te has quedado un rato en la frutería o en el supermercado pensando si coger melón y sandía? Con este insight tan estival, Bollo invita a consumidores y colaboradores a enfrentarse a este clásico dilema veraniego y tomar partido por el melón o por la sandía.

De igual forma que pasa con la tortilla de patatas con cebolla o sin cebolla, los churros o las porras, la carne o el pescado, el salmorejo o el gazpacho, la compañía arranca así de forma oficial su campaña de verano. Una acción que se desarrolla en el marco de “Quédate con lo bueno”, la campaña que inauguró el pasado verano y con la que pretende elevar la experiencia de comer fruta, convirtiéndola en un ritual de placer y sabor en el día a día, muy vinculada, además, con el mundo gastronómico y la adopción de hábitos de alimentación saludables.

Ahora, dando un paso más, Bollo invita a quedarse con lo bueno del melón o de la sandía y, para ello, “pone sobre la mesa” los atributos de calidad y sabor de dos frutas clave en su portfolio, con las que continúa consolidando su posición de liderazgo en el sector.

En el caso del melón, la compañía ha conseguido este año el sello Sabor del Año por su melón Piel de Sapo por noveno año consecutivo, convirtiéndose en una de las empresas que más veces se ha hecho con este galardón. Por su parte, su melón Sweetheart también ha recibido por tercera vez este prestigioso sello dentro de la industria alimentaria.



■ MELÓN VS SANDÍA

Este dilema girará en torno a un reto que se desarrollará en Instagram y, a través del cual, diferentes creadores de contenido, fundamentalmente vinculados al universo gastro y de estilo de vida, desplegarán recetas, consejos, información nutricional, propiedades organolépticas, etc. de ambas frutas. Así, se creará

el #TeamMelón y el #TeamSandía, a partir de los cuales se invitará a los seguidores de la marca a posicionarse en un equipo o en el otro.

Esta campaña se complementará con presencia en otras redes sociales, plataformas de streaming, colaboraciones con medios de comunicación y acciones en fruterías.

Producción y Comercialización de Melones y Sandías



AgroBORJA S.L.

Ctra. N. 430 Manzanares - Daimiel - Tels. 620 729 747 / 639 882 418
E-mail: agroborja.sl@gmail.com - Web: www.agroborjasl.com









AGUSTÍN BORJA / Agroborja S.L.

“El objetivo cada año es vender nuestra producción y sacar el máximo rendimiento posible”

Agroborja, referente en producción y comercialización de sandía y melón en La Mancha, afronta la campaña 2025 con novedades y retos claros. Con una superficie de cultivo estable en melón y un ligero aumento en sandía, la empresa familiar mantiene su apuesta por la calidad y la innovación, explorando formatos como la sandía mini y variedades de melón amarillo para conquistar mercados europeos en crecimiento como Polonia. Agustín Borja, joven agricultor y empresario, nos explica cómo la compañía gestiona los desafíos del agua, la extensión de la campaña y la expansión de su estrategia exportadora y la consolidación de un modelo familiar en constante evolución.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué superficie han destinado este año al cultivo de sandía y melón? ¿Se mantiene estable respecto al año pasado?

Agustín Borja. En melón seguimos igual y hemos aumentado algo en sandía. Actualmente rondamos una producción propia de unas 225 hectáreas, y con agricultores asociados sumamos unas 60 hectáreas más.

Cada año se vende más sandía y menos melón. Es una realidad. La sandía tiene un gran potencial fuera de España, mucho mayor que el del melón, y los datos lo confirman: las ventas en el exterior no han dejado de crecer.

Como novedad, hemos estado haciendo pruebas con otros tipos de sandía y este año también vamos a ofrecer sandía mini. Son piezas de entre 1,5 y 2 kilos, calibres pensados para los mercados que apuestan por formatos más pequeños.

