

# valencia• fruits

2 de diciembre de 2025 • Número 3.129 • Año LXIII • Fundador: José Ferrer Camarena • 5 euros • [www.valenciafruits.com](http://www.valenciafruits.com)

SEMANARIO HORTOFRUTÍCOLA FUNDADO EN 1962



Las exportaciones siguen creciendo, especialmente hacia la Unión Europea, aunque también se empieza a ganar presencia en países terceros. / ARCHIVO

## Las lluvias alivian la campaña de tropicales con mejor producción y más exportaciones

La recuperación hídrica impulsa la producción de aguacate y mejora el rendimiento de mango y chirimoya, mientras las exportaciones continúan al alza

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**  
La mejora en la disponibilidad de agua gracias a las lluvias de los últimos meses ha dado un respiro al sector español de frutas tropicales, que avanza “bastante bien” esta campaña. Según las previsiones de la Asociación Española de Tropicales (AET), la producción de aguacate superará las 100.000 toneladas, en un contexto marcado por la recuperación del riego y el crecimiento del comercio exterior.  
El presidente de la AET, José María López, ha explicado a Efeagro que la campaña está mostrando un comportamiento positivo “dentro de lo que se puede”, después de varios años en los que la sequía golpeó duramente a los cultivos tropicales. Las campañas anteriores, ha recordado, “rozaron el desastre”, obligando incluso a cortar árboles en algunas explotaciones. Este año,

la mejora del agua ha permitido que los cultivos lleguen en buen estado.  
Además del fuerte incremento en la producción de aguacate, el mango también ha tenido una campaña mejor que la anterior gracias a unas condiciones climáticas favorables, aunque marcada por precios irregulares. La chirimoya mantiene sus volúmenes habituales, algo inferiores a los de mango y aguacate, pero con una calidad “muy buena”, según la organización.  
No obstante, López advierte de que el sector sigue pendiente de dos factores clave: la disponibilidad de agua y la mano de obra. El presidente de la asociación asumió el cargo el pasado mes de julio, en sustitución de Álvaro Palacios.  
En relación con los precios, la AET reconoce que han sido irregulares a lo largo de la campaña.

Mientras agricultores y productores se han visto obligados a ajustarse a subidas y bajadas derivadas de la oferta y la demanda, la distribución ha mantenido precios “más estables”. Los datos del ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) indican que el precio del aguacate en origen se situó entre 1,67 €/kg y 1,59 €/kg entre finales de octubre y mediados de noviembre, cifras inferiores a las del mismo periodo del año anterior, cuando oscilaron entre 2,3 €/kg y 1,76 €/kg. Para López, estos márgenes resultan “ajustados” para el agricultor, por lo que considera “fundamental” reforzar la planificación y la promoción conjunta del sector con el fin de poner en valor el esfuerzo del campo y lograr precios más justos.  
El comercio exterior continúa mostrando una evolución favorable. Las exportaciones de

frutas tropicales españolas “siguen creciendo”, especialmente hacia la Unión Europea, aunque el sector empieza también a ganar presencia en países terceros. Para la AET, diversificar mercados es “clave” para mejorar la rentabilidad y garantizar que los productos lleguen en las mejores condiciones, algo que exige avanzar en logística y promoción.  
Pese a las dificultades derivadas de los últimos años de sequía, el cultivo de frutas tropicales mantiene una tendencia estructural de crecimiento en España. Los datos del MAPA reflejan que el país concentra el 2,2% de la superficie mundial de aguacate y el 85,2% de la superficie de la Unión Europea. Además, la producción nacional de este cultivo ha aumentado un 53% entre 2010 y 2022, consolidándose como uno de los motores emergentes de la agricultura española.



### Esta semana

- 4** Un estudio demuestra que la ingesta de cítricos tiene efectos beneficiosos sobre el genoma
- 5** El sector agroalimentario valenciano afianza su liderazgo exportador
- 6** La producción mundial de cítricos del hemisferio norte alcanzará 27,39 millones de toneladas
- 7** La patata prevé una campaña de transición



- 10** La CE analiza el impacto de pesticidas prohibidos en la Unión Europea usados en importaciones
- 11** La distribución alimentaria crece un 18% en la CV en la última década
- 12** Cirilo Arandis: Las 20 principales



|                |                            |           |
|----------------|----------------------------|-----------|
| <b>Sumario</b> | Agrocomercio .....         | <b>3</b>  |
|                | Agroanálisis .....         | <b>6</b>  |
|                | Agrocultivos .....         | <b>10</b> |
|                | Agrodistribución .....     | <b>11</b> |
|                | Agrocotizaciones .....     | <b>13</b> |
|                | Noticias de Empresas ..... | <b>17</b> |



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 ORONCZ

■ 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

# El Corredor del Mediterráneo llega a meta

Por GONZALO GAYO

Más de 25 años cumple un proyecto que ha costado sudor y lágrimas para ver en el horizonte próximo la conclusión de unas obras vitales para España, Europa y la cuenca mediterránea.

Abróchense los cinturones porque el Corredor del Mediterráneo arrancará en 2027 y pondrá alas a la economía española. En estos momentos, el 83% de las obras están ejecutadas o en marcha y en apenas dos años viviremos una auténtica revolución en el transporte de pasajeros y mercancías conectando la cuenca mediterránea con las principales capitales de Europa. Para nuestra agricultura y sector agroalimentario supondrá un antes y un después. En apenas unas horas las cosechas estarán en los principales mercados con la máxima frescura y calidad de los productos.

Hemos tardado más de 25 años en concluir unas obras que deberían haber finalizado hace más de una década. Los sucesivos retrasos nos han hecho perder oportunidades de empleo y riqueza. El impulso significativo en la ejecución de obras desde 2018 ha permitido inversiones récord, superando los 2.600 millones de euros en ejecución. Hoy, desde el ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible confirman que el Corredor Mediterráneo estará en pleno funcionamiento en el año 2027.

El Corredor Mediterráneo beneficiará enormemente a la agricultura española especialmente a la de las regiones del arco mediterráneo, desde Andalucía, Murcia, Comunidad Valenciana y Cataluña, que son grandes exportadoras de frutas y verduras frescas al mercado europeo. El transporte ferroviario de grandes volúmenes nos hará más competitivos en los mercados del centro y norte de Europa. La rapidez y eficiencia del tren garantizarán que frutas, hortalizas y otros productos frescos lleguen a los mercados europeos en menos tiempo y en mejores condiciones de calidad. También, aliviará el tráfico de camiones en las autopistas, mejorando la fluidez logística general.

Tras el largo maratón de una obras eternas, la meta está a la vista y espere-mos que la agricultura y el sector citrí-cola sepa aprovechar esta gran oportu-nidad. Para ello es necesario concretar el desarrollo de plataformas logísticas intermodales en la Comunidad Valen-ciana, y teniendo como ejemplo a la Ciu-dad Agroalimentaria y del Transporte de Murcia, donde las empresas podrán cargar sus productos directamente en el tren en sus propias instalaciones. Es por ello importante que la Comunidad Va-lenciana concrete infraestructuras que benefician la logística del sector agroali-



La economía valenciana se prepara para la llegada del Corredor del Mediterráneo. / G. GONZALO

mentario y especialmente de la citricul-tura y productos de la huerta valenciana.

Un buen ejemplo es la Ciudad Agro-alimentaria y del Transporte de Murcia (CAT) cuyo nodo logístico es único por su alto nivel de intermodal, diseñado espe-cíficamente para que el tejido producti-vo agroalimentario. También la red de 24 mercados mayoristas agroalimentarios españoles, gestionados por Mercasa, se está adaptando al transporte ferroviario para impulsar soluciones intermoda-les más sostenibles con el Corredor del Mediterráneo.

También, el Corredor del Mediterrá-neo conectará con otras importantes plataformas como la Logística de Za-ragoza (PLAZA) siendo una de la más importantes de Europa y que conecta con diferentes corredores con un gran volumen de carga, incluyendo productos agroalimentarios, entre otras muchas co-nexiones con el resto de centros logísticos de España.

En apenas dos años el corredor esta-rá plenamente operativo desde Algeciras hasta la frontera francesa para conectar con toda Europa. Urgen pues superar las importantes demoras en el tramo entre Tarragona y Castellón, así como el sote-rramiento de vías en grandes ciudades y conexiones de puertos y hubs. Como señala el presidente de AVE, Vicente Boluda, es urgente no acumular más re-trasos en una infraestructura que con-sideran crucial para la competitividad económica de España y la conectividad con Europa. Los empresarios reivindican la importancia estratégica del corredor para todo el país, y urgen un sprint final en este maratón de un cuarto de siglo.

El compromiso adquirido por el mi-nistro Óscar Puente ante los empresarios en su visita a Valencia es que el cor-re-dor esté en “pleno funcionamiento” en 2027, permitiendo la alta velocidad desde Almería hasta la frontera francesa sin

transbordos. Se estima que el Corredor del Mediterráneo aportará 2,2 puntos al PIB de España hasta 2030 con la puesta en marcha de un corredor que llega a meta cuando más falta hace generar empleo y riqueza para las futuras generaciones. Es de justicia agradecer a empresarios como Vicente Boluda y Juan Roig el tesón en tantos años de lucha junto a otros muchos que ya no están como Arturo Viro-sque, presidente de la Cámara de Comercio, que puso sobre la mesa el primer es-tudio de un Corredor del Mediterráneo de Algeciras hasta Kiev. Agradecer también al ministerio de Transportes el esfuerzo inversor realizado en los últimos dos años, así como a administraciones locales por su reivindicación durante décadas y Generalitat en apoyo a infraestructuras vitales en el desarrollo de la logística necesaria como vemos en Sagunto y en puertos, esperemos también en otras zo-nas de la Comunidad Valenciana para que el corredor llegue a todos los sectores, especialmente a la agricultura valenciana. Necesitamos conectar toda la economía valenciana a las oportunidades que ofrece esta infraestructura y el puerto de Valen-cia. Poniendo en evidencia la urgencia en inversiones en el aeropuerto de Valencia dado su enorme potencial de futuro.

Hemos tardado 25 años en cumplir un sueño que beneficiará a todos, tras incompresibles demoras, pero al final con tesón todo llega. Ojalá también algún día seamos capaces de ponernos manos a la obra para que el agua se distribuya y reparta con justicia y evitar que se repitan tragedias como la sufrida hace un año realizando las obras urgentes y necesarias en infraestructuras. Será motivo de orgullo que algún día podamos superar tanto sufrimiento desde la soli-daridad para hacer frente a las sequías y tragedias climáticas. Esperemos que ese próximo maratón no dure otros 25 años por el bien de las futuras generaciones.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



# Agrocomercio

## El Parlamento Europeo permitirá que los productos del Sáhara se etiqueten como marroquíes

La medida, que autorizará a Marruecos identificar como propias las producciones saharauis, ha generado alarma entre las organizaciones agrarias por la competencia desleal y la pérdida de transparencia en la trazabilidad de los productos

### ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Parlamento Europeo ha dado luz verde a la propuesta de la Comisión Europea para modificar las normas de etiquetado de origen de frutas y hortalizas procedentes del Sáhara Occidental, permitiendo que en su comercialización en la UE figuren únicamente las denominaciones administrativas marroquíes —El Aaiún Sakia El Hamra y Dakhla Oued Ed Dahab— sin ninguna mención expresa al Sáhara Occidental.

La objeción presentada por el grupo del centro-derecha —el Partido Popular Europeo (PPE)— para rechazar la norma apenas obtuvo 359 votos, quedándose a un solo voto de la mayoría necesaria (360), mientras 188 eurodiputados votaron a favor y 76 se abstuvieron.

De esta forma, el reglamento sigue adelante, a pesar de las advertencias de muchos parlamentarios de que la medida contraviene la legislación y la jurisprudencia de la UE sobre indicación del origen de los productos. De hecho, la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) —en su sentencia de octubre 2024 sobre el destino de los acuerdos comerciales con Marruecos para el Sáhara Occidental— estableció que frutas y hortalizas originarias de ese territorio deben etiquetarse con “Sáhara Occidental” como país de procedencia, para no inducir a error al consumidor.

### ■ UN HEMICICLO DIVIDIDO

“La regulación propuesta no asegura que las frutas y hortalizas originarias del Sáhara Occidental sean claramente identificables con su verdadero país de procedencia, lo cual da lugar a un etiquetado ambiguo”, ha señalado una de las dos objeciones presentadas al texto, la redactada por el Partido Popular Europeo. Los populares advierten también de que la falta de “una referencia territorial explícita, precisa y verificable” podría “facilitar prácticas comerciales injustas, socavar la confianza de los consumidores y debilitar la certidumbre legal”.

La otra objeción, planteada por los Patriotas por Europa, ha subrayado que la sentencia de la justicia europea que anuló el sistema original y forzó a Bruselas a plantear esta alternativa ya “dejaba claro que el etiquetado de los bienes recolectados en el Sáhara Occidental debe indicar únicamente al Sáhara

Occidental como el país de origen de esos bienes”.

No obstante, estas objeciones al reglamento —las presentadas por los grupos europeos en los que se integran el Partido Popular y Vox— dejaron al descubierto una fuerte fractura interna en ambas familias políticas. Y, pese a haber impulsado la propuesta de veto, ni el Partido Popular Europeo (PPE) ni los Patriotas por Europa lograron cerrar filas.

El contraste llegó con los grupos progresistas, donde se produjo una mayoría clara a favor de mantener el texto propuesto por la Comisión Europea. El grupo socialdemócrata, Los Verdes —con apoyo de ERC, BNG, Comuns y Compromís—, la Izquierda —que agrupa a Podemos y Sumar— y buena parte de los Conservadores y Reformistas Europeos respaldaron la aprobación del sistema de etiquetado planteado. Dentro de esa mayoría progresista destacó la posición del PSOE, que se desmarcó de la línea dominante de su grupo. Los socialistas españoles defendieron que su postura se ajusta a la adoptada por los Veintisiete en el Consejo, que ya habían respaldado este sistema de etiquetado.

### ■ REACCIONES DEL SECTOR

La Federación Española de Asociaciones de Productores-Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (Fepex) ha lamentado que el Parlamento Europeo haya aprobado —por un solo voto de diferencia— esta normativa. Según la federación, será Marruecos quien emita los certificados de conformidad con las normas europeas sin supervisión de la UE, lo que, a su juicio, “supone una cesión de competencias injustificada”.

La organización considera que las consecuencias son “muy graves”, al permitir un etiquetado que “oculta el país de origen” y al modificar una norma comunitaria obligatoria “en favor de un país tercero”, un precedente que, han advertido, podría desencadenar demandas similares de otros Estados.

En el plano productivo, Fepex ha recordado que la competencia de Marruecos ya está “perjudicando gravemente al sector español”. Como ejemplo, han señalado la evolución del tomate: en la última década, la producción española se ha reducido un 31%, mientras que las exportaciones a la UE han caído un 25% —de 786.599 toneladas en



El reglamento fue aprobado por tan solo un voto de diferencia. / ARCHIVO

**El sector agrario ha reaccionado calificando este etiquetado como “tramposo”, un duro “golpe al campo español”, una “cesión de competencias injustificada” a un país tercero que tendrá “graves consecuencias para los productores españoles”**



El sector lleva tiempo denunciando que el tomate es ya uno de los productos más afectados por la competencia tanto marroquí como saharauí. / ARCHIVO

2014 a 591.098 en 2024, sin contar Reino Unido—. En paralelo, las importaciones comunitarias de tomate marroquí han aumentado un 42%.

La federación ha advertido de que esta presión competitiva se intensificará, especialmente ante la previsión de que la superficie de invernaderos en el Sáhara Occidental crezca de las actuales 1.200 hectáreas hasta 5.000. Estas producciones recibirían el mismo tratamiento que las marroquíes y podrían beneficiarse de ventajas arancelarias si prospera la modificación del Acuerdo de Asociación UE-Marruecos propuesta en octubre.

Ante este escenario, Fepex ha pedido que el Parlamento Europeo rechace la revisión de dicho Acuerdo de Asociación y ha reclamado que se tengan en cuenta “las implicaciones y graves consecuencias para los productores españoles”.

Desde Coexphal se alinean con lo denunciado por Copa-Cogeca, AREFLH y EUCOFEL, ya que expone a los productores europeos a una competencia desleal por parte de los productos del Sáhara Occidental cultivados con estándares sociales y medioambientales inferiores. Luis Miguel Fernández, gerente de Coexphal, ha afirmado que no se entiende

cómo los eurodiputados españoles que han votado en contra o se han abstenido, avalen que se apoye un etiquetado “tramposo” para las hortalizas procedentes del Sáhara Occidental.

Además, muestran su descontento en que “asuntos de esta índole primen las siglas políticas antes que defender un sector como el agroalimentario al que todos califican como estratégico y vital para la soberanía alimentaria”, explican desde la Asociación. “Es en estos momentos clave donde queremos ver a nuestros políticos dando la talla y defendiendo dicha soberanía”, sentencia Fernández.

La Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) denuncia que con esta decisión se consuma un “golpe a la transparencia alimentaria”. El resultado de la votación ha sido calificado como “una de las decisiones más preocupantes que ha tomado el Parlamento Europeo en materia de consumo alimentario y agricultura”. Según COAG, el objetivo de esta medida es “favorecer a grandes empresas que operan en el territorio ocupado y satisfacer las exigencias de Marruecos”. Andrés Góngora, miembro de la Comisión Ejecutiva de COAG, ha indicado que la propuesta legal “directamente, engaña a millones de consumidores europeos”.

La organización considera “inaceptable que se plieguen a los intereses de Marruecos en detrimento de los consumidores europeos y los agricultores españoles”.

Por su parte, Asaja ha denunciado esta situación como un duro “golpe al campo español”, al considerar que la aprobación del nuevo sistema de etiquetado del Sáhara Occidental supone “una grave amenaza para el sector agrícola español y europeo”. Según la organización, esta medida expone a los productores comunitarios “a la entrada de productos importados sin las garantías legales, sociales o medioambientales que sí cumplen los agricultores europeos”.

La asociación agraria ha advertido de que el cambio normativo favorecerá importaciones que generan “competencia desleal”, comprometiendo los estándares del sector y debilitando la posición de los agricultores europeos frente a competidores que operan “con normas más laxas”.

Así, Asaja ha recordado que fue el mismo Tribunal de Justicia de la Unión Europea quien estableció de forma clara que el Sáhara Occidental no forma parte de Marruecos y que cualquier marco comercial debe respetar estrictamente las sentencias vigentes, por lo que rechaza que se ponga en riesgo la seguridad jurídica del mercado único.

Además, la organización ha criticado abiertamente la posición de los eurodiputados españoles que no respaldaron la objeción al reglamento, señalando que “han votado en contra de la agricultura española”, y les ha insistido a “asumir su responsabilidad” ante las consecuencias que pueda tener la medida.

# Un estudio demuestra que la ingesta de cítricos tiene efectos beneficiosos sobre el genoma

La investigación revela que incrementar la ingesta de cítricos tiene un efecto sobre el genoma y puede ofrecer nuevas claves para intervenciones en salud

■ VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El proyecto ‘Análisis nutrigenómico de dietas suplementadas con cítricos’, un estudio pionero impulsado por el Instituto de Investigación Sanitaria INCLIVA, del Hospital Clínico Universitario de València, y la Fundación Valenciana de Agricultura y Medio Ambiente (FUVAMA) de la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja), ha confirmado en una segunda etapa de ejecución, con la colaboración de la Universitat Politècnica de València (UPV), que el consumo de cítricos tiene la capacidad de modificar de manera notable la expresión del genoma.

Las primeras conclusiones, que se presentaron el pasado 27 de noviembre en la sede de AVA-Asaja en Valencia, abren la puerta a estudios de validación para definir beneficios específicos de estos alimentos en diferentes áreas biomédicas y de la salud humana a partir de la modulación de genes y/o rutas biológicas específicas.

El estudio ‘Análisis nutrigenómico de dietas suplementadas con cítricos’, planificado como un proyecto prueba de concepto en investigación en el área de la nutrigenómica, está liderado por el Grupo de Investigación en Genómica Traslacional Humana de INCLIVA, bajo la dirección del investigador Arturo López Castel y su equipo. Este proyecto en concreto es pionero en tratar de obtener las primeras respuestas sobre el origen de las propiedades beneficiosas de cítricos, como la naranja y la mandarina, a partir de su capacidad para modular la expresión del genoma.

En este punto se ha estado trabajando en una segunda fase del proyecto, que incluye el análisis exhaustivo de la gran cantidad de datos ómicos generados durante la primera fase del mismo.



Los investigadores ya están trabajando en la redacción de los resultados. / AVA

Se obtienen a través de tecnologías de vanguardia que permiten analizar de forma integral estos componentes para entender su funcionamiento e interacciones.

## ■ CÍTRICOS

FUVAMA ha proporcionado los cítricos necesarios, con variedades de naranja y mandarina cultivadas en nuestra región, para el desarrollo de este proyecto de investigación, que ha sido financiado por la Conselleria de Agricultura.

## ■ RESULTADOS

En su conjunto, los resultados obtenidos hasta ahora permiten constatar por primera vez que dietas suplementadas con cítricos (naranja o mandarina) son capaces de modular significativamente in vivo (en ratones) la expresión génica en diferentes órganos, siendo relevante la identificación de diferencias concretas por cítrico con efectos concurriendo en órganos y rutas moleculares específicas. Así lo explicaron durante la presentación realizada el investigador Arturo López Castel y su equipo. Además de Arturo López, intervinieron en la presentación de

los resultados, Raquel Pérez y Luis Orduña, del Grupo de Investigación en Genómica Traslacional Humana de INCLIVA, y Salvador Francisco Navarro Aljibe, del Instituto Valenciano de Investigación en Inteligencia Artificial de la UPV.

De manera preliminar, el estudio, en el segundo análisis incorporado en la nueva fase de la investigación, ha llegado a varias conclusiones. Primero, y tras constatar que el análisis de diferentes aspectos funcionales y bioquímicos en los ratones no mostró cambios entre la presencia o ausencia de la suplementación con cítricos, sí que se ha establecido de manera concluyente la presencia de cambios en los niveles de expresión de un gran número de sus genes (transcriptómica) y en los niveles relativos de proteínas (proteómica) en los grupos de ratones donde hay llegada importante del cítrico a diferentes tejidos (cerebro, hígado, músculo esquelético, riñón, corazón y tejido adiposo).

Una de las hipótesis planteadas inicialmente era que la naranja y la mandarina provocarían un efecto similar. Sin embargo, el estudio ha revelado que la mag-

nitud de la respuesta tejido por tejido de la dieta suplementada con mandarina es considerablemente mayor que la obtenida con naranja en casi todos los órganos analizados. Para dar una primera respuesta a este interesante resultado, se realizó el análisis de los piensos suministrado a los ratones y suplementados con cada cítrico durante esta segunda fase del proyecto, observándose una composición de principios activos presente diferente. En concreto, el pienso suplementado con mandarina contenía una cantidad superior en alcaloides y flavonoides específicos, como la sinefrina o la naringenina, reportados en literatura por relevantes efectos bioactivos.

Un segundo aspecto relevante, identificado y precisado por los investigadores durante el proyecto, fue el alto nivel de complejidad a la hora de interpretar los resultados ómicos en un contexto de ‘normalidad’ funcional observada tras la ingesta de las diferentes dietas —sin y con suplementación cítrica—, aunque la existencia de cambios en los niveles de muchos genes y proteínas sí era evidente.

Por ello, la segunda fase del proyecto se definió con el objetivo de trabajar en profundidad el análisis de los datos ómicos, utilizando diversas herramientas bioinformáticas. El equipo participante desde el Instituto Valenciano de Investigación en Inteligencia Artificial de la UPV (VRAIN) y liderado por el catedrático Oscar Pastor explicó que “los análisis bioinformáticos proporcionan una base sólida para identificar genes que responden a intervenciones nutricionales, mientras que las técnicas de machine learning amplían este enfoque al detectar patrones complejos que los métodos tradicionales no captan por sí solos”. “La com-

binación de ambos está impulsando una selección génica más robusta, informativa y predictiva para aplicaciones en nutrigenómica de precisión”, concluyeron.

Finalmente, un tercer grupo de resultados, expuestos por la investigadora Raquel Pérez, integrante del grupo de investigación de INCLIVA, incluye los primeros ejemplos concretos de resultados potencialmente relevantes tras el análisis de los datos obtenidos tras la dieta suplementada con mandarina en los dos primeros órganos analizados: corazón y cerebro.

A nivel de corazón se han identificado correlaciones positivas en cambios de expresión en genes relacionados con un aumento de la respiración celular, de la función mitocondrial, así como con su potencial respuesta al estrés oxidativo y vascularización, sugiriendo un potencial efecto positivo sobre el funcionamiento de este órgano. Un segundo resultado relevante también en corazón, y a partir de la ingesta de mandarina, es la reducción significativa de TGF- $\beta$ , un biomarcador encontrado frecuentemente aumentado en diferentes tipos de cáncer.

Por otro lado, el análisis de datos transcriptómicos y proteómicos realizados mediante aproximaciones bioinformáticas integrativas, muestra la capacidad de mostrar rutas moleculares relevantes que el análisis transcriptómico tradicional por sí solo no es capaz de detectar. Así, se han identificado cambios consistentes en la expresión de genes relacionados con el control del establecimiento del ritmo circadiano en el cerebro. Actualmente, entender cómo se regulan los ritmos circadianos de un organismo es esencial por su influencia directa en la salud, sabiendo que la vida moderna ha provocado una desincronización en este reloj biológico natural, lo que impacta negativamente en nuestro bienestar. La relevancia fisiológica de dichos cambios producidos en este caso por una dieta rica en mandarina, aún no está clara, pero es una puerta muy interesante donde extender procesos de validación derivados de este proyecto.

Es importante mencionar que estos primeros resultados son prometedores, pero deben interpretarse con cautela ya que han sido obtenidos a partir de una población de animales pequeña, y no deben extrapolarse sin validaciones adicionales.

## Aragón exporta trufa negra por valor de más de 34 millones

En Teruel, en los últimos 8 años, la superficie ha crecido un 45% y 7 de cada 10 pueblos de la provincia tienen plantaciones

■ JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Aragón es el mayor productor mundial de trufa negra con 10.952 hectáreas dedicadas a su cultivo, especialmente en las provincias de Huesca y Teruel.

Pese a la variabilidad de las campañas, la exportación supera los 34 millones de euros, con Francia, Italia, Alemania y Reino Unido como principales mercados.

Estos datos confirman el impacto económico y social de la truficultura como motor de empleo, innovación y fijación

de población en el medio rural aragonés.

El consejero de Agricultura, Ganadería y Alimentación del Gobierno de Aragón, Javier Rincón, y la directora general de Innovación y Promoción Agroalimentaria, Amparo Cuéllar, visitaron la VI Feria de la Trufa Negra de Graus, celebrada el pasado fin de semana en la citada localidad oscense.

Rincón señaló que “la trufa negra es un emblema de nuestro ‘Aragón, Sabor de Verdad’: calidad, autenticidad y terri-

torio. Graus y su feria son un escaparate extraordinario para reconocer el trabajo de nuestros productores y seguir abriendo mercados”.

Añadió que su departamento “apoya al sector con hechos: más promoción, más innovación y más colaboración público privada para que la truficultura siga generando oportunidades en nuestros pueblos”. A Graus le sucede en el calendario trufero la XXIV edición de la Feria Internacional de la Trufa de Sarrión (Fitruf), que se celebrará

entre los días 6 al 8 de diciembre con la participación de 45 expositores y un amplio programa de actividades.

Entre las novedades figura la apuesta por los productos sin aromatizantes creando el Producto Amigo de Fitruf, un alimento que cada expositor deberá escoger de entre su catálogo y será promocionado, de forma que los usuarios tendrán la garantía de que está elaborado únicamente con trufa natural.

Además de una nueva taberna y un espacio para promocionar productos, se contará por primera vez con un tren turístico que unirá el recinto ferial con el centro de interpretación Tuber Universum.

El Panel de Cata de Trufa Negra, único en el mundo dedicado a este producto, se ocupará de seleccionar y supervisar todas las piezas que se comercialicen durante los tres días de la muestra.

Asimismo, el Instituto de Estudios Turolenses ha editado la cartilla La Trufa Negra en Teruel, que se presentará el sábado en el marco de la Feria. Se trata de una publicación divulgativa en la que se hace un repaso por la historia de la truficultura en Teruel, que es la historia de la truficultura en el conjunto de España.

En la publicación se refleja la hegemonía que tiene la provincia, tanto en lo que se refiere a hectáreas plantadas como a producción. Además, recoge la evolución del sector, desde los primeros años de recolección de trufa silvestre hasta hoy, con más de 10.000 hectáreas de cultivo.

En ocho años la superficie ha crecido en Teruel un 45% y siete de cada 10 pueblos tienen plantaciones. Solo Sarrión cuenta con 2.212 hectáreas, destacando los regadíos sociales.

# El sector agroalimentario valenciano afianza su liderazgo exportador y crece un 8,7% hasta septiembre

Las ventas exteriores alcanzan los 7.402 millones de euros y suponen ya el 26,6% del total exportado por la Comunitat Valenciana, con las frutas, los productos transformados y las hortalizas como principales motores

**VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**  
El sector agroalimentario de la Comunitat Valenciana continúa reforzando su peso en la economía regional y en los mercados internacionales. Entre enero y septiembre de 2025, las exportaciones agroalimentarias alcanzaron un valor de 7.402 millones de euros, lo que representa el 26,6% del total de ventas exteriores de la autonomía.  
El conseller de Agricultura, Agua, Ganadería y Pesca, Miguel Barrachina, ha destacado que las exportaciones del sector “crecieron un 8,7% interanual, muy por encima del incremento del 0,3% registrado en el total de exportaciones de la Comunitat”. Según ha subrayado, “nuestros productos agroalimentarios son un referente internacional. Frutas, hortalizas, productos transformados, zumos y vino no solo reflejan la riqueza de nuestro campo, sino que también impulsan la economía valenciana y generan empleo de calidad. Los datos de este año son una muestra del esfuerzo de agricultores, cooperativas y empresas por lle-



Barrachina de visita en las instalaciones de Zuvamesa en el Puerto de Sagunto / GVA

**Por categorías, las frutas se mantienen como el principal motor exportador, con 2.845,7 millones de euros y un peso del 38,4%**

var la excelencia de la Comunitat al mundo”.  
Barrachina ha realizado estas declaraciones durante su visita, acompañado del director general de la Industria y Cadena Agroalimentaria, Ernesto Fernández, a la empresa Zumos Valencianos del Mediterráneo (Zuvamesa).  
Por categorías, las frutas se mantienen como el principal motor exportador, con 2.845,7 millones de euros y un peso del 38,4%. Les siguen los productos transformados (2.308,2 millones, 31,2%) y las hortalizas (850 millones, 11,5%). El vino valenciano también consolida su presencia exterior, con 194,1 millones exportados y un incremento del

8,9% respecto al mismo periodo del año anterior.  
En cuanto a los destinos, Alemania continúa como el principal mercado, absorbiendo el 19,1% de las exportaciones agroalimentarias valencianas. Le siguen Francia (16,8%), Italia (8,3%), Reino Unido (7,6%) y Portugal (5,8%).  
A nivel estatal, la Comunitat Valenciana mantiene la tercera posición en exportaciones agroalimentarias, con una cuota del 12,6%, situándose por detrás de Cataluña (22,3%) y Andalucía (20,8%).  
“Estos resultados nos animan a seguir impulsando la innovación, la calidad y la internacionalización del sector agroalimentario valenciano. La Comunitat está preparada para afrontar nuevos retos y seguir creciendo en los mercados internacionales”, ha concluido Barrachina.

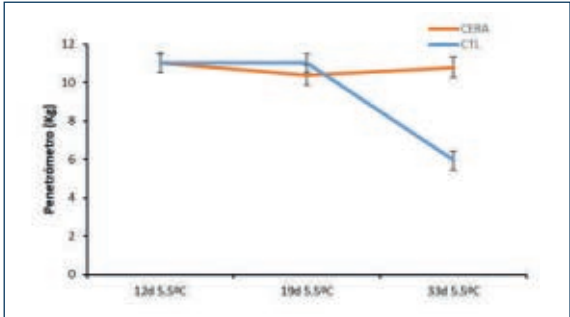
**■ POR PROVINCIAS**  
Alicante registró exportaciones por 1.801,6 millones de euros, lo que supone un crecimiento interanual del 13,2%. La provincia alcanzó un saldo comercial positivo de 861,4 millones y una cobertura del 191,6%.  
Castellón, por su parte, exportó productos agroalimentarios por valor de 946,8 millones de euros, un 6,9% más que el año anterior. Su saldo comercial se situó en +561,4 millones y la cobertura ascendió al 245,7%.  
Valencia, la provincia con mayor volumen de ventas exteriores, alcanzó los 4.653,6 millones de euros, con un incremento del 7,5%. Su saldo comercial fue de +955,5 millones, mientras que la cobertura llegó al 125,8%.

## CITROPOST

### El recubrimiento vegetal Plantseal Tropicals® incrementa la vida comercial de los aguacates

La aplicación de recubrimientos comestibles en aguacate ha sido tradicionalmente controvertida debido a los resultados inconsistentes descritos en la literatura. Esta variabilidad se debe a la heterogeneidad de las formulaciones y a la influencia de la emulsificación sobre la permeabilidad del film, lo que hace que incluso recubrimientos de composición similar actúen de forma distinta sobre los intercambios gaseosos y la fisiología del fruto. Por ello, referirse a “recubrimientos” de manera general es impreciso, ya que su eficacia depende de parámetros de formulación y procesado. Desde hace casi una década, el área de I+D+i de CITROSOL desarrolla recubrimientos específicamente adaptados al aguacate, con el objetivo de prolongar su vida comercial, reducir su ablandamiento, minimizar los pardeamientos de pulpa y controlar la pérdida de peso durante el transporte.  
Fruto de este trabajo surgió PlantSeal Tropicals®, un recubrimiento vegetal introducido en el mercado hace algunos años. Recientemente ha sido evaluado por el Centro de Tecnología Postcosecha (CTP) del IVIA en aguacates cv. Lamb Hass, obteniéndose resultados coincidentes con los obtenidos previamente por CITROSOL tanto en ensayos de planta piloto como en envíos semi-comerciales realizados con distintos operadores peruanos. En todos los casos, el comportamiento del recubrimiento ha sido muy positivo.  
Uno de los efectos más destacables es su capacidad para retener la firmeza del fruto durante el transporte frigorífico prolongado. En la gráfica se muestra la evolución de firmeza durante 33 días a 5,5 °C. Mientras los frutos control —solo lavados e higienizados— redujeron su firmeza de 11 kg a 6 kg en ese periodo, los frutos tratados con PlantSeal Tropicals® mantuvieron

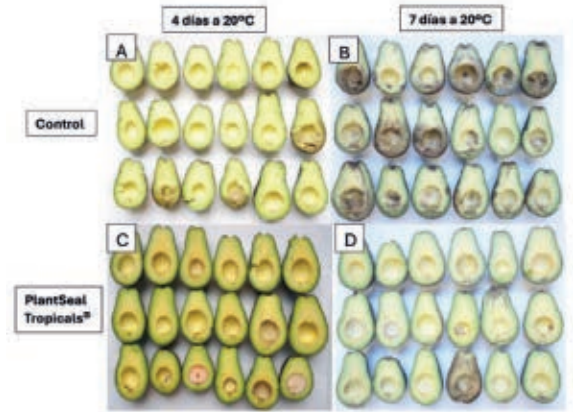
prácticamente los 11 kg iniciales. Este mantenimiento de la firmeza se atribuye, según los resultados del IVIA, a una menor producción endógena de etileno en los frutos recubiertos, lo que ralentiza el avance de la maduración durante el almacenamiento frigorífico. Como consecuencia directa, PlantSeal Tropicals® reduce de manera notable el porcentaje de fruta sobremadura, es decir, aquella demasiado blanda para la venta, incrementando el volumen de fruta comercializable.



Otro aspecto de gran relevancia es la reducción de los pardeamientos de pulpa que aparecen tras el transporte prolongado y durante la vida comercial posterior. La fotografía muestra imágenes representativas del ensayo del IVIA, donde se observa un control significativo del oscurecimiento interno en los frutos recubiertos frente al control. Este efecto tiene enorme impacto en la reducción de mermas, especialmente en mercados lejanos donde la fruta debe soportar varios días adicionales en lineal tras completar el proceso de maduración comercial.



Además, PlantSeal Tropicals® cumple con uno de los requisitos funcionales más importantes de cualquier recubrimiento: disminuir la pérdida de peso. En ensayos con cv. Hass y cv. Lamb Hass —tanto en planta piloto como en envíos semi-comerciales— el recubrimiento ha logrado reducir la deshidratación entre un 25 y un 37%, dependiendo del calibre y la variedad. Este efecto puede suponer un ahorro aproximado de 500 kg de fruta por contenedor a la llegada (33 días a 5-6 °C más tres días de maduración con etileno) y hasta 600 kg si se consideran cuatro días adicionales en lineal. Sumado al menor porcentaje de fruta sobremadura y al control de pardeamientos, la reducción global de mermas es aún mayor.



Finalmente, tanto en los estudios del IVIA como en los ensayos propios, PlantSeal Tropicals® no alteró ni la evolución del color, ni el contenido en materia seca, ni el comportamiento del fruto durante maduración, demostrando ser un recubrimiento eficaz, seguro y compatible con la fisiología natural del aguacate.

**Dr. Benito Orihuel - Dr. Rafael Torregrosa**  
DEPARTAMENTO TÉCNICO DE CITROSOL

CITROPOST es una publicación elaborada íntegramente por el Departamento Técnico de CITROSOL, con el objetivo de impulsar el conocimiento en POSTCOSECHA. En CITROSOL realizamos una labor de investigación constante con el mayor rigor científico, prueba de ello son estas publicaciones que, con la ayuda de Valencia Fruits, compartiremos con sus lectores.

# Agroanálisis

## La producción mundial de cítricos del hemisferio norte alcanzará 27,39 millones de toneladas

España mantiene su liderazgo en la producción comunitaria, aunque con una reducción notable de su volumen global, según las previsiones de la WCO



► NR. REDACCIÓN.  
La World Citrus Organisation (WCO) presentó el pasado 20 de noviembre su previsión anual de producción cítrica para la campaña 2025/26 en el hemisferio norte. Se trata de un informe preliminar elaborado a partir de los datos remitidos por las asociaciones sectoriales de los principales países productores del arco mediterráneo y de Estados Unidos. Aunque el documento original es conciso, las cifras dibujan una campaña

Las cifras que presenta la World Citrus Organisation de la cosecha mundial dibujan una campaña marcada por la moderación y por la consolidación de la tendencia bajista observada en los últimos años, especialmente en la cuenca mediterránea

marcada por la moderación y por la consolidación de la tendencia bajista observada en los últimos años, especialmente en la cuenca mediterránea.

Según la WCO, la producción mundial de cítricos del hemisferio norte alcanzará 27,39 millones de toneladas, lo que supone un descenso interanual del 1,51%

respecto a la campaña 2024/25. Si la comparación se hace con la media de las cuatro temporadas anteriores, la caída se intensifica hasta el 5,13%. En paralelo, también se prevé un retroceso en las exportaciones, que disminuirían un 0,81% respecto a la campaña precedente y un 8,25% en relación con el promedio cuatrienal. En esencia, el mercado afronta un suministro más ajustado, pero no por ello exento de heterogeneidad entre países y categorías de producto.

■ EN EUROPA

El análisis por países dentro de la Unión Europea confirma que España seguirá liderando la producción comunitaria, aunque con una reducción notable de su volumen global. La WCO estima que la cosecha española bajará un 9,72% respecto al año pasado, situándose en 5,59 millones de toneladas. Si el punto de referencia es la media de las cuatro últimas campañas, la contracción alcanza el 11,20%. Este descenso refuerza una preocupación recurrente en el sector español: la dificultad para estabilizar la oferta frente a eventos meteorológicos extremos, alterancias productivas más marcadas y presiones fitosanitarias constantes.

Italia, segundo productor comunitario, tampoco escapa a esta dinámica. El país prevé cerrar la campaña con un volumen cercano a los 3 millones de toneladas, lo que representa una caída del 6,12% en comparación con 2024/25. Grecia, con 1,23 millones de toneladas, muestra un ajuste más suave: un retroceso del 1,58%. En contraste, Portugal mantiene su senda de crecimiento tras incorporarse al pronóstico el año pasado. Para 2025/26, el país luso espera un salto del 14,20%, hasta las 380.000 toneladas, cifra que revela el mayor peso de su citricultura en el contexto comunitario.

■ EGIPTO Y TURQUÍA

Fuera del ámbito comunitario, los países mediterráneos muestran comportamientos muy dispares. Egipto continúa su proceso de expansión y, según el pronóstico de la WCO, podría convertirse en el mayor productor del hemisferio norte con 4,95 millones de toneladas, un incremento del 13,85% respecto a la campaña anterior. Turquía, por el contrario, afronta un año complejo: sus previsiones apuntan a una bajada del 10,83% en comparación con 2024/25 y del 15,31% frente a la media de los cuatro ejercicios precedentes, hasta situarse en 4,42 millones de toneladas. En el caso de Marruecos, la campaña se moverá

| CÍTRICOS. Previsión de cosecha del hemisferio norte 2025/2026*                                                                               |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |                          |                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------------------|-------------------------|
| PRODUCCIÓN (t)                                                                                                                               |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |                          |                         |
| PAÍS                                                                                                                                         | 2016       | 2017       | 2018       | 2019       | 2020       | 2021       | 2022       | 2023       | 2024       | 2025       | Variación %<br>2025/2024 | Media últimos<br>4 años |
| España                                                                                                                                       | 7,260,707  | 6,673,763  | 7,663,657  | 6,407,801  | 7,136,307  | 7,099,197  | 5,828,448  | 6,044,973  | 6,186,825  | 5,585,212  | -9.72%                   | -11.20%                 |
| Italia                                                                                                                                       | 2,727,834  | 2,751,915  | 2,599,810  | 2,865,009  | 2,911,785  | 3,065,156  | 2,422,511  | 3,147,876  | 3,191,225  | 2,995,950  | -6.12%                   | +1.33%                  |
| Grecia                                                                                                                                       | 1,149,000  | 1,160,000  | 1,220,000  | 1,182,000  | 1,161,000  | 1,120,027  | 1,188,167  | 1,139,658  | 1,247,657  | 1,228,000  | -1.58%                   | +4.61%                  |
| Portugal                                                                                                                                     | 402,376    | 431,123    | 437,795    | 448,666    | 460,621    | 452,173    | 351,727    | 389,725    | 331,367    | 378,428    | +14.20%                  | -0.74%                  |
| TOTAL UNIÓN EUROPEA                                                                                                                          | 11,539,917 | 11,016,800 | 11,921,261 | 10,903,476 | 11,669,713 | 11,736,553 | 9,790,853  | 10,722,232 | 10,957,074 | 10,187,590 | -7.02%                   | -5.69%                  |
| Turquía                                                                                                                                      | 4,253,120  | 4,858,000  | 4,905,000  | 4,409,185  | 4,376,987  | 5,411,598  | 4,488,000  | 6,010,450  | 4,954,300  | 4,417,531  | -10.83%                  | -15.31%                 |
| Egipto                                                                                                                                       | 4,349,532  | 4,595,198  | 4,709,945  | 4,870,844  | 4,473,255  | 4,524,400  | 4,897,000  | 5,403,500  | 4,347,000  | 4,949,000  | +13.85%                  | +3.26%                  |
| Marruecos                                                                                                                                    | 1,892,038  | 1,822,379  | 2,097,244  | 1,422,490  | 2,053,065  | 2,601,500  | 1,743,000  | 1,908,200  | 2,108,400  | 2,091,200  | -0.82%                   | +0.04%                  |
| Israel                                                                                                                                       | 487,200    | 537,850    | 449,400    | 478,900    | 457,000    | 440,500    | 506,000    | 516,000    | 427,000    | 530,000    | +24.12%                  | +12.20%                 |
| Túnez                                                                                                                                        | 453,820    | 346,000    | 440,900    | 366,418    | 440,700    | 349,900    | 290,000    | 365,000    | 383,850    | 372,334    | -3.00%                   | +7.24%                  |
| TOTAL NO-UE MEDITERRÁNEO                                                                                                                     | 11,435,710 | 12,159,427 | 12,602,489 | 11,547,837 | 11,801,007 | 13,327,898 | 11,924,000 | 14,203,150 | 12,220,550 | 12,360,066 | +1.14%                   | -4.33%                  |
| TOTAL MEDITERRÁNEO                                                                                                                           | 22,975,627 | 23,176,227 | 24,523,751 | 22,451,314 | 23,470,720 | 25,064,451 | 21,714,853 | 24,925,382 | 23,177,624 | 22,547,656 | -2.72%                   | -4.94%                  |
| Estados Unidos                                                                                                                               | 7,932,000  | 6,982,000  | 5,564,000  | 7,384,000  | 7,122,000  | 6,265,000  | 5,075,000  | 4,657,759  | 4,639,275  | 4,849,583  | +4.53%                   | -6.00%                  |
| TOTAL HEMISFERIO NORTE                                                                                                                       | 30,907,627 | 30,158,227 | 30,087,751 | 29,835,314 | 30,592,720 | 31,329,451 | 26,789,853 | 29,583,141 | 27,816,899 | 27,397,239 | -1.51%                   | -5.13%                  |
| Fuente. World Citrus Organisation (WCO)                                                                                                      |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |                          |                         |
| *Basado en datos de asociaciones del sector de Egipto, Grecia, Israel, Italia, Marruecos, España, Túnez, Turquía, Portugal y Estados Unidos. |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |                          |                         |

Por categorías, se confirma una campaña desigual: bajan las naranjas, las mandarinas suben, el limón cae, y el pomelo apenas crece

en parámetros muy similares a los de la pasada, con 2,09 millones de toneladas.

Entre los productores mediterráneos de menor dimensión, destaca Israel, que registra el mayor crecimiento proporcional del grupo: un 24,12%, alcanzando las 530.000 toneladas. Túnez, en cambio, encadena una corrección del 3%, ubicándose en torno a las 370.000 toneladas.

ESTADOS UNIDOS

En el caso de Estados Unidos, la publicación oficial del USDA se ha visto retrasada por el cierre de la administración federal, pero las primeras estimaciones procedentes de California y Florida indican un repunte del 4,53% respecto a la campaña anterior. Con estos datos provisionales, la producción estadounidense ascendería a 4,85 millones de toneladas, aunque la WCO advierte de que podrían producirse revisiones una vez se disponga del informe completo.

POR CATEGORÍAS

El desglose por categorías confirma que la campaña será desigual según el tipo de cítrico. Las naranjas, que representan el 51% del total, sufrirán un retroceso del 2,16%, hasta 13,86 millones de toneladas. Los cítricos pequeños —mandarinas, satsumas y clementinas— son el grupo que mejor comportamiento muestra, con un crecimiento del 5,91% y un volumen conjunto de 8,51 millones de toneladas. En el extremo opuesto, el limón registra uno de los mayores ajustes: su producción caerá un 12,38%, con 4,23 millones de toneladas previstas. El pomelo, más minoritario, experimentará un ligero avance del 1,17%, hasta rondar las 790.000 toneladas.

La WCO cerrará el ciclo informativo de la campaña 2025 en próximo mes de abril, cuando publique el pronóstico de producción y exportación del hemisferio sur para 2026.