Pensando también en las ventas fuera de España, hemos retirado algunas hectáreas de cultivo de melón Piel de Sapo para destinarlas al melón amarillo. Llevamos ya bastantes años trabajando con compradores extranjeros, que tienen otras preferencias, especialmente en melón. Este año nos hemos decidido a hacer una prueba con el melón amarillo, una variedad muy demandada fuera de España.

VF. ¿A qué países están destinadas todas estas novedades?

AB. A los mismos con los que ya venimos trabajando: Reino Unido, Francia, Alemania, Holanda... Y en los últimos años, Polonia está ganando peso de forma considerable. Es un mercado que está creciendo mucho.

VF. Con lo que se ha cultivado, ¿qué previsiones de cosecha manejan para esta campaña en volumen?

AB. En los últimos años, la producción de Agroborja ha rondado los 20 millones de kilos, y este año esperamos superar ese umbral.

VF. ¿Cuándo tienen previsto empezar la recolección en La Mancha? ¿Se adelanta o retrasa respecto a la campaña anterior?

AB. En sandía, respecto al año pasado, vamos a empezar unos días antes. Tenemos algunas plantaciones preparadas expresamente para arrancar en cuanto La Mancha lo permita, y este año las condiciones se han dado para que el producto llegue bastante temprano. De hecho, el



Agustín Borja afirma que cada año se vende más sandía y menos melón. / NR

“El año pasado hicimos una inversión importante comprando dos fincas nuevas para asegurarnos los derechos de riego necesarios y garantizar la producción a largo plazo”

próximo lunes, 7 de julio, queremos comenzar a cortar las primeras sandías de La Mancha.

En cuanto al melón, la recolección comenzará, como muy pronto, entre el 15 y el 20 de julio. Si lo comparamos con la fecha tradicional —que suele rondar Santiago, el 25 de julio—, esta campaña viene ligeramente adelantada.

VF. ¿Y hasta cuándo se alargará la campaña? ¿Será posible extender la temporada más allá de septiembre?

AB. En los últimos años, al terminar septiembre, suelen aparecer problemas, especialmente por pudriciones derivadas de las lluvias otoñales. Aunque en nuestra zona no llueve mucho, con que caiga algo ya pueden surgir complicaciones. Además, la demanda en Europa baja bastante en esas fechas, aunque hay clientes que intentan alargar la campaña todo lo posible.

En Agroborja estamos obligados a empezar lo antes posible y también a estirar algunas plantaciones hasta el final. Por ejemplo, el año pasado sembramos sandías para recolectar a partir del 25 de septiembre y llegamos con producto de calidad hasta el 10 o 12 de octubre.

En esa parte final, la variedad que mejor responde es la sandía negra, que nos ofrece más garantías en cuanto a calidad.

Este año el planteamiento será el mismo: las últimas plantaciones las realizaremos el 15 de julio, para tener asegurado producto a finales de septiembre y principios de octubre.

VF. Este año, ¿han seguido desarrollando el proyecto de producir en zonas como Sevilla o Córdoba para anticipar la campaña? ¿Qué balance hacen de esta experiencia? ¿Se consolida como parte de la estrategia de Agroborja?

AB. Nosotros, como productores de La Mancha, mantene-mos la producción en nuestra zona como proyecto principal. ¿Qué nos motivó a explorar otras zonas?

Principalmente, la demanda de clientes extranjeros que no tienen dónde cargar sandía en junio, justo cuando el consumo en Europa comienza a activarse, y que buscan los mismos niveles de calidad que ofrece nuestra marca con nuestras producciones.

Por eso estamos trabajando con dos productores en Sevilla y Córdoba, que hacen un buen trabajo y se ajustan bastante a

nuestra forma de cultivar, aunque no de manera idéntica ni alcanzando completamente los estándares de calidad de nuestras producciones. La idea es seguir colaborando con ellos, pero por ahora no está previsto aumentar esos volúmenes.

VF. ¿Cómo están afectando este año las restricciones de agua en el Acuífero 23? ¿Han tenido que hacer ajustes importantes?