| POR PRODUCTO. Previsión de cosecha del hemisferio norte 2025/2026* |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |             |                      |
|--------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|----------------------|
| PRODUCCIÓN (t)                                                     |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | Variación % |                      |
| PAÍS                                                               | 2016       | 2017       | 2018       | 2019       | 2020       | 2021       | 2022       | 2023       | 2024       | 2025       | 2025/2024   | Media últimos 4 años |
| NARANJAS                                                           |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |             |                      |
| España                                                             | 3,624,103  | 3,487,152  | 3,908,749  | 3,267,932  | 3,373,981  | 3,623,041  | 2,859,004  | 2,810,970  | 3,080,017  | 2,723,683  | -11.57%     | -11.95%              |
| Italia                                                             | 1,590,303  | 1,582,513  | 1,592,401  | 1,650,207  | 1,772,769  | 1,770,909  | 1,328,182  | 1,835,965  | 1,807,214  | 1,800,000  | -0.40%      | +6.79%               |
| Grecia                                                             | 920,000    | 916,000    | 960,000    | 920,000    | 887,000    | 855,243    | 880,000    | 872,404    | 886,307    | 865,000    | -2.40%      | -0.97%               |
| Portugal                                                           | 319,743    | 344,136    | 346,510    | 355,284    | 363,918    | 378,452    | 278,706    | 329,006    | 282,075    | 314,920    | +11.64%     | -0.67%               |
| TOTAL UNIÓN EUROPEA                                                | 6,454,149  | 6,329,801  | 6,807,660  | 6,193,423  | 6,397,668  | 6,627,645  | 5,345,892  | 5,848,345  | 6,055,614  | 5,703,603  | -5.81%      | -4.45%               |
| Turquía                                                            | 1,950,000  | 2,048,000  | 2,005,000  | 1,810,000  | 1,438,975  | 1,852,691  | 1,164,000  | 2,051,000  | 1,575,000  | 1,338,750  | -15.00%     | -19.39%              |
| Egipto                                                             | 2,939,084  | 3,147,545  | 3,246,483  | 3,000,000  | 3,100,000  | 3,043,700  | 3,516,300  | 3,710,000  | 3,000,000  | 3,150,000  | +5.00%      | -5.05%               |
| Marruecos                                                          | 832,244    | 817,836    | 951,921    | 647,927    | 934,900    | 1,227,600  | 783,200    | 878,700    | 904,500    | 900,000    | -0.50%      | -5.11%               |
| Israel                                                             | 70,900     | 80,600     | 76,100     | 67,800     | 66,200     | 65,000     | 99,000     | 105,000    | 90,000     | 150,000    | +66.67%     | +67.13%              |
| Túnez                                                              | 362,500    | 213,500    | 285,200    | 235,798    | 292,500    | 222,000    | 185,400    | 226,000    | 232,400    | 225,428    | -3.00%      | +4.15%               |
| TOTAL NO-UE MEDITERRÁNEO                                           | 6,154,728  | 6,307,481  | 6,564,704  | 5,761,525  | 5,832,575  | 6,410,991  | 5,747,900  | 6,970,700  | 5,801,900  | 5,764,178  | -0.65%      | -7.52%               |
| TOTAL MEDITERRÁNEO                                                 | 12,608,878 | 12,637,282 | 13,372,364 | 11,954,948 | 12,230,243 | 13,038,636 | 11,093,792 | 12,819,045 | 11,857,514 | 11,467,781 | -3.29%      | -6.02%               |
| Estados Unidos                                                     | 5,523,000  | 4,616,000  | 3,560,000  | 4,923,000  | 4,766,000  | 3,981,000  | 3,108,000  | 2,430,212  | 2,306,857  | 2,391,089  | +3.65%      | -19.12%              |
| TOTAL HEMISFERIO NORTE                                             | 18,131,878 | 17,253,282 | 16,932,364 | 16,877,948 | 16,996,243 | 17,019,636 | 14,201,792 | 15,249,257 | 14,164,371 | 13,858,870 | -2.10%      | -9.58%               |
| LIMONES                                                            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |             |                      |
| España                                                             | 1,151,897  | 1,053,123  | 1,271,076  | 1,208,159  | 1,375,515  | 1,215,945  | 1,027,826  | 1,246,507  | 1,111,467  | 1,027,000  | -7.60%      | -10.73%              |
| Italia                                                             | 435,471    | 418,098    | 424,629    | 445,949    | 473,276    | 466,392    | 431,413    | 472,962    | 475,396    | 380,000    | -20.07%     | -17.67%              |
| Grecia                                                             | 68,000     | 69,000     | 85,000     | 85,000     | 100,000    | 110,407    | 113,167    | 94,079     | 144,695    | 153,000    | +5.74%      | +32.37%              |
| Portugal                                                           | 15,382     | 16,445     | 23,187     | 25,197     | 27,189     | 30,618     | 36,213     | 28,784     | 24,918     | 27,698     | +11.16%     | -8.08%               |
| TOTAL UNIÓN EUROPEA                                                | 1,670,750  | 1,556,666  | 1,803,892  | 1,764,306  | 1,975,980  | 1,823,361  | 1,608,619  | 1,842,332  | 1,756,476  | 1,587,698  | -9.61%      | -9.87%               |
| Turquía                                                            | 750,000    | 1,000,000  | 1,000,000  | 950,000    | 1,100,000  | 1,500,000  | 1,320,000  | 1,594,550  | 1,563,000  | 1,120,984  | -28.28%     | -24.99%              |
| Egipto                                                             | 348,126    | 365,545    | 353,111    | 363,280    | 308,788    | 324,500    | 316,000    | 340,000    | 340,000    | 340,000    | -           | +2.99%               |
| Marruecos                                                          | 32,266     | 32,276     | 36,536     | 27,982     | 28,545     | 50,000     | 30,000     | 38,500     | 41,700     | 43,800     | +5.04%      | +9.36%               |
| Israel                                                             | 65,500     | 66,500     | 67,200     | 72,600     | 68,100     | 70,000     | 62,500     | 62,000     | 58,000     | 70,000     | +20.69%     | +10.89%              |
| Túnez                                                              | 72,500     | 52,000     | 54,300     | 50,323     | 53,000     | 52,300     | 40,000     | 55,000     | 53,000     | 51,410     | -3.00%      | +2.67%               |
| TOTAL NO-UE MEDITERRÁNEO                                           | 1,268,392  | 1,510,321  | 1,511,147  | 1,484,185  | 1,558,433  | 1,996,800  | 1,768,500  | 2,090,050  | 2,055,700  | 1,626,194  | -20.88%     | -17.78%              |
| TOTAL MEDITERRÁNEO                                                 | 2,939,142  | 3,072,987  | 3,315,039  | 3,228,491  | 3,534,413  | 3,820,161  | 3,377,119  | 3,932,382  | 3,812,176  | 3,213,892  | -15.68%     | -13.96%              |
| Estados Unidos                                                     | 820,000    | 800,000    | 806,000    | 909,000    | 983,000    | 804,000    | 960,000    | 923,514    | 1,020,401  | 1,020,401  | -           | +10.08%              |
| TOTAL HEMISFERIO NORTE                                             | 3,759,142  | 3,872,987  | 4,121,039  | 4,137,491  | 4,517,413  | 4,624,161  | 4,337,119  | 4,855,896  | 4,832,577  | 4,234,293  | -12.38%     | -9.18%               |
| MANDARINAS                                                         |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |             |                      |
| España                                                             | 2,404,345  | 2,060,303  | 2,398,621  | 1,849,551  | 2,289,977  | 2,166,836  | 1,852,676  | 1,885,259  | 1,887,617  | 1,733,529  | -8.16%      | -11.01%              |
| Italia                                                             | 697,725    | 746,930    | 578,288    | 763,601    | 660,280    | 822,396    | 657,917    | 833,204    | 901,331    | 810,000    | -10.13%     | +0.78%               |
| Grecia                                                             | 161,000    | 175,000    | 175,000    | 177,000    | 177,000    | 154,377    | 195,000    | 173,175    | 216,655    | 210,000    | -3.07%      | +13.64%              |
| Portugal                                                           | 39,051     | 42,104     | 42,142     | 42,229     | 43,414     | 42,887     | 36,652     | 31,792     | 24,254     | 35,665     | +47.05%     | +5.22%               |
| TOTAL UNIÓN EUROPEA                                                | 3,302,121  | 3,024,357  | 3,164,051  | 2,832,361  | 3,167,871  | 3,186,496  | 2,742,245  | 2,923,430  | 3,028,857  | 2,788,184  | -7.94%      | -6.10%               |
| Turquía                                                            | 1,300,000  | 1,550,000  | 1,650,000  | 1,400,000  | 1,600,000  | 1,810,000  | 1,860,000  | 2,133,900  | 1,651,300  | 1,768,542  | +7.10%      | -5.11%               |
| Egipto                                                             | 1,020,322  | 1,040,108  | 1,068,351  | 1,465,564  | 1,025,895  | 1,111,500  | 1,012,500  | 1,295,500  | 945,000    | 1,394,000  | +47.51%     | +27.76%              |
| Marruecos                                                          | 1,025,148  | 969,547    | 1,105,642  | 743,691    | 1,086,700  | 1,320,500  | 927,000    | 988,000    | 1,157,000  | 1,142,000  | -1.30%      | +4.00%               |
| Israel                                                             | 185,200    | 242,150    | 161,600    | 199,800    | 179,200    | 185,000    | 159,000    | 194,000    | 133,000    | 170,000    | +27.82%     | +1.34%               |
| Túnez                                                              | 0          | 66,000     | 84,700     | 66,827     | 79,600     | 62,100     | 52,600     | 70,400     | 85,750     | 83,178     | -3.00%      | +22.84%              |
| TOTAL NO-UE MEDITERRÁNEO                                           | 3,530,670  | 3,867,805  | 4,070,293  | 3,875,882  | 3,971,395  | 4,480,100  | 4,011,100  | 4,681,800  | 3,972,050  | 4,557,720  | +14.74%     | +6.28%               |
| TOTAL MEDITERRÁNEO                                                 | 6,832,791  | 6,892,142  | 7,284,344  | 6,708,263  | 7,139,066  | 7,676,596  | 6,753,345  | 7,605,230  | 7,001,907  | 7,346,914  | +4.93%      | +1.21%               |
| Estados Unidos                                                     | 861,000    | 933,000    | 729,000    | 1,004,000  | 856,000    | 1,083,000  | 668,000    | 1,006,408  | 1,033,283  | 1,163,215  | +12.57%     | +22.74%              |
| TOTAL HEMISFERIO NORTE                                             | 7,693,791  | 7,825,142  | 7,993,344  | 7,712,263  | 7,995,066  | 8,759,596  | 7,421,345  | 8,611,638  | 8,035,190  | 8,510,129  | +5.91%      | +3.70%               |
| POMELOS                                                            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |             |                      |
| España                                                             | 80,362     | 73,185     | 85,211     | 82,159     | 96,834     | 93,375     | 88,942     | 102,238    | 107,724    | 101,000    | -6.24%      | +2.99%               |
| Italia                                                             | 4,335      | 4,374      | 4,492      | 5,252      | 5,460      | 5,459      | 5,000      | 5,745      | 7,284      | 5,950      | -18.31%     | +1.33%               |
| Grecia                                                             | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | -           | -                    |
| Portugal                                                           | 28,200     | 28,438     | 25,956     | 25,956     | 26,100     | 217        | 156        | 143        | 120        | 145        | +20.83%     | -8.81%               |
| TOTAL UNIÓN EUROPEA                                                | 112,897    | 105,997    | 115,658    | 113,367    | 128,394    | 99,051     | 94,098     | 108,126    | 115,128    | 107,095    | -6.98%      | +2.88%               |
| Turquía                                                            | 253,120    | 260,000    | 250,000    | 249,185    | 238,012    | 248,907    | 144,000    | 231,000    | 165,000    | 189,255    | +14.70%     | -4.04%               |
| Egipto                                                             | 42,000     | 42,000     | 42,000     | 42,000     | 38,572     | 44,700     | 52,200     | 58,000     | 62,000     | 65,000     | +4.84%      | +19.87%              |
| Marruecos                                                          | 2,380      | 2,720      | 3,145      | 2,890      | 2,920      | 3,400      | 2,800      | 3,000      | 5,200      | 5,400      | +3.85%      | +50.00%              |
| Israel                                                             | 165,600    | 148,600    | 144,500    | 138,700    | 143,500    | 120,500    | 185,500    | 155,000    | 146,000    | 140,000    | -4.11%      | -7.74%               |
| Túnez                                                              | 18,820     | 14,500     | 16,700     | 13,470     | 15,600     | 13,500     | 12,000     | 13,600     | 12,700     | 12,319     | -3.00%      | -4.87%               |
| TOTAL NO-UE MEDITERRÁNEO                                           | 481,920    | 487,820    | 458,345    | 448,245    | 438,804    | 431,007    | 398,500    | 488,600    | 390,900    | 411,974    | +5.39%      | -1.85%               |
| TOTAL MEDITERRÁNEO                                                 | 594,817    | 573,817    | 572,003    | 588,612    | 586,998    | 530,058    | 490,598    | 588,726    | 506,028    | 519,069    | +2.58%      | -0.91%               |
| Estados Unidos                                                     | 728,000    | 633,000    | 469,000    | 548,000    | 517,000    | 397,000    | 339,000    | 297,625    | 278,733    | 274,877    | -1.38%      | -16.22%              |
| TOTAL HEMISFERIO NORTE                                             | 1,322,817  | 1,206,817  | 1,041,003  | 1,107,612  | 1,083,998  | 927,058    | 829,598    | 886,350    | 784,761    | 793,946    | +1.17%      | -6.81%               |

Fuente. World Citrus Organisation (WCO) \*Basado en datos de asociaciones del sector de Egipto, Grecia, Israel, Italia, Marruecos, España, Túnez, Turquía, Portugal y Estados Unidos.

# La patata prevé una campaña de transición

Asociafruit espera una campaña similar a la anterior

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El sector de la patata de Asociafruit se reunió para evaluar la campaña 2025 y analizar las perspectivas de la próxima temporada. La jornada sirvió para poner de relieve las principales dificultades de la pasada campaña, muy marcada por la climatología de principios de primavera, que provocó importantes problemas fitosanitarios, principalmente por el mildiu, cuya presión sobre el cultivo continúa en aumento.

El sector destaca los problemas fitosanitarios por el mildiu y el exceso de patata francesa en

los mercados, mientras mantiene expectativas de siembra para la próxima campaña se mantienen similares a esta.

Precisamente uno de los factores que condicionó la campaña fue la gran presencia de patata francesa de conservación en los mercados españoles, especialmente en los canales tradicionales y los mercados centrales. Según el sector, esto se debió a que la industria del norte de Europa no absorbió los volúmenes habituales de patata francesa, afectada por la depreciación del dólar frente al euro, lo que redujo su competitividad en los mercados

internacionales, principal destino de su patata frita congelada.

En cuanto a las perspectivas de siembra para la próxima campaña, Asociafruit apunta que, de momento, se mantendrán niveles similares a los de 2025, sin cambios significativos en la superficie de producción. Por ello, se espera que la próxima temporada sea una campaña de transición, condicionada por los estocajes de patata francesa que aún permanecen en cámaras de almacenamiento.

Durante la reunión también se abordaron otros asuntos relacionados con la mejora del sec-



El sector destaca problemas por mildiu y exceso de patata francesa. / ARCHIVO

tor, como las conversaciones con Agroseguro para optimizar los pe-  
ritajes en la zona de producción, y la iniciativa de incluir la patata en las ayudas para paliar los daños por mildiu, previstas inicialmente para el sector del viñedo. Y se repasaron los próximos eventos

del sector, como el Congreso de la Patata Nueva en Sevilla, las actividades vinculadas a la patata en Fruit Attraction 2026 y la posible coordinación con Europatat para su congreso de 2027, que de celebrarse en Sevilla contaría con la colaboración de Asociafruit.



# Agrobiotech Innovation Forum cierra su primera edición con ambición de crecimiento

El balance de la primera edición de la muestra leridana destaca la participación de 2.000 profesionales y reafirma que digitalización e innovación ya son motores del sector

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Agrobiotech Innovation Forum, celebrado del 27 al 29 de noviembre, ha concluido su primera edición con un balance claramente positivo y la voluntad explícita de consolidarse como la feria de referencia estatal e internacional en innovación tecnológica aplicada al sector agroalimentario, bioindustrial y ambiental. El salón, concebido como un certamen íntegramente profesional, ha reunido 174 expositores directos y más de 200 indirectos, integrando tanto a las empresas de maquinaria y tractores habituales de la antigua Feria Agraria Sant Miquel como a nuevas firmas de innovación, tecnológicas, startups, centros de investigación y grupos punteros a nivel europeo.

A lo largo de tres días, el recinto ha acogido más de 50 actividades —jornadas, conferencias, presentaciones, demostraciones, encuentros empresariales, reuniones profesionales, congresos, sesiones de networking y showrooms tecnológicos—. Cerca de setenta startups han presentado sus iniciativas, y el programa ha incluido la entrega de los Premios TFM de la Cátedra Grupo Valls Companys de Alimentación Sostenible y del Premio Ruralapps del Departamento de Agricultura.



El salón, concebido como una cita íntegramente profesional, ha reunido 174 expositores directos y más de 200 indirectos. /VE

## ■ DIGITALIZACIÓN, TALENTO E INNOVACIÓN

La clausura del salón ha estado presidida por la secretaria de Estado de Agricultura y Alimentación, Begoña García Bernal, quien subrayó que “la agricultura digital ya forma parte del día a día del campo español” y que esta transformación “no es una promesa, sino una realidad construida entre administraciones, sector y ciencia”. Recordó que la digitalización está ya instalada en explotaciones, cooperativas y pequeñas empresas, y que “mejo-

ra procesos, evita errores, libera tiempo y permite vivir mejor en el medio rural”.

García Bernal destacó que Cataluña se ha convertido en uno de los ecosistemas de innovación agroalimentaria más relevantes de Europa, gracias al trabajo de instituciones como la Universidad de Lleida, el Parc Agrobiotech y el IRTA, al que calificó como “una joya científica del país”. También recordó el aniversario de la DUN, el sistema de declaración agraria catalán que, con el apoyo del FEAGA, se gestiona hoy mediante

herramientas interoperables, seguras y transparentes.

La secretaria de Estado repasó además las líneas de apoyo del MAPA a la digitalización del sector: más de 200 iniciativas en marcha, con una inversión pública superior a 50 millones de euros; el impulso a más de 100 empresas emergentes dentro del ecosistema La Vega Innova; la financiación Agroinnpulso; y el desarrollo del AgriFoodTEF, nodo español de experimentación en IA y robótica aplicadas al sector. En este último, Lleida

juega un papel estratégico para validar tecnologías en porcino y fruticultura, con la participación de la Universidad de Lleida, Agrotecnio, el Centre d’Estudis Porcins y el Parc Agrobiotech.

Asimismo, puso en valor el efecto del Kit Digital, que en Cataluña ha movilizado más de 650 millones de euros y 160.000 ayudas, de las que casi 11.000 se han concedido en la provincia de Lleida (45 millones), un 15,33% destinadas directamente a la industria agrícola y ganadera.

## ■ LLEIDA, PREPARADA PARA CRECER

El alcalde de Lleida, Fèlix Larrosa, destacó que el salón ha cumplido su objetivo de avanzar en los tres ejes estratégicos planteados: talento, profesionalización e internacionalización. Con más de 2.000 profesionales registrados en las actividades técnicas, 14 países representados y 20 delegaciones diplomáticas acreditadas en España, Larrosa aseguró que “trabajaremos para hacer una edición mejor y mayor” en 2026.

Larrosa remarcó la presencia de empresas con proyectos en el radar de grandes fondos internacionales de inversión y de cerca de 70 firmas que han exhibido novedades capaces de “dejar boquiabiertos” a potenciales inversores del sector agroalimentario.

## ÁLBUM





Los tractores habituales de la antigua Feria Agraria Sant Miquel también tuvieron su espacio protagonista en este nuevo proyecto ferial. / VICENT ESCRIG

Recordó también que el Bioeconomy Innovation Day reunió a 150 asistentes.

De cara a próximas ediciones, el alcalde de Lleida confirmó que se mantendrán las fechas de finales de noviembre, se optimizará la gestión de acreditaciones y se incrementará el área expositiva cubierta, tal como han solicitado los expositores. También apuntó a la necesidad de atraer al salón a los agricultores de generaciones que aún ven la innovación como algo distante.

En la misma línea, el consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat, Òscar Ordeig, afirmó que Cataluña está “a la cabeza en el sector agroalimentario” y que, si quiere competir globalmente, necesita “una feria de referencia”. Subrayó que el éxito del sector pasa por “buscar ecosistemas innovadores”, invertir y atraer talento, y afirmó que “Lleida se puede proyectar en el mundo a través de este sector”.

Por su parte, Joan Talarn, presidente de la Diputación de Lleida, destacó que “el hecho de ser capaces de celebrar este salón ya ha sido un éxito” y que el planteamiento del certamen “ha llegado para quedarse”. Atribuyó el liderazgo agroalimentario de la provincia a la combinación de producto, conocimiento y oportunidades del territorio, y llamó a reforzar la agenda de gobernanza compartida entre instituciones.

El presidente de la Cámara de Comercio de Lleida, Jaume Saltó, señaló que la profesionalización del salón ha permitido atraer a visitantes realmente interesados, lo que ha favorecido las transacciones comerciales. A su juicio, el principal logro ha sido situar el valor de la innovación en el sector primario.

■ ENTREGA DE PREMIOS

La clausura incluyó la entrega de los galardones de la 54ª edición del Premio del Libro Agrario y la 10ª edición del Premio del Artículo Técnico Agrario.

El primero recayó en Geociencias aplicadas a la gestión forestal, editado por UCOPress (Universidad de Córdoba), una obra coral que ofrece “una visión inédita y holística del sector forestal en España”.

El Premio del Artículo Técnico Agrario fue para Sanidad vegetal y salud única (One Health), de Rafael Manuel Jiménez Díaz y Ramon Albajes, publicado en Phytoma España, por su aportación al entendimiento de los nuevos desafíos de la salud vegetal a escala global.

El artículo Biogás de purines: la importancia del vaciado frecuente de los alojamientos, de Xavier Flotats Ripoll (revista Ganadería), obtuvo una mención especial por su contribución a una producción de biogás más eficiente, basada en el manejo de instalaciones y animales.

# Acuerdo estratégico para impulsar innovación y formación



Imagen de los representantes de Cedis Mafrut y el IRTA durante la firma del acuerdo de colaboración. / MAF RODA

En el marco de la feria Agrobiotech el Grupo Maf Roda, a través de su filial Cedis Mafrut, e IRTA firmaron un convenio de colaboración. Según destacan los firmantes, se trata de “una alianza que impulsará proyectos de I+D para impulsar proyectos en visión artificial y espectrometría aplicadas a la calidad de la fruta”. En definitiva, un acuerdo estratégico que servirá para impulsar la innovación tecnológica y la formación en el sector postcosecha.

Este acuerdo ha formalizado después del concurso público mediante el cual IRTA renovó su calibrador de ensayos, incorporando un equipo del Grupo Maf Roda con los sistemas más avanzados de selección y análisis de fruta disponibles en el sector:

- GlobalScan 7, para la detección de defectos externos.
- IDD8, para la identificación de defectos internos en fruta de pepita (manzana y pera).
- INSIGHT 2T, para la medición del grado brix por transmitancia, analizando el espectro de luz que atraviesa la fruta.

Además, se mantiene el sistema INSIGHT R, ya presente en IRTA, que permite el análisis de grado brix por reflectancia.

Según han señalado las mismas fuentes, “la incorporación de este calibrador ofrece

a IRTA la posibilidad de realizar sus análisis con las tecnologías más punteras del mercado y, en el caso del sistema INSIGHT, comparar los resultados obtenidos con los métodos anteriores, consolidando así su liderazgo en investigación aplicada al sector agroalimentario”.

El convenio “nace de las ganas compartidas de ambas organizaciones de ir más allá y desarrollar iniciativas que aporten un retorno tangible al sector”, subrayan. Entre los nuevos horizontes de colaboración destacan:

- Investigación en modelos de predicción de grados brix mediante inteligencia artificial (IA).
- Formación certificada de pilotos de calibradores de fruta, capaces de dominar estas tecnologías de última generación. Este aspecto responde a una de las demandas más reiteradas y urgentes del sector, que reclama profesionales cualificados para afrontar los retos de la modernización y la competitividad internacional.

Con esta alianza, Cedis Mafrut (Grupo Maf Roda) e IRTA “refuerzan su compromiso con la innovación, la transferencia tecnológica y la formación especializada, contribuyendo al desarrollo sostenible y a la excelencia en el sector agroalimentario”, aseguraron los firmantes. ■

Fotografías: Vicent Escrig

## AJUNTAMENT DE LLEIDA



## IRTA



## BELAFER



## MAF RODA



## CAIXA RURAL



## SERRAT



# Agrocultivos

## La CE analiza el impacto de pesticidas prohibidos en UE usados en importaciones

La Comisión Europea evaluará los efectos económicos, medioambientales y sociales para reforzar la coherencia de los estándares comunitarios con los productos importados

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Comisión Europea (CE) ha puesto en marcha un análisis de impacto para decidir si adopta medidas frente a los pesticidas prohibidos en la Unión Europea (UE) que puedan llegar al territorio comunitario a través de productos importados.

El pasado febrero, el Ejecutivo comunitario presentó su Visión sobre la Agricultura y los Alimentos, un documento que planteaba reflexiones sobre el futuro del sector agroalimentario en los Veintisiete. Entre sus propuestas, se señalaba que los pesticidas “más peligrosos” prohibidos en la UE por motivos sanitarios y medioambientales “no deberían poder regresar” al bloque mediante importaciones.

“La Comisión establecerá un principio de que los pesticidas más peligrosos prohibidos en la UE por razones de salud o medioambientales no pueden regresar a la UE mediante productos importados”, afirmaba el texto. En línea con ello, la CE anunció que este 2025 pondría en marcha una evaluación destinada a considerar los impactos sobre la competitividad de los productores europeos y las implicaciones internacionales, y que, si fuera adecuado, propondría modificaciones al marco legislativo aplicable.

El análisis de impacto pretende reforzar la alineación de los estándares de producción de la UE sobre pesticidas peligrosos con los requisitos aplicables a

los productos importados. La Comisión ha indicado que esta “reciprocidad fortalecida” busca garantizar que los ambiciosos estándares comunitarios no generen desventajas competitivas para los agricultores europeos, al tiempo que se responde a las expectativas de los consumidores.

Según Bruselas, el estudio evaluará de manera particular el potencial impacto en los flujos comerciales de la UE, la competitividad de los productores comunitarios y las posibles repercusiones sobre los consumidores. “El análisis es un paso importante para entender el impacto económico, medioambiental y social que una mayor coherencia en los requisitos podría tener cuando se



La Comisión ha indicado que esta “reciprocidad fortalecida” busca garantizar que los ambiciosos estándares comunitarios no generen desventajas competitivas para los agricultores europeos. / COMITÉ DE GESTIÓN DE CÍTRICOS

trata de los pesticidas más peligrosos prohibidos en la UE”, ha destacado el Ejecutivo.

La CE subraya que, aunque la legislación actual ya protege a los consumidores y garantiza que todos los alimentos en el mercado cumplen con elevados estándares de seguridad, este análisis busca avanzar hacia un mayor alineamiento de los estándares de producción para los productos importados, asegurando igualdad de condiciones para los agricultores europeos

y manteniendo la protección del consumidor.

El estudio estará liderado por el Centro Común de Investigación, se basará en datos empíricos y permitirá una evaluación exhaustiva de los posibles impactos, incluyendo la participación de las partes interesadas. Se prevé que la fase preliminar del análisis concluya para el verano de 2026, tras lo cual se definirán los siguientes pasos, incluyendo posibles medidas políticas y propuestas legislativas.

## Balance positivo de las iniciativas I+D aplicadas a la agroalimentación

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

El Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA) ha participado, junto a otras seis comunidades autónomas, en la jornada nacional de cierre del Plan Complementario AGROALNEXT celebrada recientemente en Pamplona, donde se presentaron los resultados de los más de 250 proyectos de I+D desarrollados en los últimos tres años.

Esta iniciativa pionera en la transformación digital y sostenible del sector agroalimentario ha contado con una inversión de 49 millones de euros, de los cuales 32 han sido aportados por el ministerio de Ciencia y Universidades y 17 por las siete comunidades autónomas participantes.

Durante el evento, se destacó el impacto científico y tecnológico del plan, que ha involucrado a más de 1.000 investigadores de 30 centros, generado 25 patentes, 255 publicaciones científicas, 110 actividades formativas, incluyendo 9 tesis doctorales y casi 100 trabajos fin de grado y máster y promovido 185 acciones de transferencia con empresas y agentes del sector.

Pilar Errea, directora gerente del CITA, destacó que “los proyectos han compartido un objetivo común: avanzar hacia sistemas agrarios más sostenibles, resilientes y alineados con los principios de la bioeconomía circular”. Añadió que “entre los principales desafíos se encontraban la evaluación de la calidad del suelo y la adopción de prácticas sosteni-



Investigadores del CITA presentaron sus proyectos. / GOBIERNO DE ARAGÓN

bles de manejo, la conservación de la biodiversidad funcional y cultivada frente al abandono rural y la intensificación agrícola, y el control de las resistencias antimicrobianas”.

En Aragón, el CITA ha liderado proyectos centrados en fortalecer sistemas agrícolas sostenibles mediante el manejo de la biodiversidad. El uso prudente de antibióticos en ganadería y la prevención de resistencias antimicrobianas. Y en la gestión sostenible del suelo agrario mediante una guía básica para el diagnóstico de la calidad del suelo. Asimismo, ha evaluado prácticas como la siembra directa y las cubiertas vegetales sobre la salud del suelo en diversos agroecosistemas.

AGROALNEXT ha abordado áreas de actuación como la producción primaria sostenible consistente en el desarrollo de variedades resilientes al cam-

bio climático, bioestimulantes naturales y prácticas agrícolas sostenibles.

Alimentos sanos, seguros y sostenibles: nuevos ingredientes y productos con mejor perfil nutricional, seguridad alimentaria y vida útil.

Digitalización del sector: herramientas de inteligencia artificial, sensorización, teledetección y plataformas digitales para la toma de decisiones.

Economía circular: valorización de biomasa agroindustrial para obtener bioproductos, envases biodegradables y biofertilizantes.

Infraestructuras científico-técnicas: creación de laboratorios, plantas piloto y bancos de material vegetal y animal.

O la elaboración del mapa nacional de biomasa y el impulso a la colaboración público-privada mediante acuerdos de licencia y proyectos demostrativos.

## Ayudas para replantar parcelas dañadas por *Xylella fastidiosa*

La conselleria de Agricultura destina 62.630 € a 20 agricultores afectados

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Conselleria de Agricultura, Agua, Ganadería y Pesca ha publicado la resolución de concesión de las ayudas correspondientes al ejercicio 2025 dirigidas a la replantación de parcelas frutícolas que hayan sido destruidas como consecuencia de la adopción de medidas para evitar de la propagación de la bacteria *Xylella fastidiosa* en la Comunitat Valenciana.

En total, se destinan 62.630 euros a 20 agricultores cuyo cultivo ha sido destruido, con una intensidad de la ayuda que alcanza el 100%, de modo que se cubren la totalidad de los costes de replantación.

Esta medida refuerza el compromiso de la Conselleria con la recuperación del sector agrario y la protección de los cultivos frente a enfermedades emergentes, promoviendo al mismo tiempo la sostenibilidad y la productividad en el ámbito rural.