AB. Las restricciones son importantes, y el agua está directamente ligada a la producción. Puedes reducir el agua por hectárea, pero eso siempre afecta negativamente a la producción. Por eso hay que ajustarse estrictamente: una cantidad determinada de metros cúbicos para un número concreto de áreas. En estos años, esta situación nos ha perjudicado.

Precisamente por eso, el año pasado hicimos una inversión importante: compramos dos fincas para asegurarnos los derechos de riego necesarios y garantizar la producción a largo plazo.

Esta inversión se pudo realizar porque económicamente era viable, pero también por la necesidad de asegurar la producción en los próximos años. En conjunto, las fincas suman unas 300 hectáreas, una compra significativa para nosotros.

Al final, cuando compras tierras, lo que realmente estás adquiriendo son los derechos de agua.

VF. ¿Qué desafíos ven los productores que quieren dar el paso hacia la comercialización directa?

AB. Partiendo de la base de que nada es fácil, es un proceso bastante complejo. Uno de los principales obstáculos al principio fue el volumen. Si como productor no tienes una cantidad considerable, no puedes garantizarle a un comprador la estabilidad que necesita: producto regular, con la calidad y calibres adecuados. Contar con un volumen importante te permite trabajar con clientes que demandan camiones completos.

Otro aspecto clave son las certificaciones. En nuestro caso, disponer de Global GAP y el certificado IFS en los almacenes ha sido fundamental para acceder a ciertos supermercados europeos.

VF. ¿Qué peso estiman este año para la exportación frente al mercado nacional? ¿Se mantienen en torno al 40/60? ¿Hay alguna novedad destacable en clientes o mercados?

AB. Los porcentajes se mantienen en torno a un 60% para el mercado nacional y un 40% para la exportación. Como novedad, tal y como comentamos al inicio de la entrevista, contamos con plantaciones específicas de sandías mini y melón amarillo destinadas a clientes de exportación. Este año haremos una prueba con una previsión de cosecha conjunta de un millón de kilos entre ambos productos, pero la idea es seguir desarrollando estos cultivos y alcanzar un volumen importante.

Los destinos son los mismos con los que venimos trabajando en los últimos años. La sandía mini irá principalmente a Alemania, mientras que el melón amarillo se destinará a Francia, Alemania y Polonia.

VF. ¿Cómo está la demanda y qué expectativas tienen de precios?

AB. Las últimas semanas han sido muy cambiantes. A mediados de junio, en Europa la demanda de sandías era tan alta que se disputaban cada caja; sin embargo, dos semanas después la situación está muy tranquila, probablemente por los altos precios que se pagaron anteriormente o porque no llegó la sandía que se esperaba. Lo cierto es que julio ha empezado con la exportación bastante calmada.

Lo fundamental es que se envíen buenas sandías a todos los mercados y que los consumidores se mantengan enganchados.

En cuanto al precio, lo marcará la demanda que haya en Europa durante todo el verano. Si hace calor y el consumo es alto, será una buena campaña. La temporada en La Mancha es muy larga, y en los tres meses que tenemos por delante puede pasar de todo.

VF. ¿Cuál es el gran objetivo de Agroborja en 2025? ¿Tienen en mente alguna inversión relevante para los próximos meses?

AB. Nuestro objetivo es mantener la calidad del producto que siempre ofrecemos, estar presentes en el mercado y hacer las cosas lo mejor posible para que nuestros clientes sigan confiando en nosotros. En resumen, vender nuestra producción y sacar el máximo rendimiento posible.

En cuanto a inversiones, siempre decimos que estamos en un proceso continuo. Este año, además de la importante inversión realizada en la compra de más tierras de cultivo, hemos instalado en el almacén una cámara frigorífica de 200 metros cuadrados para refrigerar el producto antes de su expedición. Esto garantiza que la mercancía llegue en las mejores condiciones cuando sale hacia el exterior.

VF. ¿Qué representa para usted, como joven agricultor y empresario, llevar adelante este modelo familiar de producción y comercialización?