El objetivo de esta convocatoria es proporcionar apoyo a los agricultores afectados por la bacteria *Xylella fastidiosa*, facilitando la cobertura de los costes de replantación con vegetales no sensibles a este patógeno. Con esta medida, se



Las ayudas facilitan la cobertura de los costes de replantación con vegetales no sensibles a este patógeno. / GVA

pretende evitar el abandono de tierras, lo que generaría un impacto medioambiental negativo y agravaría el deterioro socioeconómico en las zonas afectadas.

Las replantaciones deben de realizarse con vegetales específicos que no sean sensibles a la bacteria *Xylella fastidiosa* y las ayudas se ha centrado en las zonas demarcadas como afectadas en las que las medidas de erradicación y control ya hayan sido aplicadas.

# Agrodistribución

## La distribución de alimentación crece un 18% en la Comunidad Valenciana en la última década

El año 2024 registró un récord de aperturas, con 106 nuevas tiendas

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La distribución alimentaria de la Comunitat Valenciana sigue su tendencia al alza. ASUCOVA, la asociación de supermercados de la Comunidad Valenciana, y ASEDAS, la asociación española representativa de los supermercados y mayoristas de alimentación, han presentado el Informe de Distribución Alimentaria en la Comunidad Valenciana, elaborado por Retail Data, donde se analiza la evolución del sector de los supermercados y autoservicios en términos de crecimiento de la red comercial, de la inversión y de la expansión territorial, entre otros.

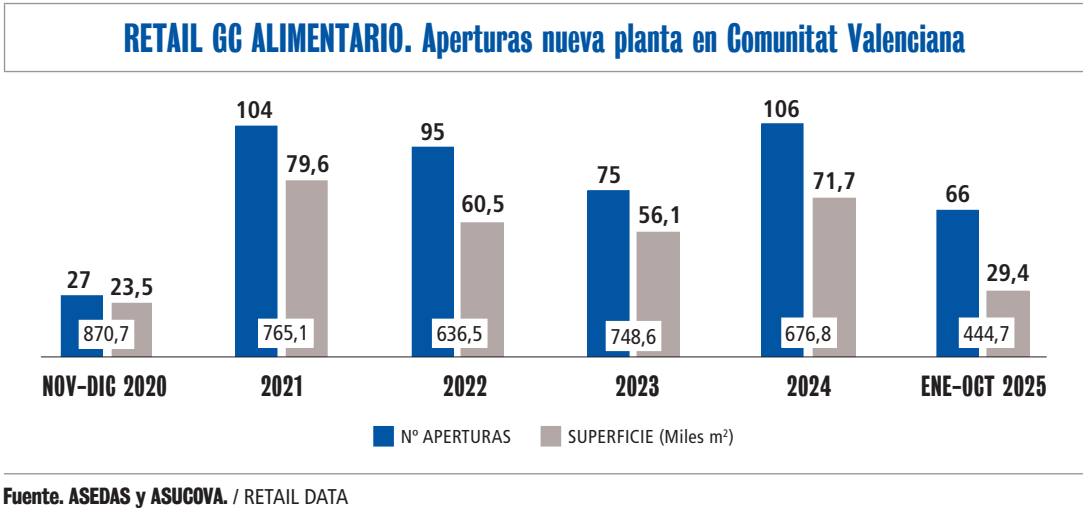
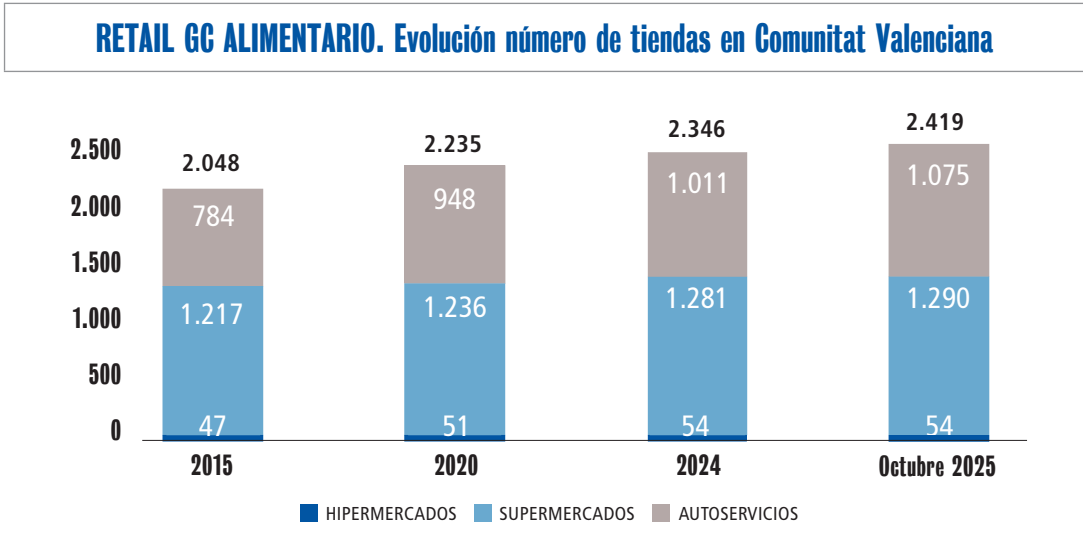
■ **SUPERFICIE COMERCIAL** En la última década, el retail alimentario ha incrementado su superficie comercial un 18% y supera las 2.419 unidades en 2024. Ese año registró un número récord de nuevas tiendas, con 106 establecimientos, mientras que en 2025 se espera cerrar con unas 85. En lo que llevamos de 2025, la superficie comercial roza los 2 millones de metros cuadrados de superficie comercial, con una evolución del 1,2%. Con estos datos, los supermercados y autoservicios demuestran su capacidad de dar respuesta al crecimiento poblacional que, desde el año 2015, ha experimentado la comunidad autónoma y que se cifra en un 8,7% (un 1,8% desde principios de 2025).

■ **INVERSIÓN** Toda esta actividad aportó en 2024 una inversión a la región de unos 180 millones de euros y una generación de empleo de más de 1.500 personas. En este sentido, el 40,5% de la red comercial ha sufrido algún tipo de proceso de modernización en los últimos cinco años, con 473 nuevas tiendas y 507 inversiones entre adquisiciones, adhesiones a franquicias y reformas. Esto configura una red comercial moderna y actualizada a las necesidades del consumidor.

El supermercado se presenta como el formato preferido por los valencianos con 1.290 tiendas, aunque es significativo el incremento de establecimientos más pequeños (tipo autoservicio), que alcanzan el número de 1.075 y que sirven fundamentalmente a los pueblos y barrios. Destaca también que el 51% de las tiendas abiertas desde 2020 lo hicieron bajo un contrato de franquicia o asociación con una cooperativa y más del 25% de las mismas se produjeron en municipios de



El 51% de las nuevas tiendas de gran consumo corresponden a los formatos de franquicia y cooperativa. / ASEDAS



En la última década, el retail alimentario ha incrementado su superficie comercial un 18% y supera las 2.419 unidades en 2024. Ese año registró un número récord de nuevas tiendas (106)

menos de 10.000 habitantes. La actividad que se registra en este tipo de municipios es subrayable porque allí se ubica el 21% de las tiendas, donde reside el 16,5% de la población. El 17,3% de las aperturas desde 2020 corresponden a este entorno de carácter rural.

Gracias a ello, la implantación en la Comunidad Valenciana es de una tienda por cada 2.197 habitantes, lo que arroja una densidad comercial de 356 metros cuadrados por habitante, por encima de la media nacional, que se sitúa en 320 metros cuadrados por habitante. Además, el 97,8% de la población de la Comunidad Valenciana tiene, al menos, un establecimiento donde hacer una compra de alimentación e higiene completa en su propio municipio, frente al 96,8% de la media nacional.

De las 58 compañías que operan en la Comunitat Valenciana, 29 tienen su sede en la propia región y 21 son pymes con menos de 10 establecimientos. Así mismo, las empresas vinculadas a ASUCOVA y a ASEDAS alcanzan una representatividad del 83% de la superficie comercial de productos de alimentación y gran consumo en la Comunidad Valenciana y suman el 80 por ciento de los establecimientos.

■ **ALICANTE Y VALENCIA** La presentación del informe ha tenido lugar en la sede de Alicante de la CEV (Confederación de Empresarios de Valencia), con la presencia de Marian Cano, consejera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de la Comunidad Valenciana; César Quintanilla, presidente de la CEV de Alicante; y Josep Antoni Duran i Lleida, presidente de ASEDAS.

La provincia de Alicante es representativa del dinamismo y servicio al consumidor del sector de los supermercados y autoservicios.

La presencia del retail de alimentación organizado alcanza allí las 1.000 tiendas, suma 48 operadores (17 con sede en la provincia), una cobertura al 98% de su población (la mayor de la región) y una densidad comercial de 391 metros cuadrados por habitante, superando así la media de la comunidad autónoma.

La provincia de Valencia, por su parte, alcanza los 1.099 establecimientos, 326 metros cuadrados por habitante y 97,9% de cobertura; mientras que Castellón cuenta con 320 tiendas, una densidad comercial de 376 metros cuadrados por habitante y un 96% de cobertura.

## OPINIÓN

# Las 20 principales



Por CIRILO ARNANDIS (\*)

Una de las cuestiones que se está denunciando con más ímpetu desde el sector productor europeo, en especial en el caso de España, es la creciente y sistemática llegada de plagas de cuarentena procedentes de países terceros. El problema se agrava cuando toda posibilidad de tratamiento químico, e incluso biológico, queda prohibida, bien sea por las autoridades comunitarias o, como es nuestro caso, por las autoridades españolas. Y es que si no es Agricultura es Transición Ecológica quien sale a escena. Por increíble que parezca, es tan real como la vida misma. Y la consecuencia no es otra que la incredulidad y desesperación de los productores, al ver cómo sufren en sus rentas las consecuencias de un problema que no han provocado y del que los culpables poco quieren saber, más allá de legislar y sancionar sin asumir responsabilidades.

La primera reflexión debería conducirnos a entender por qué llegan tantas plagas nuevas procedentes de países terceros, que aquí no tenemos. Se supone que existe, de una parte, una normativa elaborada por las instituciones comunitarias, que deben de aplicar los servicios de control en frontera de cada Estado miembro para detectar y evitar la llegada a Europa de estas plagas. De otra, se supone que estos mismos legisladores tienen la posibilidad de adoptar medidas si no ejemplarizantes, al menos disuasorias. De esta forma, aquel origen del cual se detecta un envío contaminado debería asumir una consecuencia que hiciera que no le viniera a cuenta tener una nueva detección. No en vano, estos países terceros disponen de una legislación que le permite tratar estas plagas con productos fitosanitarios que en Europa esta prohibidos.

Así pues, la llegada de cada vez más plagas de cuarentena se puede deber a la poca diligencia de los productores en origen; a la mala gestión de los servicios de inspección, ya del país de origen o del de destino en la Unión Europea; a una legislación inadecuada que permite estos desmanes; a la mala aplicación de la normativa existente; o finalmente, a la ausencia de voluntad política en Europa para tomarse este tema en serio. Si cada uno de estos elementos tiene suficiente importancia para ser objeto de análisis, la cosa se complica cuando en la situación actual se suman los efectos de varios de ellos, e incluso de todos juntos a la vez. Bien es cierto que se han adoptado medidas puntuales, caso del cierre de la llegada de cítricos procedentes de Argentina, o el hecho del tratamiento en frío contra la falsa polilla, pero esto ha sido a fuerza de insistir e insistir. Se nos dice que medidas de este tipo van contra las normas del comercio internacional y la Organización Mundial del Comercio, la OMC, pero lo cierto es que a los envíos de productos españoles a países terceros se aplican protocolos leoninos, que los legisladores europeos tienen miedo a aplicar en el viejo continente.



A la vista del nuevo informe, algunas de las plagas que hoy sí que son consideradas prioritarias, han bajado en el ranking, lo cual no quiere decir que no sean peligrosas, si no que han llegado otras todavía más peligrosas. / GETTY IMAGES

**En la actualidad existe una relación de 400 plagas cuarentenarias, capaces de llegar, introducirse y establecerse en la Unión Europea**

**De ellas, con el fin de centrar los esfuerzos de prevención, se seleccionan 20 como "prioritarias", al considerarse que tienen, potencialmente, un mayor impacto económico, social y medioambiental si se introducen y establecen en territorio comunitario**

**Ante la actualización este año de la clasificación de las plagas cuarentenarias existe gran incertidumbre por saber qué número de plagas prioritarias van a aprobarse, cuántas serán de importancia agrícola, y qué plagas se incluirán en este listado**

Contextualizado un tema sobre el que, no por conocido y sufrido, no hay que dejar de insistir, conviene exponer el proceso en el que se encuentra en estos momentos uno de los instrumentos normativos a disposición de Bruselas, el listado de plagas prioritarias en la Unión Europea. En la actualidad existe una relación de 400 plagas cuarentenarias, capaces de llegar, introducirse y establecerse en la Unión Europea. De ellas, con el fin de centrar los esfuerzos de prevención, se seleccionan 20 como "prioritarias", al considerarse que tienen, potencialmente, un mayor impacto económico, social y medioambiental si se introducen y establecen en territorio comunitario. La importancia de la calificación de una plaga como "prioritaria" está en la preferencia a la hora de recibir financiación de la UE, tanto para su monitorización como para su erradicación en caso de detectar un brote. También obliga a los Estados miembros a tener aprobados planes nacionales de contingencia, a

adoptar planes de acción en el supuesto de detectarse un brote, a realizar ejercicios de simulación y a vigilar su territorio todos los años para verificar su ausencia y llevar a cabo campañas de sensibilización pública.

En una primera valoración tendríamos que preguntarnos el porqué de catalogar sólo 20 plagas como prioritarias. La respuesta puede ser que no hay más que cumplan los requisitos exigidos, o que, como quiera que monitorizarlas y controlarlas supone financiación comunitaria, Bruselas no quiera soltar la mosca, nunca mejor dicho, y tener que aportar un mayor presupuesto a esta causa. Hay que llamar la atención sobre dos cuestiones importantes. La primera es que la climatología española, así como nuestro amplio abanico de producciones, favorecen un mayor y mejor asentamiento de plagas foráneas en comparación con otros países comunitarios. La segunda es que, si bien pueden existir distintas formas de llegada de un insecto

o patógeno de países terceros, lo cierto es que en lo referente a nuestras producciones agrícolas el motivo radica en muchos casos en una inadecuada gestión de los sistemas de control. Así, si lo trasladamos a las personas, no se entendería que por más que existieran enfermedades con efecto potencialmente graves sobre la salud humana, sólo se le diera importancia con antelación a un número cerrado y tasado de ellas. Por otra parte, casi nunca se investiga si el sistema de control en frontera comunitario falla, por lo que se pudiera averiguar.

Si nos ceñimos a la actualidad, a fecha de hoy las plagas declaradas como prioritarias son 20, a partir del Reglamento Delegado (UE) 2019/1702, de la Comisión, de 1 de agosto de 2019, por el que se completa el Reglamento (UE) 2016/2031, estableciendo una lista de plagas prioritarias. De esas 20, las hay forestales y agrícolas, entre las que destacan algunas tan temidas para nuestros cítricos y frutales como es el caso del HLB (*Candidatus Liberibacter spp.*, agente causal del huanglongbing o greening de los cítricos); moscas de la fruta no europeas (*Anastrepha ludens*, *Bactrocera dorsalis* o *Bactrocera zonata*); la falsa polilla (*Thaumetobia leucotreta*), esa que para evitar que acceda al mercado europea se ha aprobado la obligatoriedad del tratamiento en frío para determinadas producciones y orígenes; la mancha negra de los cítricos (*Phyllosticta citricarpa*); o coleópteros barrenadores como el *Anoplophora chinensis*. Todas nos suenan, por más profano que se sea en el sector, por su potencial efecto devastador en nuestros cultivos. A la monitorización y contención o erradicación en caso de declararse un brote de estas 20 plagas se destinan 8 millones de euros al año, una cifra irrisoria si la comparamos con el impacto económico potencial que podrían tener en caso de estable-

cerse en territorio comunitario, que se estima en 216.000 millones de euros.

Para la selección de estas veinte plagas prioritarias actuales, se tuvo en cuenta el estudio de impacto realizado en 2019 por la EFSA y el JRC de la Comisión Europea. La EFSA es la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria, agencia de la Unión Europea creada en 2002 para ofrecer asesoramiento científico a los gestores de riesgos de forma imparcial, así como para comunicar los riesgos asociados a la cadena alimentaria. Por otra parte, JRC son las siglas de "Joint Research Centre", que en español significa Centro Común de Investigación, y que es el servicio de ciencia y conocimiento de la Comisión Europea que proporciona asesoramiento científico independiente y basado en datos para apoyar las políticas de la Unión Europea. Es decir, que sus opiniones vienen sustentadas de modo sólido en principios científicos, pese a lo cual, en su día, fue necesario insistir para que la *Phyllosticta citricarpa* (mancha negra de los cítricos) entrara en este listado, dado que en el primer borrador pretendían dejarla fuera de la lista. Una enfermedad que ha demostrado estar adaptada y tener un fuerte impacto en la cuenca mediterránea después de ver la evolución del brote de Túnez detectado en 2019. En cualquier caso, visto lo visto, es evidente que el número de plagas prioritarias está limitado a veinte, y no a aquellas cuyo potencial de devastación es evidente. Algo incomprensible, cuando en realidad deberíamos aumentar no solo el número de plagas prioritarias en función de su impacto potencial, si no también la dotación de fondos de crisis para aumentar la prevención, la detección temprana y las medidas de erradicación si fuera necesario aplicarlas.

La preocupación actual parte del hecho de que el JRC ha publicado este año una actualización de la clasificación de las plagas cuarentenarias de la Unión en función de su impacto económico, social y medioambiental potencial, con el fin de facilitar la identificación de las plagas prioritarias. La intención es que este estudio actualizado sirva como base para elaborar un nuevo listado de plagas prioritarias. Lo cierto es que existe gran incertidumbre por saber qué número de plagas prioritarias van a aprobarse, cuántas serán de importancia agrícola, y qué plagas se incluirán en este listado. A la vista del nuevo informe, algunas de las plagas que hoy sí que son consideradas prioritarias, han bajado en el ranking, lo cual no quiere decir que no sean peligrosas, si no que han llegado otras todavía más peligrosas. A la vista de esta deriva, creo que ya es hora de que Bruselas, al más alto nivel, se tome este tema en serio.

(\*) *Presidente Frutas y Hortalizas Cooperatives Agro-alimentàries*

# Agroecotizaciones

## MERCADOS NACIONALES

### Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 25 al 28 de noviembre de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

| FRUTAS                     | Euros/kg  |
|----------------------------|-----------|
| Chirimoyas.....            | 3,00      |
| Clementina .....           | 1,60-1,50 |
| Castañas .....             | 4,00      |
| Limones.....               | 1,50      |
| Manzana Golden .....       | 1,10      |
| Roja.....                  | S/C       |
| Melocotones Amarillos..... | S/C       |
| Melón Piel de Sapo.....    | S/C       |
| Naranja Navelina .....     | 1,05      |
| Pera Blanquilla.....       | 1,50      |
| Plátanos .....             | 1,80      |
| Uva Italia .....           | 1,70-2,00 |
| Moscatel.....              | S/C       |
| HORTALIZAS                 | Euros/kg  |
| Alcachofa .....            | 3,00      |
| Lechuga.....               | 0,41      |
| Cebolla .....              | 0,62      |
| Coliflor .....             | 0,75-0,80 |
| Judías Verdes Perona ..... | 3,50      |
| Patatas Calidad .....      | 0,36      |
| Comunes .....              | S/C       |
| Pimientos Verdes.....      | 1,30      |
| Tomate Maduro .....        | 1,20      |
| Tomate Verde.....          | 1,80      |
| Zanahorias.....            | S/C       |

### Mercabarna

Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 27 de noviembre de 2025, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.

| FRUTAS                     | Euros/kg |
|----------------------------|----------|
| Albaricoque.....           | 2,00     |
| Aguacate .....             | 2,50     |
| Almendra .....             | 9,20     |
| Pomelo .....               | 1,40     |
| Avellana.....              | 7,00     |
| Kaki.....                  | 1,50     |
| Carambolas.....            | 4,00     |
| Castañas .....             | 4,00     |
| Cerezas .....              | 11,00    |
| Cocos .....                | 1,00     |
| Membrillo.....             | 1,45     |
| Dátiles.....               | 6,00     |
| Feijoa.....                | 8,00     |
| Higo .....                 | 3,00     |
| Higos Chumbos.....         | 2,50     |
| Frambuesa .....            | 12,00    |
| Grosellas.....             | 18,00    |
| Kiwis .....                | 3,20     |
| Lichis .....               | 4,50     |
| Lima .....                 | 1,80     |
| Limón .....                | 1,00     |
| Fresa .....                | 5,00     |
| Fresón .....               | 8,00     |
| Granada.....               | 1,50     |
| Mandarina Clementina ..... | 1,82     |
| Satsuma.....               | 1,50     |
| Otras.....                 | 1,80     |
| Mangos.....                | 3,00     |
| Maracuyá.....              | 6,00     |
| Melón Galia .....          | 0,70     |
| Amarillo .....             | 0,90     |
| Piel de Sapo.....          | 1,50     |
| Otras.....                 | 0,40     |
| Moras.....                 | 15,00    |
| Nashi.....                 | 2,00     |
| Nectarina Blanca.....      | 1,50     |
| Amarilla .....             | 1,50     |
| Níspero .....              | 2,80     |
| Nueces .....               | 8,00     |
| Olivas .....               | 1,80     |
| Papayas.....               | 3,00     |
| Pera Blanquilla .....      | 1,40     |
| Verano .....               | 1,50     |
| Invierno.....              | 1,40     |
| Temprana.....              | 1,00     |
| Piña.....                  | 1,50     |
| Pitahaya.....              | 6,00     |

| Plátanos Canario.....    | 1,20     |
|--------------------------|----------|
| Importación.....         | 1,10     |
| Manzana Bicolor.....     | 1,20     |
| Amarilla .....           | 1,20     |
| Verde .....              | 1,20     |
| Roja .....               | 1,20     |
| Otras.....               | 1,35     |
| Melocotón Amarillo.....  | 2,00     |
| Rojo Pulpa Blanca.....   | 1,20     |
| Rojo Pulpa Amarilla..... | 1,80     |
| Ciruela .....            | 1,20     |
| Uva Blanca.....          | 2,20     |
| Negra.....               | 2,20     |
| Rambután.....            | 11,50    |
| Sandía Con semilla.....  | 1,00     |
| Sin semilla.....         | 1,00     |
| Naranja .....            | 1,50     |
| Chirimoya.....           | 3,25     |
| Otras Frutas.....        | 0,90     |
| HORTALIZAS               | Euros/kg |
| Berenjena Larga.....     | 1,70     |
| Redonda .....            | 1,20     |
| Ajo Seco .....           | 4,20     |
| Tierno.....              | 1,10     |
| Apio .....               | 1,00     |
| Acelgas .....            | 0,70     |
| Batata .....             | 0,85     |
| Borrajá .....            | 1,00     |
| Brócoli .....            | 1,25     |
| Brécol.....              | 1,50     |
| Calçots .....            | 0,14     |
| Calabaza.....            | 0,50     |
| Calabacín.....           | 1,20     |
| Cardo.....               | 1,10     |
| Alcachofa .....          | 3,00     |
| Cebolla Seca .....       | 0,50     |
| Figueras .....           | 0,75     |
| Tierna.....              | 1,45     |
| Pepino .....             | 1,50     |
| Col Repollo .....        | 1,00     |
| Bruselas .....           | 2,80     |
| Lombarda .....           | 0,50     |
| China .....              | 0,90     |
| Coliflor .....           | 1,10     |
| Berros.....              | 1,50     |
| Lechuga Iceberg.....     | 0,60     |
| Larga.....               | 0,70     |
| Otras.....               | 0,90     |
| Endivia .....            | 1,20     |
| Escarola.....            | 0,90     |
| Espárragos Blancos ..... | 8,00     |
| Verdes.....              | 1,80     |
| Espinaca.....            | 1,10     |
| Haba .....               | 1,20     |
| Hinojo .....             | 1,00     |
| Perejil .....            | 0,50     |
| Judía Bobi .....         | 2,00     |
| Perona.....              | 3,50     |
| Fina.....                | 5,00     |
| Otras.....               | 3,50     |
| Nabo.....                | 0,80     |
| Zanahoria.....           | 0,70     |
| Patata Blanca .....      | 0,40     |
| Temprana.....            | 0,55     |
| Roja .....               | 0,50     |
| Pimiento .....           | 1,70     |
| Lamuyo .....             | 1,25     |
| Verde .....              | 1,60     |
| Guisante .....           | 7,50     |
| Puerro .....             | 0,80     |
| Rábano .....             | 0,40     |
| Remolacha .....          | 0,90     |
| Tomate .....             |          |
| Maduro.....              | 1,20     |
| Verde .....              | 1,70     |
| Chirivía.....            | 1,00     |
| Otras Hortalizas.....    | 0,70     |
| OTROS PRODUCTOS          | Euros/kg |
| Seta .....               |          |
| Girgola.....             | 4,00     |
| Rovellón-Níscalo .....   | 16,00    |
| Champiñón .....          | 2,50     |
| Otras Setas.....         | 17,00    |
| Maíz.....                | 0,50     |
| Caña de Azúcar.....      | 1,75     |
| Menestra.....            | 0,95     |
| Otros Varios.....        | 1,50     |

### Mercalaspalmas

Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 24 al 28 de noviembre de 2024, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.

| FRUTAS                              | Euros/kg |
|-------------------------------------|----------|
| Aguacate Hass.....                  | 6,45     |
| Fuerte.....                         | 5,46     |
| Otras Variedades.....               | 3,45     |
| Cacahuete.....                      | 1,65     |
| Carambola .....                     | 2,20     |
| Castaña.....                        | 5,45     |
| Cereza Picota .....                 | 9,95     |
| Ciruela Otras Familia Black.....    | S/C      |
| Golden Japan y Songold .....        | S/C      |
| Reina Claudia.....                  | S/C      |
| Santa Rosa.....                     | S/C      |
| Coco Otras Variedades.....          | 0,95     |
| Dátil Deglet Nou .....              | 4,45     |
| Fresón Otras Variedades.....        | 9,95     |
| Granada Otras Variedades .....      | 2,05     |
| Guayaba Otras Variedades .....      | 3,75     |
| Higo Chumbo.....                    | 2,85     |
| Kaki Otras Variedades .....         | 5,94     |
| Kiwi Kiwigold .....                 | 5,07     |
| Pulpa Verde.....                    | 4,95     |
| Limón Fino o Primafiori.....        | 1,90     |
| Otras Variedades .....              | 1,95     |
| Verna .....                         | 1,90     |
| Mandarina Clemenlate .....          | 1,75     |
| Clemenvilla o Nova.....             | 1,80     |
| Clemenule.....                      | 1,75     |
| Ortanique.....                      | 1,75     |
| Manga Kent .....                    | 4,56     |
| Mango Tommy Atkins .....            | 3,85     |
| Manzanas Fuji.....                  | 2,20     |
| Golden .....                        | 1,95     |
| Royal Gala.....                     | 1,95     |
| Granny Smith .....                  | 1,75     |
| Otras Variedades .....              | 2,05     |
| Reineta.....                        | 2,45     |
| Starking o Similares.....           | S/C      |
| Melocotón Merry y Elegant Lady..... | S/C      |
| Melón Piel de Sapo .....            | 2,45     |
| Amarillo .....                      | S/C      |
| Galia .....                         | S/C      |
| Otras Variedades.....               | 1,35     |
| Membrillo Común.....                | S/C      |
| Naranja Valencia Late.....          | 1,85     |
| Lane Late .....                     | 1,45     |
| Navel .....                         | 1,85     |
| Navelina.....                       | 1,85     |
| Otras Variedades.....               | 1,85     |
| Navel Late.....                     | 1,85     |
| Nectarina Carne Blanca .....        | 2,20     |
| Carne Amarilla .....                | S/C      |
| Nuez .....                          | S/C      |
| Papaya Grupo Solo y Sunrise.....    | 2,25     |
| Papayón (2-3 kg/ud) .....           | 1,85     |
| Pera Conferencia.....               | 1,95     |
| Limonera .....                      | S/C      |
| Ercolini / Morettini.....           | 2,45     |
| Otras Variedades .....              | 2,85     |
| Piña Golden Sweet.....              | 8,45     |
| Plátanos Canarias Primera .....     | 1,30     |
| Canarias Segunda.....               | 1,15     |
| Extra.....                          | 1,70     |
| Pomelo Rojo.....                    | 1,30     |
| Amarillo .....                      | 1,55     |
| Sandía Sin Semilla .....            | 1,75     |
| Con Semilla.....                    | 1,75     |
| Uva Red Globe.....                  | 2,35     |
| Blanca Otras Variedades .....       | 2,45     |
| Negra Otras Variedades .....        | 2,45     |
| Resto de frutas.....                | 1,30     |
| HORTALIZAS                          | Euros/kg |
| Acelga de Hojas Rizadas Lyon.....   | 2,75     |
| Ajo Blanco.....                     | 3,95     |
| Morado .....                        | 1,15     |
| Tierno o Ajete.....                 | 2,35     |
| Alcachofa Blanca de Tudela.....     | 1,85     |
| Apio Verde .....                    | 1,80     |
| Apionabo.....                       | 2,95     |
| Berenjena Morada .....              | 1,67     |
| Berros.....                         | 2,45     |
| Boniato o Batata.....               | 1,68     |
| Brócoli, Brecol o Brócoli.....      | 3,82     |

| Calabacín Blanco .....                    | 2,36     |
|-------------------------------------------|----------|
| Verde .....                               | 1,44     |
| Calabaza De Verano.....                   | 0,79     |
| De Invierno .....                         | 0,95     |
| Cardo.....                                | 1,15     |
| Cebolla Grano Oro o Valenciana .....      | 0,75     |
| Morada .....                              | 1,15     |
| Tierna .....                              | 0,95     |
| Recas o Similares .....                   | 1,15     |
| Col China o Pekinensis.....               | 0,85     |
| Lombarda o Repollo Rojo .....             | 0,95     |
| Repollo Hojas Rizadas.....                | 0,53     |
| Coliflor .....                            | 2,71     |
| Endivia .....                             | 1,25     |
| Escarola Rizada o Frisée.....             | 2,39     |
| Espárrago .....                           |          |
| Verde o Triguero.....                     | 2,40     |
| Blanco.....                               | S/C      |
| Espinacas .....                           | 0,18     |
| Guindilla Verde.....                      | 3,50     |
| Roja .....                                | 2,50     |
| Haba Verde o Habichuela.....              | 6,95     |
| Hinojo .....                              | 2,45     |
| Judía Verde Bobby.....                    | 6,46     |
| Verde Otras Variedades.....               | 6,66     |
| Lechuga Otras Variedades.....             | 0,30     |
| Romana .....                              | 0,95     |
| Maíz o Millo.....                         | 0,93     |
| Nabo.....                                 | S/C      |
| Pepino Largo o Tipo Holandés.....         | 1,59     |
| Perejil .....                             | 0,15     |
| Pimiento Amarillo, tipo California.....   | 2,55     |
| Rojito Lamuyo .....                       | 3,03     |
| Verde Italiano.....                       | 2,45     |
| Verde Padrón .....                        | 3,30     |
| Otras Variedades .....                    | 1,95     |
| Puerro .....                              | 2,11     |
| Rábano y Rabanilla .....                  | 0,65     |
| Remolacha Común o Roja .....              | 1,30     |
| Seta Champiñón .....                      | 2,45     |
| Girgola o Chopo .....                     | 2,20     |
| Tomate Cherry.....                        | 3,52     |
| Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta ..... | 2,19     |
| Liso Rojo Canario .....                   | 1,75     |
| Otras Variedades .....                    | 0,75     |
| Zanahoria o Carlota Nantesa .....         | 1,56     |
| Jengibre .....                            | 4,35     |
| Ñame.....                                 | 4,55     |
| Yuca o Mandioca o Tapioca .....           | 2,20     |
| Hortalizas IV Gama .....                  | 5,50     |
| Resto Hortalizas .....                    | 0,80     |
| PATATAS (Granel)                          | Euros/kg |
| Blanca, Otras Variedades.....             | 1,50     |
| Otras Variedades .....                    | 1,15     |
| Roja Otras Variedades.....                | 1,95     |
| Blanca Spunta.....                        | 1,95     |

### Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 25 al 28 de noviembre de 2025, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

| FRUTAS                     | Euros/kg |
|----------------------------|----------|
| Chirimoyas.....            | 4,57     |
| Clementina .....           | 1,58     |
| Castañas .....             | 4,70     |
| Limones.....               | 1,60     |
| Mandarinas .....           | S/C      |
| Manzana Golden .....       | 1,68     |
| Roja .....                 | 1,60     |
| Melocotones Amarillos..... | S/C      |
| Melón Piel de Sapo .....   | S/C      |
| Naranja Navelina .....     | 1,15     |
| Pera Blanquilla.....       | 2,10     |
| Plátanos .....             | 1,72     |
| Uva Italia .....           | 1,75     |
| Moscatel.....              | S/C      |
| HORTALIZAS                 | Euros/kg |
| Alcachofa .....            | 4,45     |
| Lechuga.....               | 0,77     |
| Cebolla.....               | 0,60     |
| Coliflor .....             | 0,73     |
| Judías Verdes Perona ..... | 3,10     |
| Patatas .....              |          |
| Calidad .....              | 0,40     |
| Comunes .....              | 0,40     |
| Pimientos Verdes.....      | 1,40     |

|                    |      |
|--------------------|------|
| Tomate Maduro..... | S/C  |
| Tomate Verde.....  | 1,86 |
| Zanahorias.....    | S/C  |

### Mercamurcia

Información de precios orientativos de mayorista a detallista, puestos en mercado y con envasado estándar de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 24 de noviembre de 2025, ofertados en Mercamurcia.

| FRUTAS                           | Euros/kg |
|----------------------------------|----------|
| Aguacate Fuerte.....             | 2,40     |
| Hass.....                        | 1,80     |
| Otras Variedades.....            | 1,75     |
| Castaña.....                     | 3,50     |
| Cereza Otras Variedades .....    | 12,00    |
| Chirimoya Otras Variedades ..... | 3,50     |
| Fina de Jete.....                | 3,00     |
| Ciruela Otras Familia Black..... | 1,50     |
| Coco en Seco .....               | 0,80     |
| Dátil Deglet Nour .....          | 4,50     |
| Medjool .....                    | 8,00     |
| Otras Variedades.....            | 3,80     |
| Fisalis Otras Variedades.....    | 4,80     |
| Fresón Otras Variedades.....     | 4,50     |
| Granada Mollar.....              | 1,50     |
| Guayaba o Cas.....               | 2,50     |
| Higo Chumbo.....                 | 3,75     |
| Kaki Sharoni.....                | S/C      |
| Rojito Brillante o Persimón..... | 1,40     |
| Otras Variedades.....            | 0,85     |
| Kiwi Pulpa Verde .....           | 3,00     |
| Otras Dulce .....                | 3,70     |
| Otras Variedades.....            | 2,25     |
| Lima Mejicana.....               | 2,00     |
| Otras Variedades.....            | 2,50     |
| Limón Fino o Primafiori.....     | 0,60     |
| Mandarina Otras Variedades.....  | 1,15     |
| Mango Haden.....                 | 2,50     |
| Tommy Atkins .....               | 2,40     |
| Otras Variedades.....            | 2,15     |
| Manzana Golden .....             | 1,15     |
| Starking o Similares.....        | 1,35     |
| Granny Smith .....               | 1,50     |
| Royal Gala.....                  | 1,55     |
| Fuji.....                        | 1,65     |
| Pink Lady .....                  | 2,00     |
| Verde Doncella.....              | 1,80     |
| Melocotón Baby Gold .....        | S/C      |
| Melón Piel de Sapo .....         | 1,50     |
| Membrillo Común .....            | 1,00     |
| Naranja Navelina .....           | 0,80     |
| Valencia Late.....               | S/C      |
| Navel Late.....                  | S/C      |
| Otras Variedades.....            | 0,60     |
| Nuez Nacional.....               | 4,00     |
| Papaya Otras Variedades .....    | 2,00     |
| Pera Ercolini / Morettini .....  | 1,50     |
| Conferencia.....                 | 2,00     |
| Limonera.....                    | 1,50     |
| Agua o Blanquilla .....          | 2,00     |
| Piña Africana.....               | 1,00     |
| Golden Sweet .....               | 1,30     |
| Pitaya Amarilla .....            | 3,00     |
| Plátano de Canarias Extra .....  | 5,00     |
| De Canarias 1 .....              | 1,80     |
| De Canarias 2 .....              | 1,60     |
| Otras Variedades.....            | 1,40     |
| Americano o Banana .....         | 0,95     |
| Macho .....                      | 1,80     |
| Pomelo Rojo.....                 | 1,50     |
| Otras Variedades.....            | 0,80     |
| Rambután .....                   | 3,00     |
| Sandía Sin Semilla .....         | 1,25     |
| Uva Sin Semilla Negra.....       | 1,80     |
| Sin Semilla Blanca.....          | 2,20     |
| Red Globe.....                   | 1,70     |
| Italia.....                      | 1,90     |
| Tamarindo.....                   | 4,50     |
| HORTALIZAS                       | Euros/kg |
| Acelga de Hojas Lisas Verde..... | 0,80     |
| Ajo Blanco.....                  | 3,40     |
| Tierno o Ajete.....              | 5,00     |
| Morado.....                      | 3,60     |
| Otras Variedades.....            | 3,00     |
| Alcachofa Blanca de Tudela.....  | 2,50     |
| Violeta .....                    | 2,25     |
| Apio Verde .....                 | 0,80     |



MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 47, del 17 al 23 de noviembre 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> |           |             |
| SATSUMAS                                    |           |             |
| Clausellina / Okitsu                        | S/C       | Valencia    |
| Clausellina / Okitsu                        | S/C       | L. Valencia |
| Iwasaki                                     | S/C       | Castellón   |
| Iwasaki                                     | S/C       | Valencia    |
| Owari                                       | S/C       | Alicante    |
| Owari                                       | S/C       | Valencia    |
| Owari                                       | S/C       | L. Valencia |
| CLEMENTINAS                                 |           |             |
| Arrufatina                                  | S/C       | Castellón   |
| Arrufatina                                  | S/C       | Valencia    |
| Arrufatina                                  | S/C       | L. Valencia |
| Clemenrubí                                  | S/C       | Castellón   |
| Clemenrubí                                  | S/C       | Alicante    |
| Clemenrubí                                  | S/C       | L. Valencia |
| Clemenules                                  | 0,40-0,45 | Alicante    |
| Clemenules                                  | 0,40-0,50 | Castellón   |
| Clemenules                                  | 0,36-0,46 | Valencia    |
| Clemenules                                  | 0,40-0,50 | L. Valencia |
| Marisol                                     | S/C       | Alicante    |
| Marisol                                     | S/C       | Castellón   |
| Marisol                                     | S/C       | Valencia    |
| Marisol                                     | S/C       | L. Valencia |
| Oronules                                    | S/C       | Alicante    |
| Oronules                                    | S/C       | Castellón   |
| Oronules                                    | S/C       | Valencia    |
| Oronules                                    | S/C       | L. Valencia |
| MANDARINAS E HÍBRIDOS                       |           |             |
| Clemenvilla                                 | 0,55-0,63 | Alicante    |
| Clemenvilla                                 | 0,50-0,63 | Castellón   |
| Clemenvilla                                 | 0,55-0,65 | L. Valencia |
| NAVEL                                       |           |             |

|                                                       |           |             |
|-------------------------------------------------------|-----------|-------------|
| Navelina                                              | 0,30-0,35 | Alicante    |
| Navelina                                              | 0,21-0,29 | Valencia    |
| Navelina                                              | 0,25-0,30 | L. Valencia |
| BLANCAS                                               |           |             |
| Salustiana                                            | 0,31-0,35 | Alicante    |
| Salustiana                                            | S/C       | Castellón   |
| Salustiana                                            | 0,25-0,30 | L. Valencia |
| LIMÓN                                                 |           |             |
| Limón Fino                                            | 0,50-0,60 | Alicante    |
| Limón Fino 1r Corte                                   | S/C       | Alicante    |
| POMELO                                                |           |             |
| Pomelo Rojo                                           | 0,25-0,32 | Alicante    |
| FRUTAS                                                | Euros/Kg  | Zona        |
| <i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i> |           |             |
| Aguacate                                              |           |             |
| Bacon                                                 | 1,20      | Castellón   |
| Bacon                                                 | 0,80-1,70 | Valencia    |
| Granada Valenciana                                    | 0,62-0,67 | Alicante    |
| Uva de Mesa                                           |           |             |
| D. María                                              | S/C       | Alicante    |
| Red Globe                                             | S/C       | Alicante    |
| HORTALIZAS                                            | Euros/Kg  | Zona        |
| <i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i> |           |             |
| Ajo Puero                                             | 0,70      | Alicante    |
| Tierno (garba)                                        | 2,64-3,08 | Valencia    |
| Alcachofa                                             |           |             |
| Consumo Fresco                                        | 1,70-2,46 | Castellón   |
| Consumo Fresco                                        | 1,54-2,11 | Valencia    |
| Apio                                                  |           |             |
| Verde                                                 | 0,43-0,55 | Alicante    |
| Berenjena                                             |           |             |
| Rayada                                                | 0,43-0,77 | Alicante    |
| Rayada                                                | S/C       | Castellón   |
| Negra                                                 | S/C       | Alicante    |

|                      |           |           |
|----------------------|-----------|-----------|
| Negra                | S/C       | Castellón |
| Negra                | S/C       | Valencia  |
| Boniato Blanco       | 0,69-0,96 | Alicante  |
| Rojo                 | 0,74-1,03 | Alicante  |
| Calabacín            | 0,72      | Alicante  |
| Calabacín            | 0,55-0,70 | Castellón |
| Blanco               | 1,53-2,12 | Castellón |
| Calabaza Redonda     | 1,06      | Castellón |
| Redonda              | 0,62-0,79 | Valencia  |
| Tipo Cacahuete       | 0,34-0,52 | Alicante  |
| Tipo Cacahuete       | 0,44-0,62 | Castellón |
| Cebolla              |           |           |
| Tierna               | 0,62-0,88 | Valencia  |
| Col                  |           |           |
| Lombarda             | 0,40-0,45 | Castellón |
| Repollo Hoja Lisa    | 0,26-0,40 | Alicante  |
| Repollo Hoja Lisa    | 0,47-0,50 | Castellón |
| Repollo Hoja Lisa    | 0,39-0,59 | Valencia  |
| Repollo Hoja Rizada  | 0,35-0,50 | Castellón |
| Coliflor Blanca      | 0,34-0,64 | Alicante  |
| Blanca               | 0,50-0,80 | Castellón |
| Blanca               | 0,54-0,98 | Valencia  |
| Escarola Hoja Rizada | 0,39-0,42 | Castellón |
| Judía Roja           | 3,40      | Castellón |
| Verde Perona         | 2,97-3,40 | Castellón |
| Blanca               | 5,20-6,80 | Castellón |
| Verde Boby           | 2,31-3,01 | Alicante  |
| Lechuga Romana       | 0,22-0,26 | Castellón |
| Romana               | 0,22-0,31 | Valencia  |
| Trocadero            | 0,69-1,20 | Castellón |
| Maravilla            | 0,55      | Castellón |
| Patata Blanca        | 0,34      | Castellón |
| Roja                 | S/C       | Castellón |
| Pepino Blanco        | 0,60-0,86 | Alicante  |

|                                                                                     |           |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| Blanco                                                                              | 1,20      | Castellón |
| Pimiento                                                                            |           |           |
| Lamuyo Verde                                                                        | S/C       | Alicante  |
| Dulce Italia                                                                        | S/C       | Alicante  |
| Dulce Italia                                                                        | S/C       | Castellón |
| Tomate                                                                              |           |           |
| Acostillado                                                                         | 0,80-1,72 | Alicante  |
| Redondo Liso                                                                        | 1,06      | Castellón |
| Pera                                                                                | S/C       | Castellón |
| Daniela                                                                             | 0,34-0,69 | Alicante  |
| Raff                                                                                | 1,06-1,70 | Castellón |
| Cherry                                                                              | 1,21-1,70 | Castellón |
| Zanahoria                                                                           | 0,27      | Alicante  |
| FRUTOS SECOS                                                                        | Euros/Kg  | Zona      |
| <i>(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)</i> |           |           |
| ALMENDRAS                                                                           |           |           |
| Comuna                                                                              | 4,72-5,02 | Alicante  |
| Comuna                                                                              | 4,65-5,15 | Castellón |
| Comuna                                                                              | 5,00      | Valencia  |
| Largueta                                                                            | 5,02-5,62 | Alicante  |
| Marcona                                                                             | 5,62-6,22 | Alicante  |
| Marcona                                                                             | 6,15-6,50 | Castellón |
| Marcona                                                                             | 6,20      | Valencia  |
| Plantea                                                                             | 4,72-5,02 | Alicante  |
| INDUSTRIALES                                                                        | Euros/Kg  | Zona      |
| <i>(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)</i>                               |           |           |
| ACEITE                                                                              |           |           |
| Oliva Lampante >2°                                                                  | 3,20-3,80 | Castellón |
| Oliva Virgen 0,8°-2°                                                                | 3,95-4,00 | Castellón |
| Oliva Virgen Extra                                                                  | 4,40-4,60 | Castellón |
| Garrofa Entera                                                                      | 0,30-0,38 | Castellón |
| MIEL                                                                                |           |           |
| De Milflores                                                                        | 3,25-3,40 | Castellón |

del 25 de noviembre de 2025. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

| CEREALES                                                                                                                                                         | Euros/Tm |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| TRIGO DURO                                                                                                                                                       |          |
| Grupo 1.....                                                                                                                                                     | 243,00   |
| Grupo 2.....                                                                                                                                                     | 233,00   |
| Grupo 3.....                                                                                                                                                     | 220,00   |
| Grupo 4. A .....                                                                                                                                                 | 215,00   |
| Grupo 4. B .....                                                                                                                                                 | S/C      |
| Grupo 4. C .....                                                                                                                                                 | S/C      |
| TRIGO BLANDO                                                                                                                                                     |          |
| Grupo 1.....                                                                                                                                                     | S/C      |
| Grupo 2.....                                                                                                                                                     | S/C      |
| Grupo 3.....                                                                                                                                                     | S/O      |
| Grupo 4.....                                                                                                                                                     | 210,00   |
| Grupo 5.....                                                                                                                                                     | 210,00   |
| OTROS PRODUCTOS                                                                                                                                                  |          |
| Tricale.....                                                                                                                                                     | S/O      |
| Cebada .....                                                                                                                                                     | 197,00   |
| Avena.....                                                                                                                                                       | S/O      |
| Maíz.....                                                                                                                                                        | S/O      |
| Sorgo .....                                                                                                                                                      | S/C      |
| Habas.....                                                                                                                                                       | S/O      |
| Guisantes.....                                                                                                                                                   | S/O      |
| Girasol .....                                                                                                                                                    | S/O      |
| Alto Oleico .....                                                                                                                                                | S/O      |
| Colza.....                                                                                                                                                       | S/O      |
| Alta degradación de los trigos blandos, lo que dificulta su comercialización. Mercado muy pesado.                                                                |          |
| Próxima sesión 16 de diciembre de 2025.                                                                                                                          |          |
| Precios de la Mesa de Almendras de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 11 de noviembre de 2025. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor. |          |
| ALMENDRAS                                                                                                                                                        | Euros/Tm |
| Floración Tardía Monovarietal .....                                                                                                                              | S/C      |
| Soleta.....                                                                                                                                                      | 5,50     |
| Belona.....                                                                                                                                                      | 5,85     |
| Lauranne .....                                                                                                                                                   | 5,35     |
| Guara.....                                                                                                                                                       | 5,35     |
| Antoñeta.....                                                                                                                                                    | S/O      |
| Constantí .....                                                                                                                                                  | S/O      |
| Comuna                                                                                                                                                           |          |
| Tradicional.....                                                                                                                                                 | 5,15     |
| Ecológica.....                                                                                                                                                   | 6,20     |
| Se comienza a cotizar la cosecha de 2025.                                                                                                                        |          |
| La próxima sesión de la Mesa de Almen-dras de la Lonja de Contratación de pro-ductos agrarios de Córdoba se celebrará el 2 de diciembre de 2025                  |          |

Lonja de León

Información de precios agrarios orientati-vos, en almacén, del día 26 de noviembre de 2025, fijado en la Lonja Agropecuaria de León.

| CEREALES       | Euros/Tm |
|----------------|----------|
| Trigo          |          |
| Pienso .....   | 193,00   |
| Cebada .....   | 189,00   |
| Triticale..... | 184,00   |
| Centeno.....   | 167,00   |
| Avena.....     | 138,00   |

|                           |          |
|---------------------------|----------|
| Maíz.....                 | 215,00   |
| FORRAJES                  | Euros/Tm |
| Alfafa                    |          |
| Paquete Rama .....        | 180,00   |
| Paquete Deshidratado..... | 225,00   |
| Paja 1ª Cebada .....      | 30,00    |
| Veza                      |          |
| Forraje de 1ª .....       | 130,00   |
| Forraje .....             | 100,00   |
| ALUBIAS                   | Euros/Tm |
| Canela.....               | 1,40     |
| Negra.....                | 2,90     |
| Palmeña Redonda.....      | 2,00     |
| Planchada .....           | 2,05     |
| Plancheta .....           | 2,10     |
| Pinta.....                | 1,10     |
| Riñón de León .....       | 1,55     |
| Redonda .....             | 1,40     |
| Canela IGP .....          | S/C      |
| Pinta IGP .....           | S/C      |
| Riñón de León IGP .....   | S/C      |
| GIRASOL                   | Euros/Tm |
| Girasol.....              | S/C      |
| Girasol Alto Oléico.....  | S/C      |
| PATATAS                   | Euros/Tm |
| Agria .....               | 120,00   |
| Jaerla .....              | 100,00   |
| Kennebec .....            | 130,00   |
| Red Pontiac.....          | 120,00   |
| Red Scarlet.....          | 100,00   |
| Yona.....                 | 100,00   |

Después de varias semanas de incerti-dumbre en las cotizaciones del vacuno de carne, el clima de preocupación sanitaria empieza a remitir puesto que se cumple ya un mes sin casos de animales contagiados de dermatosis nodular, la vacunación está también muy avanzada, tanto en la zona afectada de Cataluña como en la zona no afectada de Cataluña y Aragón, se puede por tanto afirmar que ha habido una bue-na gestión administrativa de esta crisis. En la sesión de la lonja celebra hoy en León, subida tanto en el ganado de vida como en el de carne debido a la poca oferta y a un incremento de la demanda que coincide con la Navidad. En el sector de los cereales, ligera bajada tanto para el trigo como para la cebada, habrá que estar pues atentos a cómo evoluciona el mercado este último mes del año en el cual es previsible un aumento de la oferta. En el resto de los secto-res se ha impuesto la estabilidad y por tan-to han repetido todas las cotizaciones. Se puede consultar el resto de las cotizaciones en nuestra web [www.lonjadeleon.es](http://www.lonjadeleon.es).