AB. Desde muy pequeños, tanto yo como mis primos hemos estado ligados al negocio que iniciaron mi padre y mi tío. No es un camino fácil, pero resulta muy satisfactorio ver cómo aquello que empezó poco a poco ha ido creciendo hasta alcanzar un volumen importante. Estamos haciendo las cosas bien, nuestro trabajo se reconoce y las cosas nos están saliendo bien. Y, por supuesto, la unión hace la fuerza. Cada uno tiene su área de responsabilidad, pero todas las decisiones se toman por consenso. No tendríamos el volumen que manejamos si no estuviéramos todos juntos.

JUAN PEDRO MADRIGAL / Responsable de campo de Agrícola JJF

“La campaña se presenta con buenas expectativas a pesar de las dificultades iniciales”

Agrícola JJF afronta la campaña de melón y sandía 2025 con el objetivo de mantener su volumen de producción y seguir garantizando la calidad que le distingue. La firma manchega ha sembrado esta campaña 128 hectáreas con un reparto equilibrado entre sandía, melón y calabaza. Las restricciones de agua y la dificultad para acceder a mano de obra siguen siendo retos estructurales, a los que este año se suman las inestabilidades meteorológicas. Juan Pedro Madrigal, responsable de campo de la empresa de Llanos del Caudillo, repasa con **Valencia Fruits** las claves de la temporada y los desafíos que enfrentan hasta el final de campaña.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Cómo valoran el arranque de campaña 2025? ¿Qué superficie han cultivado este año y cómo se reparte entre melón, sandía y otras especies como la calabaza?

Juan Pedro Madrigal. Confiamos en que esta campaña tenga un buen arranque, aunque el inicio se ha visto condicionado por las lluvias registradas en la zona de Almería. Estas precipitaciones han provocado retrasos en las plantaciones del sur, lo que podría llegar a solapar el final de su campaña con el inicio de la nuestra en Castilla-La Mancha.

En cuanto a superficie, este año cultivamos un total de 128 hectáreas, repartidas en un 42% de melón, un 45% de sandía y el 13% restante de calabaza.

VF. ¿Qué fechas manejan ahora para el inicio de la recolección de melón y sandía?

JPM. Prevemos comenzar la recolección en torno a la semana 29, es decir, a partir del 14 de julio, si todo sigue su curso sin sobresaltos climatológicos.

VF. ¿Sigue siendo un problema encontrar tierra disponible en su zona de producción?

JPM. Sí, continúa siendo un hándicap importante. La disponibilidad de tierra está muy limitada y la situación se agrava por las restricciones en el uso del agua de riego, lo que acaba encareciendo notablemente el precio del suelo agrícola.

VF. ¿Cómo está la situación en cuanto a dotaciones de riego? ¿Han podido mantener la superficie prevista?

JPM. En nuestra zona actualmente contamos con una dotación de 1.700 metros cúbicos por hectárea. Por ahora, esa disponibilidad nos permite mantener las hectáreas planificadas para esta campaña, pero nos impide ampliar superficie, lo que limita nuestra capacidad de crecimiento.

VF. ¿Están afectando las tormentas o los cambios bruscos de temperatura en esta campaña? ¿Temen un repunte de plagas o enfermedades?

JPM. Por suerte, hasta el momento nuestras fincas no se han visto afectadas directamente por ninguna tormenta, aunque sabemos que en otras zonas del entorno sí están teniendo consecuencias.



Este año Agrícola JJF ha cultivado un total de 128 hectáreas, repartidas en un 42% de melón, un 45% de sandía y el 13% restante de calabaza. / AGRÍCOLA JJF

“Cada vez resulta más complicado encontrar trabajadores que quieran y puedan asumir las exigencias de la campaña”



Juan Pedro Madrigal explica que la disponibilidad de tierra está muy limitada y la situación se agrava por las restricciones en el uso del agua de riego. / NR

Las condiciones climatológicas inestables generan incertidumbre y, desde luego, elevan el riesgo de aparición de plagas y enfermedades, algo que nos preocupa y vigilamos de cerca.