Lonja de Salamanca

Cotizaciones de las Mesas de Cereales y Ganada de la Lonja Agropecuaria de Salamanca del día 17 de noviembre de 2025. Información facilitada por la Dipu-tación de Salamanca.

| CEREALES | Euros/Tm |
|----------|----------|
| Trigo    |          |

|                          |          |
|--------------------------|----------|
| Blando .....             | 205,00   |
| Cebada P. E. (+64) ..... | 196,00   |
| Avena.....               | 139,00   |
| Centeno .....            | 186,00   |
| Tricale.....             | 195,00   |
| Maíz, (14°) .....        | 217,00   |
| LEGUMINOSAS              | Euros/Tm |
| Guisantes .....          | S/C      |
| Garbanzo                 |          |
| Pedrosillano .....       | 650,00   |
| Lenteja                  |          |
| Armuña.....              | 1.650,00 |
| OLEAGINOSAS              | Euros/Tm |
| Girasol (9-2-44) .....   | S/C      |
| Girasol                  |          |
| (Alto Oleico).....       | S/C      |
| Colza.....               | S/C      |
| FORRAJES                 | Euros/Tm |
| Forraje Extra .....      | S/C      |
| Forraje de Primera ..... | S/C      |
| Alfafa                   |          |
| Empacada .....           | S/C      |
| Veza (Henificada).....   | S/C      |
| Paja Paquete             |          |
| Pequeño.....             | S/C      |
| Paja Paquete             |          |
| Grande.....              | 38,00    |

Lonja de Segovia

Precios semanales de cereales, fijados en la Lonja de Segovia del día 27 de noviemb-re de 2024. Información facilitada por EFEAGRO.

| Frutos Secos    | Euros/Kg |
|-----------------|----------|
| ALFAFA          |          |
| Alfafa          |          |
| Empacada.....   | 160,00   |
| AVENA           |          |
| Avena.....      | 141,00   |
| CEBADA NACIONAL |          |
| Cebada .....    | 186,00   |
| CENTENO         |          |
| Centeno .....   | 167,00   |
| COLZA .....     |          |
| Colza .....     | S/C      |
| GIRASOL         |          |
| Girasol.....    | S/C      |
| PAJA            |          |
| Paja            |          |
| Empacada .....  | 30,00    |
| TRIGO           |          |
| Trigo           |          |
| Nacional.....   | 193,00   |

Lonja de Reus

Precios semanales de frutos secos, fijados hoy en la Lonja de Reus (Tarragona) del día 24 de noviembre de 2025. Informa-ción facilitada por EFEAGRO.

| Frutos Secos    | Euros/Kg |
|-----------------|----------|
| ALMENDRA        |          |
| Guara .....     | 5,00     |
| Comuna          |          |
| Ecológica ..... | 5,65     |
| Pelona .....    | 3,75     |

|                        |             |
|------------------------|-------------|
| Belona .....           | 4,90        |
| Comuna Tardía.....     | 5,20        |
| Constantí.....         | 5,20        |
| Vairo.....             | 5,00        |
| Lauranne .....         | 4,95        |
| Común .....            | 4,90        |
| Largueta .....         | 5,30        |
| Marcona .....          | 5,75        |
| PIÑÓN                  |             |
| Alameda.....           | 44,00       |
| Castilla .....         | 44,00       |
| AVELLANA               | Euros/Libra |
| San Giovanni .....     | 2,74        |
| Negreta DOP .....      | 3,34        |
| Negreta + 12mm.....    | 3,33        |
| Corriente + 12mm.....  | 3,02        |
| Tonda + 12m.....       | 3,00        |
| Negreta - 12mm .....   | 2,74        |
| Corriente - 12mm ..... | 2,74        |
| Tonda - 12mm .....     | 2,74        |

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 18 de noviembre de 2025. Origen al-macén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

| CEREALES                               | Euros/Tm |
|----------------------------------------|----------|
| TRIGO BLANDO PANIFICABLE               |          |
| Grupo 1.....                           | 240,00   |
| Grupo 2.....                           | 230,00   |
| Grupo 3.....                           | 218,00   |
| Grupo 4.....                           | S/O      |
| Grupo 5.....                           | S/O      |
| Pienso                                 |          |
| Importación.....                       | 218,00   |
| TRIGO DURO                             |          |
| Grupo 1.....                           | 246,00   |
| Grupo 2.....                           | 236,00   |
| Grupo 3.....                           | 225,00   |
| Grupo 4.....                           | 222,00   |
| Triticale                              |          |
| Nacional.....                          | 210,00   |
| Importación.....                       | 210,00   |
| Avena                                  |          |
| Importación.....                       | S/O      |
| Nacional.....                          | 190,00   |
| Cebada,                                |          |
| Igual y más de 64 .....                | 215,00   |
| Menos de 64.....                       | 210,00   |
| Importación Origen Puerto.....         | 215,00   |
| Maíz                                   |          |
| Importación origen Puerto .....        | 230,00   |
| Nacional.....                          | 219,00   |
| Habas                                  |          |
| Nacional.....                          | S/O      |
| Importación.....                       | S/O      |
| Guisantes                              |          |
| Nacional.....                          | S/O      |
| Importación.....                       | 270,00   |
| Girasol                                |          |
| Alto oleico +80% .....                 | 572,00   |
| Convencional .....                     | 472,00   |
| Colza.....                             | S/O      |
| NOTA: Toda la información de precios y |          |

cotizaciones de esta Lonja es propiedad de la misma.

Próxima sesión el 2 de diciembre de 2025.

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales refe-rida al día 20 de noviembre de 2024. Pre-cios orientativos en origen agricultor sob-re camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2024-2025).

| CEREALES                                                                                                                                  | Euros/Tm |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| MAÍZ                                                                                                                                      |          |
| Maíz Secadero .....                                                                                                                       | 233,00   |
| CEBADA                                                                                                                                    |          |
| Pienso +62 kg/Hl .....                                                                                                                    | 199,00   |
| Pienso –62 kg/Hl .....                                                                                                                    | 193,00   |
| AVENA                                                                                                                                     |          |
| Rubia .....                                                                                                                               | S/C      |
| Pienso .....                                                                                                                              | 170,00   |
| TRIGO                                                                                                                                     |          |
| Duro Pr>12.....                                                                                                                           | S/C      |
| Pienso                                                                                                                                    |          |
| +72 Kg/Hl.....                                                                                                                            | 214,00   |
| Fuerza +300w +14 pr .....                                                                                                                 | S/C      |
| Fuerza -300 +12,5 pr .....                                                                                                                | S/C      |
| Panificable Pr>11, W<200 .....                                                                                                            | 226,00   |
| Chamorro.....                                                                                                                             | S/C      |
| Triticale.....                                                                                                                            | 204,00   |
| Centeno .....                                                                                                                             | S/C      |
| Guisante .....                                                                                                                            | 252,00   |
| Yeros .....                                                                                                                               | 180,00   |
| Garbanzo                                                                                                                                  |          |
| sin limpiar .....                                                                                                                         | S/C      |
| Veza .....                                                                                                                                | 405,00   |
| Alfafa 1ª .....                                                                                                                           | 200,00   |
| Paja 1º + p grande.....                                                                                                                   | 39,00    |
| Avena en Rama .....                                                                                                                       | 100,00   |
| Veza Henificada .....                                                                                                                     | 116,00   |
| Nota: Subidas generalizadas para pien-sos, destacando la de las cebadas. Los forrajes repiten. Próxima cotización 4 de diciembre de 2025. |          |

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 17 al 23 de noviembre 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.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 19,55       |
| Cebada Malta .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | S/C         |
| Cebada Pienso .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 17,55       |
| Maíz .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | S/C         |
| Tricale.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 17,55       |
| Avena.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 15,90       |
| La llegada de las lluvias durante la sema-na pasada en cantidades relevantes, ha entorpecido el desarrollo de la siembra de los cereales de invierno, aunque en general han sido muy bien recibidas debido a la situación de sequía, y a su influencia favo-rable sobre las nascencias. Los agricultores se enfrentan este año a unas labores que exigen controlar la elevada cantidad de paja |             |

MERCADOS NACIONALES

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 17 al 23 de noviembre de 2025.

CEREALES

■ **De invierno:** En las principales zonas **cerealistas**, el último frente que atravesó nuestra comunidad dejó por lo general precipitaciones que han ralentizado las siembras e incluso en los suelos más pesados y zonas bajas han impedido la entrada de la maquinaria de siembra. Por lo general se está a la espera de que el terreno alcance las condiciones necesarias de tempero para proceder a la sementera. En los próximos días si no se producen nuevas precipitaciones se generalizará la labor de siembra. En las pocas parcelas que se sembraron antes de las lluvias pueden verse los **cereales de invierno** en nascencia y desplegando las primeras hojitas. ■ **De primavera:** La recolección del **arroz** se puede dar prácticamente por concluida. Se dan labores de fangueo para enterrar los restos vegetales y se inundan las tablas.

TUBÉRCULOS

En **Cádiz**, en la **comarca Costa Noroeste, zona de Conil** se está sacando **boniato rojo** en una gran cantidad de parcelas. Los calibres están siendo medios, sobre 400-500 gramos. Variedades como **Beauregard** son de las más utilizadas por los agricultores de la zona. Las **patatas tardías** en la **zona de Antequera (Málaga)**, se encuentran en fase de engorde del tubérculo, de acuerdo a la fecha habitual, la campaña comenzará en un mes y medio. Presentan buen desarrollo con una altura de 30-35 cm. Se ha aplicado en cobertera abonado con nitrógeno en dos pases de 300 kg/ha. Se complementa además con magnesio entre otros correctores. En **Sevilla**, desarrollo de brotes laterales en la patata de otoño que puede verse cerrando los lomos e iniciando la tuberización en las parcelas más adelantadas.

LEGUMINOSAS

Al igual que en los **cereales**, se está a la espera de precipitaciones que permitan realizar la siembra de **leguminosas** en las condiciones adecuadas. En **Huelva**, siguen las tierras preparadas de cara a la próxima sementera de **habas** y **guisantes** que comenzará en pocos días. Los precios bajos de la campaña pasada condicionan la política de siembras de la presente. En **Jaén**, una vez se pueda entrar en las fincas, comenzarán las siembras de vezas y mezclas forrajeras para heno. En fincas de **algodón** se desbrozan restos de cosecha para próximas siembras de habas o guisantes.

CULTIVOS FORRAJEROS

En **La Sierra** y **Los Pedroches** ya se han sembrado las primeras parcelas de **cereales forrajeros** y aunque ya es el tiempo, no se generaliza esta labor ante las nulas previsiones de lluvias en los próximos días.

CULTIVOS INDUSTRIALES

Se han paralizado los trabajos de desbrozar matas de **algodón** debido a la lluvia. En **zonas como Villamartin-Arcos de la Frontera-Bornos (Cádiz)**, los rendimientos han sido altos, sobre 3.700-4.000 kg/ha, ciclos medios. Los precios están siendo bajos aunque pueden subir algo en futuras liquidaciones.

CULTIVOS HORTÍCOLAS AL AIRE LIBRE

En **Almería**, en la **Costa del Levante Bajo Almanzora**, la recolección de la **lechuga** continúa con normalidad, incorporándose la **lechuga de hoja de roble** y la **col kale** cuyas plantaciones alcanzan aproximadamente 20 a 25 cm de altura, momento óptimo para la cosecha de la misma. La recolección consiste en el corte de las hojas, dejando el tronco que posteriormente vuelve a desarrollar hojas nuevas. Se ha iniciado la recolección del **colirrábano** a buen ritmo a la vez que continúa el desarrollo vegetativo y nuevas plantaciones en parcelas contiguas. Los cultivos de **alcachofas** y de **habas verdes** continúan con la fase de crecimiento vegetativo, presentando un buen aspecto. En las plantaciones más tempranas de **alcachofa** se continúa con la recolección. Se prevé la recolección en breve de una variedad **violeta**. En **Córdoba**, los **ajos chinos** se encuentran entre BBCH 1-9 (Plantación) y BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas) bien enraizados, aunque con encharcamientos en zonas bajas de algunas fincas. La **colza** se encuentra en fase de desarrollo de las primeras hojitas para los más adelantados y en nascencia la mayoría. Las lluvias ayudarán al desarrollo en las próximas semanas. En **Sevilla**, las siembras de **coliflores** se han realizado con una plantación escalonada, en las tempranas se observa el desarrollo foliar y recolección. Se produce la germinación y desarrollo de hojas en las **zanahorias**, **cebollas tempranas**, **remolacha de mesa** y **espinacas para industria**. En las plantaciones de **puerros** se observa el desarrollo de las hojas. Se produce el desarrollo de brotes laterales en las plantaciones de **alcachofas**.

CULTIVOS HORTÍCOLAS PROTEGIDOS

En **Almería**, en los invernaderos de **pimientos** continúan las recolecciones de todas las variedades y las labores de mantenimiento de las matas, en función del precio cortan o mantienen el **pimiento** en la planta. En los invernaderos de **tomate**, continúa el desarrollo de las matas, las plantaciones más tempranas descuelgan los tallos, después de haber recolectado los frutos de la parte inferior del tallo. Se realizan labores de destalle, deshojado en la parte inferior de los tallos, entutorado y recolecciones. En los invernaderos de **berenjenas**, las plantaciones están vegetando con normalidad, floreciendo, cuajando y engordando los frutos, se encuentran en el inicio de recolección y las más tempranas en plena recolección. En los invernaderos de **pepino** las plantaciones van arrancando los cultivos agotados que se sustituirán por otro cultivo de **pepino** u otra hortaliza, el resto de invernaderos trasplantados más recientemente tienen instaladas en su mayoría doble cubierta y manta térmica para aumentar la temperatura y acelerar así el desarrollo vegetativo. En **calabacín**, algunas plantaciones se están arrancando al haberse terminado su ciclo productivo, otros se encuentran en recolección y otros se acaban de trasplantar, cubriendo con manta térmica las líneas de plantación para resguardarlas del frío y posibles picaduras de mosca blanca. En **Granada**, los **pimientos Lamuyos** se encuentran en fase de engorde, los **Italianos** están comenzando la fase de cuaje-engorde. En los invernaderos de la costa se observan pepinos en recolección, hay poco **calabacín**. En **Huelva**, en las parcelas de **fresa** predominan las parcelas en floración con frutos en crecimiento en las extratempranas y en crecimiento vegetativo para las tardías. Hasta el momento no se estaban produciendo incidencias pero tras el paso de las borrascas de los últimos días, se han inundado parcelas y se ha caído el plástico en las distintas zonas productoras. Algunas de las variedades actuales más importantes son el **A-18**, **Leticia**, **Red Saira**, **Premium** y **Fandango**. Las plantaciones de **arándanos** de las **comarcas Condado Litoral** y **La Costa** se encuentran en fase de engorde de frutos estando otras fincas en floración y cuaje.

FRUTOS SECOS

En las plantaciones de **almendro** se produce el amarilleamiento y caída de las hojas. Se realizan labores de poda. La campaña de la **castaña** en la **Sierra de Huelva** finalizó con rendimientos inferiores a lo esperado. Se han producido ataques de Cydia splendana que han provocado mucha castaña caída o destino a destrío. Cada año disminuye la superficie de **castaña** en la **Sierra de Huelva** debido al envejecimiento y debilitamiento del cultivo que no es tratado ni mantenido adecuadamente. Los nogales están tirando la hoja, se espera que comience la poda y dure hasta enero. En **Málaga**, la campaña de las **nueces** ha sido mala; ha habido muchas nueces vacías, sin fruto. No han engordado. Se han dado calibres de 30-31 poco comerciales.

FRUTALES DE HUESO

En **Huelva**, la campaña de la **granada** se ha desarrollado con buenos rendimientos y calibres más pequeños que en otras campañas, en estos momentos iniciales de la misma. La variedad principal es la **Mollar de Elche** y **Wonderful**, además de **Acco** y **Smith**.

FRUTOS SUBTROPICALES

En **Cádiz**, en las plantaciones de **aguacates**, la recolección de la **variedad Bacon** está finalizando en la **comarca Campo de Gibraltar**. Hay más kilos que en 2024. Esta semana comienza la variedad **Hass**. Hay mucha plantación joven que está entrando en producción. En **Granada, en el Valle de Lecrín**, los **aguacates** están en fase de engorde. Los calibres están siendo bajos. En la costa comenzarán a recogerse **Hass** en una semana, llevan adelante. Los mercados están paralizados, la campaña va lenta. En la **comarca de La Costa** la fruta del **maracuyá** se encuentra cambiando de color. Los aforos realizados esperan unos rendimientos de 3.000-4.000 kg/ha. En **Málaga**, la variedad de **aguacate Bacon** está finalizando, así como la **Fuerte** y está comenzando la variedad **Hass**. Los rendimientos están siendo mejores que el año pasado y los calibres están siendo medios.



CÍTRICOS

En **Córdoba**, esta semana se ha ralentizado la recolección de **naranjas** por las lluvias y el estado del terreno. Se está en plena recolección de **naranja de la variedad Navelina** en la **Campaña Baja** con rendimientos inferiores a otras campañas. La fenología de las **naranjas** presentan un retraso de 10-15 días, le falta color, en muchos casos en transición del verde amarillento al naranja. En **Sevilla**, la bajada de las temperaturas interrumpe los ciclos reproductivos de la mayoría de las plagas y favorece el cambio de color de los cítricos. Se recogen entre otras **mandarinas Satsumas** y **Clementinas** y **naranjas Navelinas**. En estas últimas, se reportan calibres de 4-5 y rendimientos de 20 a 25 t/ha. La demanda interna de naranjas parece que se encuentra algo retenida por el momento. Previsible mente, la llegada del frío debería reactivar la demanda de los **cítricos**. Las precipitaciones favorecen el engorde de las **Salustianas** y otras variedades medias y tardías.

VIÑEDO

En **Cádiz**, la fenología en el viñedo de **vinificación** es la de caída de hoja aunque lleva algo de retraso debido a las altas temperaturas del comienzo del otoño. Ha finalizado el aserpiado en zonas como **Sanlúcar de Barrameda**.

OLIVAR

En **Cádiz**, en la **comarca Campiña de Cádiz, zona de Espera-Villamartin-Arcos** la campaña del molino ha comenzado. Se ha caído aceituna debido a los vientos. En **Córdoba**, la recolección de **aceituna de almazara** se ha paralizado durante los días de lluvia, reiniciándose poco a poco a partir del martes 18 conforme han ido remitiendo las lluvias y el terreno lo ha permitido, sobre todo en las **zonas de Sierra**. Los rendimientos grasos son medios, pero por encima del año anterior cuando fueron especialmente bajos. Se realizan podas y tratamientos preventivos de repilo en los olivares ya cosechados, que son los que se han verdeado y los superintensivos recogidos antes de llover. En **Granada, en las comarcas del Valle de Lecrín y Alpujarras** se observan olivos de la variedad Lechín, centenarios, con marcos 10x10m y comenzando la recolección. Los primeros rendimientos grasos están siendo del 18-20%. En **Jaén, en comarcas como Sierra Mágina**, la campaña lleva un adelanto de una semana, comenzó el uno de noviembre. La **variedad Picual** es la predominante. Los rendimientos grasos están siendo bajos 18-19°C. La producción media se estima más baja que en 2024. En las **comarcas de El Condado y Sierra Morena** la campaña comenzó el día 21, con rendimientos grasos del 18% y producciones menores que la campaña pasada. En **Málaga**, una vez finalizada la campaña del verdeo, hace un mes comenzó el molino. La **aceituna** se encuentra verde en un 20% y el resto negra en la **comarca Centro**. Los rendimientos están siendo del 23-24% a comienzos de campaña que irán disminuyendo una vez que han tomado el agua de estas lluvias. En **Sevilla**, tras las lluvias, el estado fenológico dominante en el **olivar** avanza hacia el envero manchas rojas en todas las comarcas e incluso fruto maduro pulpa blanca en las zonas más adelantadas. Actualmente nos encontramos en plena campaña de recolección de la **aceituna** para almazara. En las plantaciones de **olivar** superintensivo, se reportan producciones por encima de 20.000 kg/ha con rendimientos grasos del 18-20%. Se realizan podas y tratamientos a base de cobre en los olivares cosechados.

| que quedó en los campos en la campaña anterior, recurriendo al uso de los arados rotativos, y a la aplicación de urea para prevenir posibles deficiencias de nitrógeno en las primeras fases de desarrollo. Frente a esta necesidad, la aplicación de fertilizantes exige un desembolso económico más alto del que se tuvo que afrontar el año pasado, en el caso particular de la urea, un 40% más |          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| FORRAJERAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Euros/Kg |
| Heno de Alfafa .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 18,00    |
| Veza .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 12,00    |
| PATATAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Euros/Kg |
| Consumo fresco libre .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 12,00    |
| Industria Frito Sin Conservación .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 31,20    |
| Con Conservación .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 25,70    |
| Congelado Rojas.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 18,00    |
| Congelado Blancas.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 18,00    |

| La falta de consumo provoca una nueva bajada en el precio de patata para fresco quedando los 100 kg en unos 12 euros, dos menos que la semana pasada y alcanzando un valor muy por debajo de los costes de producción medios. El mercado para industria se mantiene más estable, cubriendo las necesidades de fábrica |          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| REMOLACHA                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Euros/Kg |
| Remolacha tipo 16% sacarosa .....                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 34,00    |

| Al igual que en la campaña anterior, este año la azucarera va a pagar al agricultor por tonelada de remolacha bruta, sin tener en cuenta el grado de polarización que presenta a la entrada en fábrica. El precio oscila entre los 32-36 €/t, en función del productor y de las características del histórico de las entregas pasadas. |          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| CHAMPIÑÓN Y SETAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Euros/Kg |
| Champiñón Granel pie cortado.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 2,95     |
| Bandeja pie cortado.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 3,60     |
| Industria 1 Raíz .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | S/C      |
| Industria 2 Pie cortado .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | S/C      |
| Seta Ostra Granel.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3,50     |
| Ostra Bandeja .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 4,25     |
| Shii-Take granel.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 5,00     |

| Los cultivadores de champiñón siguen luchando para controlar tanto la telaraña como la mole, cuya incidencia ha sido importante durante este mes pasado consecuencia de las suaves temperaturas que ha habido. A esto, hay que añadir un nuevo problema; el incremento de precio de la turba ante la dificultad que están teniendo los productores para conseguir este producto. Respecto a los precios, continúa la estabilidad en todos los formatos y tipos de hongos. |          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| HORTALIZAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Euros/Kg |
| Acelga Verde.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0,60     |
| Borrajá .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 0,60     |
| Lechuga Rizada.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2,85     |
| Apio .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 0,28     |
| Repollo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |          |
| Hoja Rizada.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 0,38     |
| Coliflor .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 8,00     |
| Cogollos.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | S/C      |
| Brócoli.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 0,50     |
| Cebolleta.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | S/C      |
| Alubia Verde Fresco.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | S/C      |
| Pocha.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | S/C      |
| Calabacín .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | S/C      |
| Romanescu .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 10,20    |
| Alcachofa Fresco .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 5,00     |

| Con un consumo que sigue sin mostrar signos de mejoría, los precios de prácticamente todas las hortalizas que están en el mercado consiguen mantener el precio estable o incluso anotar un ligero incremento. Son el apio y el romanescu los productos que pierden valor por segunda semana consecutiva. |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| FRUTAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Euros/Kg  |
| GRUPO PERA                                                                                                                                                                                                                                                                                               |           |
| Ercolini 50+ .....                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 1,50      |
| Moretini 60+ .....                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0,90      |
| Limonera 60+ .....                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0,90      |
| Conferencia DOP.....                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 0,70-0,90 |
| Pera industria Williams .....                                                                                                                                                                                                                                                                            | 0,25      |
| GRUPO MELOTOCÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                          |           |
| Melocotón Amarillo +70mm.....                                                                                                                                                                                                                                                                            | 1,05      |
| Melocotón industria.....                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 0,35      |
| Nectarina Amarilla +65mm .....                                                                                                                                                                                                                                                                           | 1,10      |
| GRUPO CIRUELA                                                                                                                                                                                                                                                                                            |           |
| Reina Claudia <38mm.....                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 1,50      |
| Reina Claudia >38mm.....                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2,005     |
| GRUPO MANZANA                                                                                                                                                                                                                                                                                            |           |
| Royal Gala 60+.....                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 0,50      |
| Manzana Industria .....                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 0,11      |

|                                                                                                                                                       |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| El bajo número de operaciones comerciales en el mercado nacional vaticina la llegada de las fiestas navideñas, cuya presencia cada año aparece antes. |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

# Europlátano continúa reforzando su expansión peninsular con nuevas instalaciones propias

Los agricultores canarios invierten en el futuro ampliando su poder estratégico

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**  
El grupo Europlátano continúa su expansión en la Península con un nuevo paso estratégico: la adquisición total del complejo logístico de Alicante, unas instalaciones que hasta ahora utilizaban parcialmente en régimen de alquiler desde 2020. Con esta operación, el conjunto del inmueble pasa a ser propiedad directa de los productores, consolidando uno de los enclaves más importantes para la maduración y distribución de sus plátanos en territorio peninsular.  
El complejo está ubicado en una parcela de 22.000 metros cuadrados y cuenta con una nave principal de más de 7.000 metros cuadrados equipada con 46 cámaras de maduración, una segunda nave cercana a los 2.500 metros dotada de seis cámaras de mantenimiento y un inmueble contiguo que albergará las oficinas. Esta compra fortalece el modelo

de negocio que Europlátano impulsa desde hace años, basado en controlar de manera directa todas las fases del proceso: desde el campo hasta el cliente final. Además, esta adquisición incrementa directamente el patrimonio de los socios y refuerza el valor de la empresa de la que son dueños.  
■ **DOS PUNTOS CLAVE**  
Esta operación se suma a la reciente entrada en funcionamiento de la nueva planta de Orozco (Vizcaya), una nave de nueva construcción que ya duplicó la capacidad operativa del grupo.  
Con las plantas de Alicante y Orozco plenamente integradas, los agricultores de Europlátano son capaces de madurar la totalidad de su producción y también de terceros; garantizando además calidad, trazabilidad y eficiencia en cada fase de la cadena de producción. Europlátano cuenta ya con una capacidad de



Esta compra fortalece el modelo de negocio de Europlátano, basado en controlar de manera directa todas las fases del proceso: desde el campo hasta el cliente. / EP

maduración cercana a los 100 millones de kilos.  
La compra total de la nave de Alicante era el siguiente paso en la expansión del grupo. Teniendo en cuenta que la organización de productores de plátano de Canarias Europlátano ha sido la que

más ha crecido en las islas en los últimos cinco años, se hacía necesaria esta segunda planta completa en Península que le diera servicio directo de maduración, comercialización y logístico para la producción de la empresa. Gracias al buen hacer de los

agricultores, la organización en las islas y al incremento de producción que ello ha supuesto, esta expansión en la Península se vuelve imprescindible para seguir creciendo con un modelo de negocio independiente.  
Con esta ampliación de la capacidad de maduración y los dos enclaves logísticos del grupo, Europlátano cuenta con los medios necesarios para darle a sus clientes no sólo el mejor producto, sino también el mejor servicio. Europlátano es capaz de ofrecer a clientes de toda la Península y varios mercados europeos, el plátano de la mejor calidad adaptado a sus necesidades en cuanto a confección, presentación y maduración.  
Este hito se convierte así en una pieza más de un proyecto empresarial que, a pesar de la complejidad que atraviesa el sector, garantiza la independencia económica y comercial, prioriza la calidad certificada, la eficiencia en la distribución y la creación de valor tanto para los clientes como para los agricultores. Se engloba dentro de un objetivo claro de hacer que, basándonos en la calidad y el servicio, consigamos avanzar en recuperar la cuota de mercado perdida a favor de la banana. Europlátano mantiene una hoja de ruta clara: asegurar el futuro del plátano canario con una gestión profesional, responsable y orientada a resultados sostenidos.