VF. ¿Han tenido dificultades para encontrar mano de obra esta campaña, especialmente para la recolección?

JPM. Sin duda, el acceso a personal cualificado y comprometido sigue siendo uno de los principales problemas del sector. Cada vez resulta más complicado encontrar trabajadores que quieran y puedan asumir las exigencias de la campaña, sobre todo en momentos clave como la recolección.

VF. En cuanto a las previsiones de producción, ¿mantienen las cifras en torno a los 4,5 millones de kilos de sandía y 2,5 millones de melón?

JPM. Sí, esas son las cifras que manejamos y en las que estamos trabajando para esta campaña, siempre que el clima y las condiciones de cultivo nos acompañen.

VF. ¿Qué variedades están cultivando este año? ¿Han introducido alguna nueva o descartado alguna por motivos sanitarios?

JPM. En el caso de la sandía, seguimos apostando por nues-

tras variedades habituales: Style, Bazman y Premium, aunque este año hemos incorporado también algo de Saniara. Para el melón, nos estamos centrando especialmente en Corrales, una variedad resistente que nos da buenos resultados. También trabajamos con otras como Arroyo, Gran Bernabéu o Milagros. En cuanto a la calabaza, mantenemos las variedades que ya venimos usando desde hace años: Pluto y Estrella.

VF. ¿Cómo evoluciona la presencia de JJF Agrícola en el mercado nacional y en exportación?

JPM. Aproximadamente el 65% de nuestra producción se comercializa dentro del mercado nacional. El 35% restante se destina a exportación, lo que nos permite diversificar destinos y clientes, y ganar estabilidad como empresa.

VF. ¿Cuál es el principal reto que tienen por delante de aquí a final de campaña?

JPM. Nuestro mayor reto es poder cerrar una buena campaña, libre de contratiempos meteorológicos que afecten a las plantaciones. Queremos seguir ofreciendo, un año más, la calidad que nos caracteriza y que nuestros clientes esperan de nosotros.



LAVADORA DE SANDÍA

- Acero inoxidable.
- Gran cepillón de lavado.
- Regulación de temperatura de secado.



ENCAJADORA AUTOMÁTICA

El complemento perfecto para nuestros calibradores de melón y sandía. Producción de 6 cajas/min.



CALIBRADOR ELECTRÓNICO POR PESO “descarga ambos lados”

- Calibrado por PESO
- Diseño cazoleta patentado
- Descarga derecha/izquierda indistintamente
- Trato delicado a la fruta
- Última tecnología

¡NOVEDAD!
Sistemas patentados

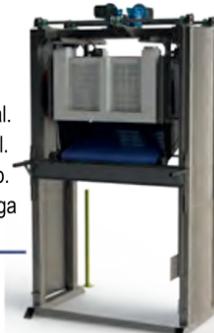
*Nuevo sistema de pesado, con Cortadora de brócoli



VOLCADORES DE PALOTS

SECUENCIAL

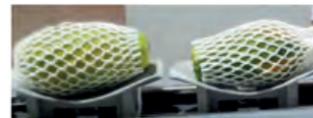
- Giro 180°.
- Elevación vertical.
- Apilador opcional.
- Espacio reducido.
- Altura de descarga a voluntad.



EN CONTINUO

- Desapilador.
- Volteador.
- Apilador en descenso.
- Pulmón salida palots vacíos.
- TODO ELLO MODULAR

Para Melón, Sandía, Calabaza, Papaya, Brócoli.....



CORTADORA PARA 1/4" Y 1/2"

Para melón, sandía, calabaza y frutas de gran tamaño.



Una campaña muy positiva para Vicente Peris

La compañía cuenta con un volumen de producción ligeramente superior al del ejercicio anterior, y un producto de excelente calidad y calibre

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de melón y sandía nacional de 2025 está resultando muy positiva para Vicente Peris. A pesar de la inestabilidad climatológica vivida en algunas zonas de producción, con episodios puntuales de lluvias intensas y pedrisco, las parcelas de la compañía no se han visto especialmente afectadas. “El mes de junio ha sido un poco inestable en cuanto a disponibilidad de producto, pero esta situación ya se está regulando en julio y permitiéndonos mantener un flujo de recolección constante y servir con normalidad a nuestros clientes”, señala Alberto Montaña, director general de Vicente Peris.