# Bollo actualiza su identidad para extender su estrategia premium del melón a todas sus frutas

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**  
Bollo, referente del sector agroalimentario español con más de 100 años de trayectoria, ha presentado su rebranding con el objetivo de trasladar su exitosa estrategia premium, iniciada con su icónico melón y sus cítricos, al conjunto de su portafolio de frutas, así como a nuevos entornos como su nueva IV gama.  
“Este rebranding refleja nuestra evolución como marca y nuestro firme propósito de llevar lo mejor del campo a la mesa, no sólo con nuestro melón, sino con cada fruta que cultivamos y comercializamos”, afirma Antonio Alarcón, CEO de Bollo Natural Fruit.  
Esta evolución en la narrativa y el posicionamiento responde a su compromiso de ofrecer una experiencia de máxima calidad en cada uno de sus productos, apoyándose en su trayectoria consolidada en agricultura bio-inclusiva, sostenibilidad y excelencia operativa. También nace de su voluntad de conectar con audiencias más digitales, que consumen y viven la fruta de una manera diferente.  
Los últimos estudios de notoriedad realizados sitúan a Bollo como la fruta española más premium del mercado, reflejo de la confianza del consumidor y del reconocimiento del sector. Estos estudios destacan su origen español y reconocen sus “medallas” como sinónimo de sabor excepcional.  
■ **REBRANDING**  
El rebranding de Bollo no es sólo una actualización visual,



Bollo continúa su expansión con una propuesta premium que abarca melón, sandía, cítricos, frutas tropicales y productos de IV gama. / BOLLO  
sino un paso más dentro de su movimiento Natural Change, que promueve una agricultura regenerativa, inclusiva y comprometida con el entorno. Un movimiento que busca conectar con un consumidor que hoy vive la fruta de otra manera.  
Esta evolución de posicionamiento de marca, llevada a cabo por la agencia Kids, destaca por la presencia, en la mayoría de sus formatos y usos, de las reconocidas medallas de oro de su apreciado melón de etiqueta negra, que han sido rediseñadas para la ocasión. La nueva marca, ahora más sofisticada y premium, pensada para un uso flexible y en movimiento, simplifica la nomenclatura de sus gamas, haciéndolas mucho más reconocibles y claras para el consumidor.  
Esta nueva narrativa e identidad, que conecta pasado y futuro, se suma a la reciente certificación B Corp, que reconoce a las empresas con los más

altos estándares de desempeño social, medioambiental y de transparencia.  
■ **MIRANDO AL FUTURO**  
Bollo continúa su expansión con una propuesta premium que abarca melón, sandía, cítricos, frutas tropicales y productos de IV gama, consolidando su liderazgo como marca española de fruta de alta gama, respetuosa con el planeta y centrada en las personas.  
■ **MÁS DE UN SIGLO MIRANDO AL FUTURO**  
Con más de 100 años de historia, Bollo se reafirma como una marca española premium y sostenible, que combina tradición, innovación y responsabilidad.  
Su modelo de agricultura bio-inclusiva y su certificación B Corp refuerzan el propósito de su movimiento Natural Change: cultivar el futuro de la fruta regenerando la tierra y cuidando de las personas.



Bonnysa ha anunciado la culminación de un proceso estratégico clave: la centralización de sus operaciones en su almacén principal en Los Llanos. / BONNYSA

# Bonnysa centraliza y moderniza su almacén de Los Llanos

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**  
Bonnysa Agroalimentaria, una de las compañías líderes del sector agroalimentario, ha anunciado la culminación de un proceso estratégico clave: la centralización de sus operaciones en su almacén principal en Los Llanos, en la localidad de Mutxamel (Alicante). Esta iniciativa busca mejorar la eficiencia logística y situar la sostenibilidad, la calidad y la frescura en el centro de su modelo de negocio.  
La unificación de la gestión y el flujo de producto en una única instalación permite a Bonnysa ejercer un control más riguroso sobre toda la cadena de valor, desde la recepción del producto fresco hasta su expedición. Así, productos como tomate, uva, granada, papaya y plátano se gestionarán de manera integral en las mismas instalaciones, optimizando procesos y costes.  
“Esta centralización es un salto cualitativo. Nos permite estandarizar procesos, optimizar costes, garantizar los más altos estándares de calidad y asegurar la máxima frescura de nues-

La empresa optimiza su logística en Mutxamel, unificando operaciones y ampliando las instalaciones  
tros productos antes de llegar al consumidor”, señala Jorge F. Brotóns, presidente de Bonnysa.  
La iniciativa incluye, además, una apuesta destacada por el plátano, con la ampliación de las instalaciones dedicadas a este producto. Las nuevas áreas de maduración contarán con tecnología de última generación, sustituyendo progresivamente las antiguas instalaciones y aumentando la capacidad de almacenamiento y procesamiento.  
Con esta estrategia, Bonnysa refuerza su posición en el mercado y prepara sus operaciones para un crecimiento sostenible y eficiente, manteniendo la calidad y frescura como elementos diferenciales en su oferta de frutas.



Stand de la compañía en el VII Congreso Latinoamericano de la Palta de Perú. / CITROSOL

## Citrosol comparte avances en la conservación de palta en el VII Congreso Latinoamericano de la Palta de Perú

La compañía presentó sus soluciones para prolongar la vida útil del aguacate

### VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Citrosol, empresa líder en el desarrollo y comercialización de tecnologías y soluciones postcosecha para frutas y hortalizas, tuvo una participación destacada en el VII Congreso Latinoamericano de la Palta, realizado del 17 al 19 de noviembre de 2025 en Lima, Perú.

La compañía participó con un stand corporativo en el área comercial del evento, donde presentó sus innovaciones para la conservación de la palta (aguacate) y atendió a productores, empacadores, exportadores y técnicos de toda América Latina y el mundo, interesados en prolongar la vida útil del fruto desde el proceso de postcosecha para poder llegar así a los mercados internacionales con la mejor calidad posible.

### PONENCIA ESPECIALIZADA

Durante el congreso, Citrosol ofreció una ponencia técnica centrada en sus soluciones avanzadas para extender la vida comercial de la palta, mejorar su seguridad alimentaria y reducir las pérdidas durante el transporte.

La presentación abordó aspectos clave como el control del moho peduncular y la mejora de la seguridad alimentaria mediante la aplicación de la tecnología Sistema Citrocide®, así como la aplicación del innovador recubrimiento Plantseal® Tropicals que permite optimizar los arribos de la palta de exportación. Las soluciones ya se están aplicando industrialmente en Perú, Chile y Colombia, países con mucha relevancia en este cultivo. El Dr. Martín Mottura compartió resultados de experiencias realizadas en clientes que tienen estas tecnologías instaladas.

### CITROCIDE® AVO SYSTEM

El lavado higiénico de la palta mediante el Sistema Citrocide® AVO permite reducir la incidencia del moho peduncular con eficacias superiores al 90%, además de incrementar la seguridad alimentaria del fruto. Este sistema se presenta como una alternativa eficaz y ecológica frente a la aplicación de tratamientos fungicidas. Lavando con el Sistema Citrocide® AVO se alcanzan eficacia en el control del moho peduncular similares o incluso superiores a las alcanzadas por los fungicidas, pero sin dejar residuos en la fruta. Citrocide® está certificado incluso como insumo para la agricultura ecológica, por lo que su uso no presenta restricciones de ningún tipo.

### PLANTSEAL® TROPICALS

El recubrimiento vegetal PlantSeal® Tropicals reduce la pérdida de peso que se produce por deshidratación a lo largo de la cadena de suministro de la palta, permitiendo ahorrar importantes cantidades de producto en cada envío. Por otro lado, lo realmente relevante es que este recubrimiento minimiza los síntomas de daño por frío que pueda sufrir la fruta durante su almacenamiento y transporte, reduciendo hasta un 84% el pardeamiento interno consecuencia de este daño y disminuyendo así las reclamaciones por este problema.

Las prestaciones de este recubrimiento, certificado con el sello vegano V-Label, no acaban aquí. Recientes estudios realizados por el IVIA (Instituto Valenciano de Investigación Agraria) han demostrado que la aplicación de PlantSeal® Tropicals en aguacate mejora la vida postcosecha del fruto, alargando su vida en anaquel sin interferir en la maduración. Los resultados de estos estudios indican que en los frutos recubiertos con PlantSeal se observa menos pardeamiento interno en la etapa de anaquel, lo que contribuye a mantener la calidad y puede suponer un menor rechazo por parte del consumidor final, favoreciendo la venta y reduciendo el desperdicio.

En la imagen se presentan parte de los resultados obtenidos por el IVIA (Instituto Valenciano de Investigación Agraria) en palta de la variedad Lamb Hass, donde se puede observar cómo la palta a la que se le aplicó el recubrimiento PlantSeal® Tropicals presenta una mayor vida en anaquel, con menor pardeamiento interno respecto a la palta sin recubrimiento, incluso después de 9 días a 20°C.

### UN ESPACIO PARA LA INNOVACIÓN Y LAS ALIANZAS TÉCNICAS

El VII Congreso Latinoamericano de la Palta reunió a investigadores, productores, exportadores y especialistas de todo el mundo para intercambiar conocimientos sobre manejo de cultivo, tecnología, sostenibilidad y postcosecha. En este contexto, CITROSOL reforzó su compromiso con la innovación aplicada, la sostenibilidad y el acompañamiento técnico a la industria de la palta en la región.

# Carrefour firma un nuevo acuerdo con Cañamás Hermanos

El convenio contempla un crecimiento del 20% en las compras de cítricos a Cañamás durante los próximos 3 años

### VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Carrefour ratifica su apoyo al campo español tras firmar un acuerdo con la firma valenciana Cañamás Hermanos. Según la cadena de supermercados, “el acuerdo consolida su liderazgo en la creación de compromisos estables con proveedores del campo español y confirma la apuesta por el producto nacional, la agricultura sostenible y la accesibilidad a productos frescos de calidad”.

El acuerdo con Cañamás Hermanos, proveedor de Carrefour desde hace 24 años, contempla un crecimiento del 20% en las compras de naranjas, mandarinas y pomelos durante los próximos 3 años, para España y Francia. El convenio forma parte de la red de compromisos de compra que Carrefour tiene con sus proveedores, con el objetivo de mantener relaciones estables que garanticen productos de calidad a precios accesibles para sus clientes y justos para los productores.

Sólo en el último año, Carrefour ha mantenido relaciones comerciales con 7.900 empresas españolas, entre las que se incluyen proveedores de productos y servicios, por valor de 9.700 millones de euros. De ellas, más de 2.000 son proveedores de produc-



Carrefour mantiene compromisos con proveedores citrícolos españoles. / CAÑAMÁS

tos frescos, cifra con la que confirma su liderazgo en compras a proveedores del campo español.

Este compromiso se refleja en su colaboración con 170 Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) y 60 Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP). Carrefour reconoce el papel esencial que juegan los proveedores españoles en la cadena agroalimentaria para surtir a sus más de 1.500 tiendas de productos de origen España y siempre al mejor precio.

### APOYO AL CAMPO ESPAÑOL

Las marcas Carrefour Círculo de Calidad en España y Filière Qualité Carrefour se basan en el concepto de agroecología.

En el caso de frutas y verduras, contempla varios ejes de sostenibilidad en el manejo de los suelos, el agua, los tratamientos fitosanitarios en el cultivo y tratamientos postcosecha.

Carrefour lidera este concepto desde hace más de 30 años y en la actualidad cuenta con más de 35 productos CDC / FQC en cítricos (naranjas, mandarinas y limones), aguacate, mango, uva, kaki, fresa, cereza, fruta de hueso, kiwi, manzanas, peras, patatas, zanahorias, cebollas, ajos, champiñones y puerros. Distribuye más de 20 millones de kilos de estos artículos al año, que han supuesto un crecimiento por encima del 30% en los últimos años.

# Kaki y kiwi: dos frutas europeas para vivir la temporada en su mejor momento

Dos sabores europeos para recuperar el hábito de incluir cinco raciones diarias de frutas y hortalizas en nuestra rutina y disfrutar del invierno con fresca, color y vitaminas

### VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El invierno tiene color propio, y este año llega con dos frutas que reivindican el placer de comer de temporada: kaki y kiwi. Jugosos, llenos de vitaminas y en su punto óptimo de maduración, se convierten en la mejor invitación para disfrutar de la fruta fresca en los meses más fríos y apoyar la producción agrícola europea y local.

En un contexto en el que los especialistas en nutrición insisten en la importancia de consumir al menos cinco raciones diarias de frutas y hortalizas, el kaki y el kiwi emergen como dos aliados perfectos: accesibles, versátiles, sabrosos y llenos de beneficios para reforzar la salud y el bienestar durante el invierno.

Kaki y kiwi son dos frutas de invierno que invitan a redescubrir el sabor auténtico de la temporada con productos europeos frescos y saludables.

### KAKI Y KIWI

El invierno es la estación ideal para redescubrir estas dos frutas. El kaki, dulce y suave, es fuente de vitamina A, mangane-



La campaña prevé espacios de degustación en mercados municipales. / EFB

so y fibra, una opción perfecta para meriendas, postres o como ingrediente en recetas sencillas.

El kiwi, fresco y equilibrado en acidez, destaca por ser rico en vitamina C, convirtiéndose en un imprescindible para reforzar el sistema inmunitario.

Ambas frutas proceden de cultivos europeos comprometidos con la calidad, la sostenibilidad y la frescura. Su disponibilidad invernal nos recuerda que cada estación tiene su propio sabor y que elegir productos europeos y de temporada es una

forma de cuidarnos mientras apoyamos a los agricultores locales.

### ACTIVACIONES EN MERCADOS

Para acercar estos sabores al público, la campaña europea EU-FRUITBASKET, cofinanciada por la Unión Europea, impulsa del 24 de noviembre al 8 de diciembre diversas actividades en mercados municipales de Madrid y Valencia. Habrá espacios de degustación, información nutricional y recomendaciones prácticas pensadas para inspirar a consumidores de todas las edades a incorporar más fruta fresca en su día a día.

Las activaciones tendrán lugar en nueve mercados municipales de Madrid —Villaverde, Las Águilas, Prosperidad, Maravillas, La Paz, Chamartín, Antón Martín, Diego de León y Las Ventas— y en el Mercado Central de Valencia. Miles de ciudadanos podrán disfrutar de un recorrido invernal por el sabor y la frescura del kaki y el kiwi, descubriendo nuevas formas de integrarlos en su alimentación diaria.

# Naranjasyfrutas.com lanza Raíces y Cosechas, un podcast para dar voz al sector agrícola

El nuevo espacio abordará mensualmente los retos de la agricultura y estrena su primer episodio con una entrevista a Juan Mechó, responsable de Tomega

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. Naranjasyfrutas.com ha presentado Raíces y Cosechas, un nuevo podcast orientado a visibilizar el valor del sector agrícola y reforzar la conexión entre agricultores, comercios locales, proyectos innovadores y la sociedad. El formato nace con la finalidad de concienciar sobre la importancia de la producción agraria y ofrecer un espacio de reflexión y conocimiento en torno a los desafíos actuales del campo.

El podcast contará con entrevistas a protagonistas destacados del sector, quienes aportarán sus experiencias, aprendizajes y visión sobre los retos de la agricultura en el nuevo siglo, así como la necesidad de defender el modelo agrícola local y su continuidad. Raíces y Cosechas tendrá una periodicidad mensual y se publicará en Spotify y YouTube. Además, los contenidos se adaptarán para su difusión en

**El podcast pretende reforzar la conexión entre agricultores, comercios y sociedad**

redes sociales como Facebook e Instagram, donde se destacarán los momentos más relevantes de cada episodio. El primer capítulo del videopodcast está protagonizado



Imagen del podcast de Naranjasyfrutas.com, 'Raíces y Cosechas'. / NYF

por Juan Mechó, responsable de Tomega y reciente ganador del premio Mejor Comercio Valorador por los Agricultores 2025. Durante la entrevista, se repasa la historia y evolución de la empresa, el trabajo diario con los agricultores y la importancia del trato cercano, la confianza y el soporte técnico. Entre los temas abordados también figuran los principales desafíos del sector, como el impacto del clima, la presión sobre los precios, la competencia y la normativa vigente. El episodio

incorpora además reflexiones sobre digitalización, el futuro de la agricultura valenciana, el papel del comercio local, el relevo generacional y recomendaciones para quienes inician su actividad en el sector. Con este lanzamiento, Naranjasyfrutas.com refuerza su compromiso con la divulgación y el reconocimiento del trabajo agrícola, ofreciendo un nuevo canal de comunicación que conecta tradición, innovación, el valor real del campo y quienes hacen posible su continuidad.

# CMR Group comercializará el primer contenedor de Cereza de la temporada en Europa

El primer contenedor marítimo de cereza de contraestación de la campaña llegará el próximo 9 diciembre a Rotterdam en vistas a su comercialización, a partir de la semana 50

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. El equipo de importación de CMR se desplazó recientemente a Chile con el fin de visitar las fincas de nuestro partner remitente C&L, empresa familiar especializada en el cultivo de fruta de hueso de calidad extra desde hace más de 50 años. Durante el viaje, se visitaron las zonas de cultivo, seleccionando las mejores piezas para su cosecha durante la semana 45, con el fin de formar parte del envío y posterior recepción del primer contenedor marítimo de cereza de contraestación de la campaña en Europa, que llegará el próximo día 9 diciembre a Rotterdam en vistas a su comercialización, a partir de la semana 50, única y exclusivamente a través de la red de ventas de CMR Group en Europa.



Carlos Martí de CMR Group y Andrés Lazo de C&L. / CMR GROUP

**Las primeras cerezas de C&L sólo estarán disponibles en la red de CMR Group**

La producción de C&L se realiza bajo una política de prácticas sostenibles como la utilización de energía limpia reduciendo la huella de carbono, la gestión de residuos, el uso de riego tecnificado para optimización recursos hídricos, la sanitización del agua disminuyendo la carga microbiana, y todo ello contando con certificaciones de calidad internacional como Walmart Global Security Operations, Smeta y BRCGS, lo que permite ofrecer una producción de calidad extra certificada dotada de una detallada trazabilidad, desde el árbol hasta el cliente.

Así pues, y desde la semana 50, CMR Group pondrá a disposición de todos sus clientes la primera cereza de la temporada llegada a Europa, abriendo la campaña de cereza de contraestación en el continente, que se verá comple-

mentada en posteriores semanas con otros orígenes y productos de la familia de fruta de hueso hasta completar una extensa y variada oferta de calidad extra. Únicamente disponible en la red comercial de CMR Group.



Las actividades son un recorrido de color, diversión, sabor y sensaciones. / GME

# La Granada Mollar de Elche entra en las aulas y llega a más de 800 escolares

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. La Denominación de Origen Protegida (DOP) Granada Mollar de Elche en colaboración con la Concejalía de Agricultura del Ayuntamiento de Elche, han puesto en marcha una campaña educativa dirigida al alumnado de Educación Infantil con el fin de dar a conocer el origen, los valores saludables y el arraigo territorial de una de las frutas más representativas del Camp d'Elx. En esta iniciativa, que es la primera vez que se lleva a cabo, participan 800 escolares de 2 a 5 años de los colegios Virgen de la Asunción, Miguel de Cervantes, Julio María López Orozco, El Palmeral y Rodolfo Tomás Samper (El Altet) además del alumnado que ya tomó parte en la actividad "Del bancal a l'aula" en el colegio Joanot Martorell de la Vall de Gallinera (Benialí). Las actividades se van a desarrollar hasta el próximo 1 de diciembre y plantean un recorrido de color, diversión, sabor y sensaciones a través de cuatro talleres participativos como el cuentacuentos "La aventura de la granada viajera", la decoración de una máscara con forma de granada, pintar los granos y una experiencia sensorial para descubrir la fruta y la degustación de granada. Además, cada niño y niña recibirá una mochila para pintar y llevar a casa como recuerdo de la actividad. Durante la visita a los talleres realizados en el colegio Miguel de Cervantes, el concejal de Agricultura del Ayuntamiento

de Elche, José Antonio Román, ha destacado la importancia de esta campaña "para dar a conocer a los más pequeños las características, el origen y el sabor de uno de nuestros productos más importantes del Camp d'Elx". Por su parte, el presidente del Consejo Regulador de la DOP Granada Mollar de Elche, Francisco Oliva, ha valorado la puesta en marcha de esta campaña, que se lleva a cabo por primera vez en los colegios, "cuando un niño descubre de dónde viene lo que come, aprende a valorarlo y sembrar ese conocimiento en estos alumnos es clave para el futuro del territorio".

■ **DESCUBRIMIENTO SENSORIAL**

La campaña combina creatividad, juego y descubrimiento sensorial. El recorrido comienza con el cuento de 'La aventura de la granada viajera', una historia que transmite de forma divertida cómo crece la fruta, quién la cuida y por qué es tan especial. En el taller sensorial, el alumnado explorará esta fruta y la descubrirá a través del tacto, la vista, el olfato y el gusto. Podrán manipular la granada, tocar sus granos, descubrir su interior y probar la fruta. En el caso de las manualidades, decorarán una granada para tener su propia máscara y también utilizarán la pintura de dedo para incluir los granos de la granada. Por último, se llevarán a casa una mochila que pueden pintar en familia para trasladar todo lo aprendido al hogar.

# Nuestra Citrosol SunSeal® se hace VEGANA

En 2017 lanzamos el recubrimiento para cítricos SunSeal®, diseñado para la protección de los cítricos en envíos a larga distancia y en almacenamientos frigoríficos, y en la actualidad muy utilizado por operadores de los cinco continentes.

Ahora hemos desarrollado el recubrimiento SunSeal® Vegan, con certificación V-LABEL, que mejora las prestaciones de SunSeal®, con mayor control de la Pérdida de Peso, de deshidrataciones y envejecimiento, y de los manchados por Daño por Frío. Con SunSeal® Vegan incrementamos la vida comercial de los cítricos, manteniendo el excelente brillo y las bajas temperaturas de secado de la SunSeal®.

Además, ofrecemos SunSeal® Vegan-D, formulada para cítricos desverdizados, permitiendo un mejor desarrollo del color durante el transporte frigorífico. Y para los operadores que requieren un brillo superior hemos desarrollado la SunSeal® Vegan-Extra.



[www.citrosol.com](http://www.citrosol.com)



DICIEMBRE 2025

# PRODUCCIÓN SOSTENIBLE

valencia  
fruits

**CALIDAD DIFERENCIADA  
DE LA UNIÓN EUROPEA**



— EL SABOR DE LO —  
**NUESTRO**



# La sostenibilidad como desventaja competitiva: el desafío del Plátano de Canarias frente a la incoherencia

## ASPROCAN.

Con el reconocimiento que le otorga el sello de Indicación Geográfica Protegida (IGP), el plátano de Canarias es uno de los cultivos europeos con mayores exigencias en materia de sostenibilidad ambiental, trazabilidad y seguridad alimentaria. Sin embargo, paradójicamente, lo que se traduce en un compromiso con el medioambiente y la salud, y supone un valor diferencial de confianza y fidelidad para el consumidor, se ha convertido en un factor que lastra la competitividad.

La sostenibilidad es hoy una prioridad de las producciones europeas. Sin embargo, cuando se observan los efectos reales de esta transición verde de la Unión Europea, queda claro que no todas las frutas que compiten en los lineales lo hacen bajo las mismas condiciones. El caso del Plátano de Canarias es uno de los ejemplos más evidentes de cómo la normativa medioambiental europea, concebida para proteger al consumidor y al entorno, penaliza a quienes sí la cumplen frente a producciones de terceros países que operan bajo estándares mucho menos exigentes.

## DESIGUALDAD NORMATIVA: PRODUCIR VERDE CUESTA, COMPETIR EN DESIGUALDAD CUESTA AÚN MÁS

En Europa, la política comunitaria impulsa de manera acelerada la reducción del uso de fitosanitarios autorizados. En el caso del plátano, esta disminución progresiva ha dificultado el control de plagas clave, provocando mayores pérdidas de fruta y reduciendo la eficacia de las herramientas disponibles. La consecuencia di-



El plátano en Canarias genera más de 9.000 empleos directos y 5.000 indirectos. / ASPROCAN

**Plátano de Canarias es uno de los ejemplos más evidentes de cómo la normativa medioambiental europea, concebida para proteger al consumidor y al entorno, penaliza a quienes sí la cumplen frente a producciones de terceros países que operan bajo estándares mucho menos exigentes**

recta es un incremento sustancial de los costes y reducción de la rentabilidad: más mano de obra y más intervenciones en campo, que aún así, no evitan mayores mermas productivas.

Mientras tanto, las producciones en países extracomunitarios continúan utilizando materias activas no permitidas en Europa que, sin embargo, entran al mercado comunitario y compiten en

los lineales sin información alguna a los consumidores sobre las diferencias en obligaciones medioambientales ni de seguridad alimentaria.

Esta realidad afecta a la percepción del consumidor, que pocas veces es consciente de que la diferencia de precio responde en gran parte a la aplicación de diferentes estándares de sostenibilidad social y medio ambiental.

## UN MODELO SOSTENIBLE QUE NECESITA SER DEFENDIDO POR TODOS LOS ES LABONES

El plátano es mucho más que un cultivo en Canarias. Genera más de 9.000 empleos directos y 5.000 indirectos, muchos de ellos en zonas rurales donde no existen alternativas productivas equivalentes. Además, el paisaje agrícola asociado al cultivo de plataneras forma parte de la identidad del Archipiélago y contribuye a la estabilidad ambiental del territorio, captando de la atmósfera hasta 76,26g de CO<sub>2</sub> por cada kilo de plátano producido.

Este modelo encaja, punto por punto, con los objetivos del Pacto Verde Europeo: agricultura sostenible, reducción del impacto

**El Plátano de Canarias es un ejemplo de agricultura responsable, de compromiso ambiental y social**

ambiental, protección del empleo rural y producción local de alimentos. Sin embargo, su viabilidad a medio plazo depende de que el marco comercial europeo no contradiga su propia política ambiental y garantice una competencia justa, que permita que el consumidor pueda elegir de forma informada.

## HACIA UN MERCADO REALMENTE SOSTENIBLE

La sostenibilidad no puede ser un eslogan vacío: debe reflejarse en toda la cadena, desde el origen hasta el punto de venta. Ello implica controlar los límites máximos de residuos aplicados a productos importados, reforzar los mecanismos de trazabilidad internacional y, sobre todo, asegurar que ningún producto pueda competir en Europa incumpliendo los estándares que sí se exigen a los agricultores europeos. Avanzar hacia una política comercial coherente con la política ambiental.

El Plátano de Canarias es un ejemplo de agricultura responsable, de compromiso ambiental y social. Protegerlo no es una cuestión de preferencias comerciales, sino de coherencia con los valores que en principio todos defendemos. Si la sostenibilidad es el camino, debe ser responsabilidad de todos los eslabones defenderla.