Este año cuentan con un volumen de producción ligeramente superior al del ejercicio anterior, y con un producto que destaca por su excelente calidad y calibre, algo que les permite reforzar sus marcas más exigentes: Vicentín, 18 Quilates y Peris Gold. “La demanda está respondiendo muy bien, especialmente en estas referencias premium, que seleccionamos con un proceso riguroso que empieza en el campo y culmina en nuestras instalaciones con la intervención de personal experto”, resalta Alberto Montaña. Los primeros melones gour-



Alberto Montaña afirma que la demanda está respondiendo muy bien, especialmente en las referencias premium. / ARCHIVO

Tras un mes de junio un poco inestable en cuanto a disponibilidad de producto, en julio la situación se ha ido regulando y el flujo de recolección actualmente es constante. La compañía Vicente Peris está sirviendo con normalidad a sus clientes

met de la temporada proceden del Campo de Cartagena, donde trabajan en fincas con suelo franco-arenoso y bien aireado de alto valor agronómico. En breve, se incorporarán también los melones procedentes de Castilla-La Mancha, lo que les permitirá

En sandía, la propuesta de Peris se concentra en las variedades sin semillas de alta calidad

alargar la campaña con un producto igualmente selecto y con continuidad en sabor, textura y frescura.

En el caso de la sandía, en Vicente Peris mantiene también un alto estándar de calidad, con un enfoque muy centrado en la sandía sin semillas.

En cuanto a la demanda, el director general de Vicente Peris afirma que “está siendo muy positiva, tanto en I como en IV gama, donde la marca Frutifresh continúa creciendo, especialmente en los meses de verano, ya que el producto troceado listo para consumir resulta muy cómodo y facilita el consumo. Lo estamos notando especialmente en el melón y sandía con un crecimiento exponencial”.

Como en campañas anteriores, la firma sigue trabajando en el campo con criterios de sostenibilidad, tanto en el uso racional de recursos como en la aplicación de técnicas agrícolas responsables. Parte de su producción está certificada bajo el estándar GlobalG.A.P. y con la certificación GRASP, que avalan tanto sus buenas prácticas agrícolas como el compromiso con las personas que trabajan con esta compañía.

“En definitiva, esta se perfila como una buena campaña para Vicente Peris, tanto por volumen como por calidad, algo que se refleja ya en el mercado con una acogida muy positiva por parte de nuestros clientes”, concluye Alberto Montaña.

AGF y BASF | Nunhems crean el Club de Productores de Fashion®

Grupo Fashion y su ‘partner’ tecnológico ponen en valor al productor como eslabón clave en la creación de la marca

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Primero fue la variedad, luego AGF y, posteriormente, la marca. Ahora AGF y BASF | Nunhems quieren reconocer el papel crucial del productor en el impulso de Sandía Fashion®, marca con más de 20 años en el mercado que, en este tiempo, ha logrado consolidarse en la mente del consumidor e impulsar el consumo de la categoría.

Para ello, acaban de crear el Club de Productores de Fashion®, una comunidad exclusiva para esos agricultores que “apuestan por la excelencia, la innovación y el sabor auténtico”, afirma Crisanto Ampuero, Consumer & Customer Manager de BASF.

Para Ampuero, “el productor es uno de los pilares clave en el éxito de la marca” y, como tal, “queremos poner en valor su trabajo, de hecho, Fashion® es un proyecto de producción”.

Este “paso natural” para Sandía Fashion®, como lo califica, por su parte, Joaquín Hidalgo, director general del Grupo AGF, se llevará a cabo en distintas fases. De este modo, en primer lugar, el objetivo de AGF y BASF | Nunhems es ‘inscribir’ en este club a los productores que forman par-

te de las empresas propietarias de Fashion® producida en invernadero. Posteriormente, llegará el turno de quienes lo hacen al aire libre.

Con su adhesión a este club, los productores de Fashion® podrán conectar con otros agricultores, compartir información e ideas, acceder a recomendaciones de manejo o soporte técnico personalizado y, además, participar en eventos exclusivos en los que aprender, compartir y disfrutar, haciendo así crecer su negocio.

Pero, sobre todo, estarán formando parte de un “ecosistema de valor en torno a la marca Fashion® y la experiencia en el desarrollo de variedades de BASF | Nunhems”, insiste Hidalgo, quien apunta al papel clave de esta firma como ‘partner’ tecnológico de un proyecto que comenzó a germinar en el año 2000.

“Queremos abrir un canal cualificado y directo con el productor, además de premiar a quienes están con nosotros desde el principio o llevan ya muchos años, queremos que tengan una guía y un referente para seguir construyendo la marca Fashion®”, apunta Hidalgo.

El objetivo es transmitir que, si produces Fashion®, ya no sólo cultivas una sandía, sino que formas parte de algo más grande.

PRESENTACIÓN

En el marco de este proyecto, la Asociación Grupo Fashion (AGF) y BASF | Nunhems presentaron el 19 de junio el recién constituido Club de Productores de Fashion®, en un evento que reunió a los integrantes del Grupo AGF, así como sus agricultores en el Club de Golf Playa Serena. Con esta iniciativa, han querido reconocer el papel protagonista de los productores en el lanzamiento de la marca Sandía Fashion® hace más de 20 años, así como su impulso al consumo de esta fruta.

“Fashion® supuso la unión de empresas competidoras para desarrollar un proyecto común”, afirmó durante la puesta de largo del club Joaquín Hidalgo, director general del Grupo AGF, quien insistió en que “esta visión compartida ha convertido a Fashion® en un referente en sabor y calidad”.

En todo este proceso, los agricultores han jugado un papel clave, hasta el punto de convertirse



Crisanto Ampuero (BASF) y Joaquín Hidalgo (AGF) dan a conocer el Club de Productores de Fashion®. / BASF

en “el ‘as en la manga’ y la fortaleza de AGF, de ahí la constitución del club”, apuntó Hidalgo. “Hemos creado un canal de comunicación directo con los productores, que podrán beneficiarse de las ventajas de formar parte del universo de Sandía Fashion®”, añadió.

Sandía Fashion® se constituyó sobre la base de cuatro pilares fundamentales, recordó, por su parte, Crisanto Ampuero, Consumer & Customer Manager de BASF. “La producción, la genética de la semilla, los gestores comerciales y de marketing y los consumidores”, detalló y puso en valor el papel de los productores: “Ignorarlos, como han hecho otros proyectos, para mirar sólo al consumidor es un error”. Y es que los productores fueron los primeros en comprometerse con Sandía Fashion®.

“Cuando otros cortaban en verde para alcanzar buenos precios, el Grupo AGF puso en marcha unos controles de calidad

muy serios y estrictos”, recordó y justo ahí, en el escrupuloso cumplimiento de los controles de calidad, radica el éxito de este proyecto. “Logramos elevar el consumo de sandía de 7 a 9 kilos per cápita”, afirmó.

UN ÉXITO COMPARTIDO

En apenas dos años, Sandía Fashion® cumplirá 25 años, tiempo en el que “todos los operadores del grupo hemos visto crecer nuestras ventas”, apuntó José Navarro, presidente del Grupo AGF, quien fue, incluso, más allá: “Sin Fashion®, la sandía habría desaparecido”.

Hoy el proyecto sigue sumando éxitos y lo hace mirando, una vez más, al futuro. En este sentido, Crisanto Ampuero avanzó que “estamos preparándonos para crecer con nuevos tipos y formatos de sandía”, como minis o mínimamente procesadas. Y en esta nueva etapa, los productores volverán a estar en el centro del proyecto.