# Extender la vida útil es cuidar del planeta

Soluciones  
postcosecha  
que ayudan a  
reducir pérdidas,  
proteger la calidad  
optimizar la  
eficiencia.



En el camino hacia una agricultura más sostenible, la etapa postcosecha es clave.

Con más de 90 años de experiencia, nuestras soluciones permiten que cada fruta llegue a su destino con la máxima calidad.

Porque la sostenibilidad no termina en el campo. Continúa en cada paso hasta el consumidor.

DECCO More. Beautiful. Fresh.

[info@deccopostharvest.com](mailto:info@deccopostharvest.com)  
[deccopostharvest.com/es](https://deccopostharvest.com/es)

ANTONIO ALARCÓN / CEO de Bollo Natural Fruit

# “Sí es posible producir de manera amigable con el entorno sin perder eficiencia”

*Dentro del movimiento corporativo Natural Change promovido por Bollo Natural Fruit, hemos querido comentar con Antonio Alarcón, algunos detalles de cómo están trabajando la agricultura bioinclusiva, cuál es su visión de la sostenibilidad y en qué se traduce a efectos de producción. Alarcón afirma que “ser líder implica obligaciones” entre las que se encuentra dar visibilidad a prácticas sostenibles. La experiencia y los resultados en más de 2.000 hectáreas hablan por sí solos.*

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Cómo define Bollo Natural Fruit la sostenibilidad?

**Antonio Alarcón.** Para nosotros, la sostenibilidad no es sólo reducir impactos ambientales, sino un concepto más amplio en el que también buscamos generar beneficio sin descuidar a todos los que nos rodean: trabajadores, proveedores, clientes, accionistas y comunidades. Nuestra forma de ver la empresa no se trata únicamente de ganar, sino de hacerlo con un propósito social y ambiental. Por eso creamos un departamento específico de sostenibilidad, liderado por Teresa González, y empezamos a poner en marcha proyectos concretos, como la reducción de la huella de carbono hasta lograr su neutralización sin recurrir a créditos externos o la reducción de nuestra huella hídrica.

**VF.** ¿Cómo se integra este enfoque en la agricultura que practican?

**AA.** Hemos desarrollado una forma de agricultura bioinclusiva que busca respetar y regenerar la fauna y flora de nuestros entornos agrícolas para que el lugar en el que trabajamos mantenga un equilibrio perfecto con la naturaleza. Por ejemplo, en la finca El Cerro, en Sevilla, implementamos técnicas para aumentar la biodiversidad sin afectar la producción. Introducimos depredadores naturales de plagas y creamos hábitats para especies auxiliares tan dispares como pueden ser las mariquitas o aves rapaces. Todo esto forma parte de Natural Change, nuestro concepto de cambio natural, que refleja la armonía entre producción y naturaleza y que nos ha permitido observar un incremento impresionante de la biodiversidad tanto en fauna como en flora.

**VF.** ¿Cuál fue el origen de este movimiento dentro de la compañía?

**AA.** Compramos la empresa Naturgreen que tenía un importante proyecto de agricultura bioinclusiva y adquirimos conciencia de lo que estaban haciendo, sumándonos al reto. Desde el inicio del proyecto pensamos que trabajar en agricultura implica proteger el ecosistema en el que operamos y volver al equilibrio de la naturaleza. Empezamos con proyectos individuales como la reducción de la huella hídrica o el impacto en la huella de carbono y fuimos dando un paso más: aplicar estos principios en más fincas y procesos. Poco a poco estamos adaptando todas nuestras fincas a esa forma de trabajar.

**“Ser líder implica obligaciones: visibilizar y liderar prácticas sostenibles, demostrar que se puede producir de manera eficiente sin comprometer el entorno”**

Este enfoque se traduce en Natural Change: un cambio que integra propósito social, ambiental y económico en todas las áreas de la empresa.

**VF.** ¿Qué resultados están observando en las fincas?

**AA.** Los resultados son muy positivos. Hoy tenemos un total de casi 2.000 hectáreas bajo este modelo, tanto en fincas propias como en las de agricultores asociados. La biodiversidad ha aumentado, tanto en fauna como en flora, y las producciones se mantienen estables. Hemos creado un ecosistema equilibrado, a coste cero en términos de producción, donde depredadores naturales controlan plagas y se respeta la fauna local. Es un modelo sostenible que demuestra que es posible producir de manera amigable con el entorno sin perder eficiencia porque entendemos que los agricultores no quieren ver mermadas las producciones.

**VF.** ¿Cómo impacta este cambio en la cultura de la empresa y en los trabajadores?



Antonio Alarcón confirma que los resultados son muy positivos. / Ó. ORZANCO

**“Natural Change, nuestro concepto de cambio natural, que refleja la armonía entre producción y naturaleza y que nos ha permitido observar un incremento impresionante de la biodiversidad tanto en fauna como en flora”**

**“Nuestro objetivo final es conseguir una agricultura amigable con la naturaleza en la que la producción puede mantenerse, o incluso mejorar, empleando técnicas sostenibles”**

**“La sostenibilidad no es sólo un objetivo ambiental, sino una filosofía que guía cada decisión”**

**AA.** Es un cambio gradual, pero profundo. No sólo transformamos las fincas, también modificamos nuestra forma de trabajar. Queremos que todo el equipo entienda que la sostenibilidad no es sólo un objetivo ambiental, sino una filosofía que guía cada decisión: desde la gobernanza ética hasta la relación con la comunidad y los clientes. Trabajar en esta línea genera una gran satisfacción: cuando paseas por la finca y ves mariposas, nutrias, águilas... es un recordatorio tangible de que estamos haciendo las cosas bien.

**VF.** ¿Qué papel tienen las grandes marcas en promover y dar a conocer esta forma de entender la sostenibilidad?

**AA.** Una marca reconocida tiene responsabilidades. En nuestro caso, Bollo Natural Fruit es un estandarte de calidad y esa calidad debe reflejarse en todas las áreas de la empresa, no sólo en el producto. Ser líder implica obligaciones: visibilizar y liderar prácticas sostenibles, demostrar que se puede producir de manera eficiente sin comprometer el entorno.

**VF.** ¿Cómo definiría la sostenibilidad desde la perspectiva de Bollo Natural Fruit?

**AA.** Es un equilibrio entre rentabilidad y regeneración. Ese es nuestro objetivo final: conseguir una agricultura amigable con la naturaleza en la que la producción puede mantenerse, o incluso mejorar, empleando técnicas sostenibles.



Bollo ha creado en El Cerro un ecosistema equilibrado, donde depredadores naturales controlan plagas y se respeta la fauna local sin que se resienta la producción. / BNF

CAQUI, KAKI, PALO SANTO O PERSIMMON,  
EN CUALQUIERA DE SUS VARIEDADES  
O FORMAS DE CONSUMO....



# *Se llama* **kaki**



[www.aekaki.es](http://www.aekaki.es)

[info@aekaki.es](mailto:info@aekaki.es)

(+34) 902 920 515



Conoce a  
nuestros asociados

**ABELARDO HERNÁNDEZ** / Director técnico de la Asociación Proexport y coordinador del proyecto Nitrosfera del Grupo NUVES

# “Nitrosfera tiene el objetivo de mejorar la sostenibilidad de la nutrición vegetal”

*La apuesta por la sostenibilidad es ya una prioridad para empresas y organizaciones del sector agrario, pero, sobre todo, para los agricultores, que “son la clave de la sostenibilidad, son los que la aplican, la justifican y la sufren”, explica el director técnico de Proexport, Abelardo Hernández. En este sentido, el proyecto Nitrosfera, coordinado por Hernández, tiene el objetivo de mejorar la sostenibilidad de la nutrición vegetal. Un proyecto que empezó hace tres años y que ha conseguido desarrollar una app “que ofrece apoyo a los responsables de la fertilización de los cultivos para aplicar el equilibrio nutricional que mejor se adapta al suelo, a su contenido en materia orgánica y al cultivo”.*

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Qué acciones lleva a cabo Proexport a favor de la sostenibilidad?

**Abelardo Hernández.** Siempre trabajamos para mejorar la sostenibilidad del sistema agrícola que representamos: mejorar procesos, aumentar eficiencias, reducir el uso de insumos, aumentar la productividad, estabilizar oferta y demanda, etc. Son trabajos que hacemos de forma continuada, sin olvidar que la sostenibilidad tiene tres pilares sobre los que se sustenta: la económica, la social y la medioambiental, y que sin la primera las otras dos dejan de tener sentido.

Bajando al detalle, participamos en proyectos dirigidos a mejorar la sostenibilidad en aspectos concretos de la producción, envasado y comercialización de productos hortícolas, como son el uso de acolchados biodegradables (en concreto, cómo conseguir una biodegradación más rápida y completa usando microorganismos); el desarrollo de estrategias de fertilización baja en nitrógeno; la mejora de los envases y materiales de envasado para reducir pérdidas de alimentos; el escalado de prácticas de economía circular que permitan el aprovechamiento de los residuos; o la utilización de trampas automatizadas de detección de plagas para un uso más eficiente de los productos fitosanitarios.

**VF.** ¿Qué retos ha encontrado Proexport al implementar prácticas sostenibles en la agricultura?

**AH.** Durante los últimos años ha habido un importante cambio de paradigma. Ahora buena parte del esfuerzo se destina a cumplir con los requisitos normativos en sostenibilidad, dejando poco margen para desarrollar estrategias propias. Esto es normal, considerando la amplitud que ha alcanzado el concepto de sostenibilidad, que ha pasado a considerar, no sólo tareas individuales, sino el conjunto de la actividad. Por ejemplo, la lucha biológica ya no es una práctica voluntaria de sostenibilidad, sino que es un requisito, enmarcado dentro de la sostenibilidad sectorial del control de plagas. O la monitorización de los sistemas de riego, imprescindible para ahorrar agua y participar de la estrategia global de reducción de consumo.



Hernández explica que las tres patas de la sostenibilidad son esenciales. / PROEXPORT

**VF.** ¿En qué medida la sostenibilidad es una ventaja competitiva en el sector hortofrutícola?

**AH.** Cualquiera de las tres patas que sujetan la mesa de la sostenibilidad de una actividad resulta imprescindible para que esta se mantenga en equilibrio: sin la pata de la sostenibilidad económica, las otras dos dejan de tener sentido y la mesa se vuelca. La pata del medioambiente está firmemente arraigada en

el sector y apuntalada por un buen número de leyes y normas de obligado cumplimiento. Y respecto a la pata social, creo que nuestro sector ha dado firmes muestras del importante papel que cumple en fijar población y mantener vivo el entorno rural, zonas que de otra forma sufrirían una mayor despoblación.

**VF.** ¿Cómo se mide y evalúa el éxito de las iniciativas de sostenibilidad dentro de la empresa?

**AH.** La agricultura, la producción de alimentos, es una actividad económica, y por tanto no podemos poner en práctica iniciativas que reduzcan la competitividad sin que el mercado las valore. Si los consumidores piden un tipo de producto, los productores no podemos hacer otro, por muy bueno que sea, eso sería insostenible. Si se hace agricultura ecológica o tomates tradicionales es porque el mercado los demanda. Si no, se deberá dejar de hacerlos.

**VF.** ¿Qué papel juegan los agricultores en la adopción de estas prácticas sostenibles?

**AH.** Todo. Estamos hablando de prácticas que se aplican en producción, así que su papel es fundamental. Son la clave de la sostenibilidad, son los que la aplican, la justifican y la sufren. Los productores arriesgan el capital, la cosecha y su medio de vida, que es el suelo y lo que de él obtienen. No es razonable pedir prácticas o implantar procedimientos que no cuenten con aval científico suficiente, ni que hayan sido contrastados, o cuyo beneficio no justifique el gasto.

**VF.** Háblenos un poco sobre el proyecto Nitrosfera, ¿en qué consiste y qué beneficios aporta a la agricultura?

**AH.** Nitrosfera es un proyecto que pretende mejorar la sostenibilidad de la nutrición vegetal. Durante tres años hemos realizado ensayos, tanto en cultivos comerciales como en parcelas experimentales, probando distintas técnicas: desde tipos de materia orgánica, pasando por microorganismos beneficiosos y técnicas de cultivo, siempre con el objetivo de desarrollar estrategias de

fertilización que, cumpliendo con la normativa aplicable a zonas vulnerables, nos permitieran mantener la fertilidad del suelo (comprometida por la restricción en el uso de materia orgánica) y obtener cosechas de calidad. Con los datos obtenidos hemos desarrollado una app que ofrece apoyo a los responsables de la fertilización de los cultivos para aplicar el equilibrio nutricional que mejor se adapta al suelo, a su contenido en materia orgánica y al cultivo. La APP-Nitrosfera se encuentra disponible para todos en la web del proyecto: [www.nutricionvegetalsostenible.es](http://www.nutricionvegetalsostenible.es)

**VF.** ¿Qué se está descubriendo a partir de los ensayos? ¿Se está consiguiendo cuantificar el impacto de los microorganismos en la fertilización de los cultivos?

**AH.** Pueden parecer obviedades, pero es importante justificarlas de una forma científica: si reducimos los aportes de materia orgánica en nuestras condiciones agroclimáticas, la actividad microbiana se reduce y el suelo pierde capacidad de almacenar nutrientes y agua para las plantas; que la ausencia de cultivo afecta a la actividad de los microorganismos; y que durante el verano se alcanza el punto más bajo del nitrógeno en el suelo. También que los bioestimulantes funcionan mejor en suelos con adecuado nivel de materia orgánica y en cultivos bien nutridos, aunque su aplicación ha sido positiva en todos los casos.

Respecto a cuantificar su efecto, no ha sido posible. Son seres vivos y su actividad depende de multitud de factores, entre ellos la temperatura, que están fuera de nuestro control. Pero su efecto siempre ha sido positivo, en mayor o menor grado.

**VF.** ¿Cómo cree que será el impacto de la tecnología y la digitalización en la sostenibilidad agraria?

**AH.** En el sector agrícola llevamos años incorporando tecnología y digitalizando procesos. Desde los sistemas de control de riego, alimentados por datos tomados digitalmente de sondas instaladas en las parcelas, hasta la utilización de tecnologías de sistemas de posicionamiento geográfico para todo tipo de labores agrícolas. Esta tendencia seguirá, creo que especialmente en automatización y robotización de tareas, pero es importante hacerlo de forma óptima y empezando por tecnologías que aporten mayor valor. No me atrevo a predecir el impacto que tendrá en la agricultura, ni en ninguna otra actividad, la IA una vez que los datos generados sean suficientes y fiables. Las posibilidades son enormes.

**VF.** ¿Cuáles son los objetivos que se marca Proexport en materia de sostenibilidad de cara al futuro?

**AH.** Nuestra prioridad es actuar en aquellos aspectos que puedan poner en riesgo la sostenibilidad del sistema agrícola que representamos. Como primer eslabón de la cadena de suministro de alimentos, tenemos responsabilidad en proporcionar productos en cantidad y calidad suficientes, adaptados a las demandas de los consumidores. Por lo tanto, son aspectos como la incertidumbre en el suministro de agua, la falta de herramientas de control de plagas o el mantenimiento de la competitividad de nuestras producciones los que señalan nuestras prioridades de actuación.



El proyecto Nitrosfera lleva tres años realizando ensayos en cultivos comerciales y parcelas experimentales. / PROEXPORT

# Con agua

# Sin agua

## En defensa del Trasvase Tajo-Segura



EUSEBIO LEÓN / Director técnico de Alcoaxarquía

# “La agricultura debe caminar hacia cultivos respetuosos y de mínimo impacto”

*Alcoaxarquía decidió hace algo más de un año tomar parte en el proyecto CIMA, un proyecto de sostenibilidad en el que se testean las fincas (han implicado todas las fincas de tropicales ecológicos de la compañía) para conseguir reducir al mínimo la nutrición química y pensando en el microbioma. Sobre el resultado, explica Eusebio León, “hemos desarrollado un potencial de suelo y una estrategia nutricional mucho más completa” consiguiendo “resultados muy satisfactorios” tanto en aguacate como en mango. Y es que “todo redunda en la calidad del fruto”. Para Alcoaxarquía, la sostenibilidad no es pose: esta es su forma de trabajar.*

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Alcoaxarquía participa en un proyecto de sostenibilidad denominado CIMA. ¿Qué es?

**Eusebio León.** El proyecto CIMA (Ciencia e Innovación en Medioambiente y Agricultura) es una iniciativa de Alltech Crop Science, una multinacional norteamericana especializada en microbiología. Entramos en un grupo de empresas muy seleccionadas de distintos ámbitos agrícolas, desde aceite de oliva y aceituna, hasta frutas, verduras, cítricos y, en nuestro caso, tropicales, además de bodegas de uva de vinificación.

**VF.** ¿En qué se concreta la participación de Alcoaxarquía en el proyecto CIMA?

**EL.** Trabajamos junto a Ideagro, el mayor laboratorio de España en microbiología, microbiota y microbioma. Vamos testeando las fincas para reducir al mínimo —en nuestro caso, a cero— el uso de nutrición química, porque todo lo cultivamos en ecológico. La base es aportar microorganismos vivos: bacterias, hongos y levaduras que aumentan la disponibilidad de nutrientes bloqueados en el suelo.

Por ejemplo, utilizamos bacterias solubilizadoras de fósforo, que ponen a disposición de la planta el fósforo presente en el suelo. Nosotros no aportamos nada de fósforo. En nuestra finca de Motril hemos pasado de tener carencias en hoja a niveles normales, con incrementos del 38% al 60% en algunos casos. Lo mismo ocurre con el nitrógeno, mediante bacterias fijadoras, y con el potasio, con bacterias solubilizadoras.

Además, mejoramos la actividad microbiana del suelo con materia orgánica y otros productos que activan de forma natural el rizoma, donde vive la raíz.

**VF.** Una vez generada esa actividad biológica en el suelo, ¿qué cuidados requiere?

**EL.** Hay que evitar cualquier agresión a esos microorganismos vivos. No podemos aplicar agua con cloro ni fungicidas que destruyan la flora y fauna del suelo. Es fundamental proteger ese equilibrio.

**VF.** ¿Cómo se realiza el seguimiento?

**EL.** CIMA implica un control constante. Enviamos muestras a Ideagro, donde hacen test PCR de toda la actividad del suelo, tanto beneficiosa como patógena. Con



Según Eusebio León, CIMA es un proyecto innovador, pionero, muy profesional y certificado. / FOTOS: ALCOAXARQUÍA

**“Entramos en el proyecto CIMA hace un año y estamos muy satisfechos. Hemos desarrollado un potencial de suelo y una estrategia nutricional mucho más completa”**

esa analítica vamos ajustando la estrategia nutricional. Es un proyecto innovador, pionero, muy profesional y certificado, basado

en datos, analítica y correcciones continuas.

**VF.** ¿Y cómo se comparte la información dentro del proyecto?

**EL.** A través de reuniones y eventos en los que intercambiamos conocimientos con las otras empresas participantes, aunque sean de sectores agrícolas distintos. Nos permite desarrollar toda la esencia del proyecto.

**VF.** ¿Qué resultados están viendo? ¿Es compatible la sostenibilidad con una buena producción?

**EL.** Totalmente. Los resultados son tangibles y muy vi-



Los resultados del proyecto CIMA son “tangibles y muy satisfactorios” en las fincas de Alcoaxarquía.



Eusebio León.

sibles, tanto cuantitativa como cualitativamente. Por eso es tan interesante.

**VF.** Empezaron en Motril, pero ¿ya está implantado en toda la compañía?

**EL.** Sí. En el proyecto CIMA entramos con todas nuestras fincas de tropicales ecológicos: Motril, Málaga y Cádiz. Trabajamos con este proyecto tanto en aguacate como en mango.

**VF.** ¿Cuánto tiempo llevan y qué balance hacen del primer año?

**EL.** Entramos en el proyecto hace un año y estamos muy satisfechos. Hemos desarrollado un potencial de suelo y una estrategia nutricional mucho más completa. Antes nos faltaba el componente analítico de un laboratorio especializado como Ideagro, y ahora contamos con un seguimiento periódico con resultados casi en tiempo real. Este año ya hemos cosechado mango y estamos cosechando aguacate con este sistema. Los resultados son muy satisfactorios. En fincas jóvenes, donde las plantas aún no producen, también se está viendo una respuesta muy positiva a la reducción del aporte químico.

**VF.** ¿Cómo reacciona el retail y el consumidor ante productos cultivados con este sistema?

**EL.** Nuestros clientes de Eco y Bio valoran muchísimo que el proveedor esté en continua evolución, buscando nuevas técnicas regenerativas de suelo. Esto refuerza que su línea de productos no es ecológica “tradicional”, sino que se trabaja tanto el fruto como su entorno productivo. El suelo, la planta... todo redunda en una mayor calidad del fruto.

Hasta ahora, incluso en agricultura ecológica, no había tanto desarrollo en el interés por la actividad del suelo como ahora. Alcoaxarquía es la única empresa en España que está desarrollando un proyecto así en tropicales.

**VF.** ¿Qué expectativas tienen a medio plazo?

**EL.** Nosotros creemos en lo que hacemos. No somos productores orgánicos por un interés comercial, sino porque realmente lo sentimos así. Nuestro presidente, José Antonio Alconchel, defiende que la agricultura debe caminar hacia cultivos respetuosos y de mínimo impacto. No es una expectativa a corto o largo plazo: es nuestro estilo de trabajo. No es una impostura, es lo que somos.

**VF.** Para terminar, ¿qué otros aspectos del entorno quieren seguir estudiando?

**EL.** Además de la microbiología del suelo, queremos desarrollar un estudio de la fauna local: aves, herbívoros... Las fincas son muy bonitas y vale la pena profundizar en todo lo que forman parte de ellas.



**BOLO**  
NATURALFRUIT

Empresa  
  
Certificada

AHORA SOMOS B CORP.  
**Y ESO ES LO NATURAL.**

DEFENDER  UNA  
NUEVA FORMA DE  
HACER AGRICULTURA  
ES LO NATURAL



# Variedades vegetales: una gestión vanguardista de la agricultura moderna

► **RAFAEL GRAU CORTS (\*)**

Las variedades vegetales son uno de los grandes motores de la agricultura moderna, pero también una oportunidad estratégica para modernizar la gestión del sector. Cada nueva variedad encierra innovación, conocimiento y tecnología aplicados al campo, y debe responder no sólo a las demandas del productor, sino también a las del distribuidor, el retailer y el consumidor final.

Hoy los mercados exigen mucho más que un producto sabroso o atractivo: buscan larga vida comercial, homogeneidad, formatos cómodos para el consumo y mayor conservación. Las variedades se convierten así en una herramienta esencial para alcanzar la competitividad y la sostenibilidad, conectando ciencia, producción y mercado.

## ■ UNA LEGISLACIÓN CON LAGUNAS PARA LOS CULTIVOS PLURIANUALES

El derecho del obtentor, regulado por el Reglamento (CE) 2100/94 y la Ley 3/2000 de 7 de enero, concede a quien desarrolla una variedad nueva el control exclusivo sobre su multiplicación y comercialización. Sin embargo, la legislación está diseñada principalmente para los cultivos anuales, donde cada campaña requiere nuevo material vegetal y el derecho puede ejercerse con facilidad mediante licencias de multiplicación.

En cambio, los cultivos pluri-  
anuales —como frutales— presentan un reto distinto: una sola plantación puede producir cosecha durante toda su vida útil. El obtentor sólo controla la primera venta del material vegetal, y la protección jurídica se centra en

los componentes de la variedad (plantas, esquejes, semillas), no en el producto de la cosecha.

Esto deja un espacio vacío que los actores del sector deben llenar mediante estrategias de explotación económica complementarias, capaces de capturar parte del valor que se genera en el mercado del fruto.

En algunos casos, estos modelos llegan incluso a fórmulas singulares, como contratos en los que los productores arriendan sus tierras al obtentor o al licenciatario master, de modo que la gestión de la plantación queda en manos del titular de la variedad, evitando una licencia formal. Estas estructuras, aunque eficaces en el control, plantean interrogantes legales.

## ■ DE LA LICENCIA CLÁSICA A LOS ACUERDOS INTEGRADOS

El sistema tradicional de licencia de producción sigue siendo la base jurídica de muchas explotaciones. En él, el vivero multiplica el material vegetal y lo entrega al productor bajo contrato, estableciendo obligaciones de no multiplicación, reconocimiento de la variedad y verificación mediante inspección.

El productor mantiene plena libertad sobre la gestión de la cosecha.

Se trata de un modelo sencillo y legalmente claro, aunque su control termina con la entrega del material vegetal.

En otros casos, el material vegetal se entrega dentro de contratos de suministro o distribución integrados en planes estratégicos de colaboración.

El licenciatario master coordina la plantación, la calidad y la comercialización del fruto, es-

tableciendo royalties periódicos o proporcionales al valor de la cosecha.

Este sistema puede ser más equitativo, al vincular la retribución al beneficio real, pero también puede generar riesgos de restricción de la competencia si el obtentor controla el destino o la venta del producto final.

## ■ CONTROL, DEFENSA Y PROMOCIÓN

Una fórmula que gana terreno en el ámbito de la gestión de variedades protegidas son los clubs de productores: asociaciones cerradas de agricultores autorizados a cultivar una variedad bajo condiciones específicas.

Estos clubs garantizan la producción legal y controlada, fortaleciendo tres pilares esenciales:

- Control: mediante trazabilidad y sistemas de identificación, desde el material vegetal hasta la fruta final.
- Defensa: detección de infracciones y multiplicaciones ilegales, con inspecciones de campo y acciones legales cuando sea necesario.
- Promoción: estrategias colectivas de marketing y posicionamiento en el mercado, diferenciando la fruta como producto “premium” o exclusivo.

En este modelo, se separa claramente la retribución al obtentor, que corresponde a la transferencia tecnológica de la mejora, de las cantidades de mantenimiento del sistema, que suelen ser proporcionales al rendimiento del producto de la cosecha. Esta distinción permite minimizar riesgos legales y de competencia, asegurando que el club funcione dentro del marco normativo vigente.



Las variedades se convierten en una herramienta esencial para alcanzar la competitividad y la sostenibilidad, conectando ciencia, producción y mercado. / ARCHIVO

## ■ MARCAS Y MODELOS MIXTOS

Las marcas registradas se han convertido en una herramienta esencial para trasladar el valor de la innovación varietal al mercado. Aunque una variedad no puede registrarse como marca —ni una marca adoptar el nombre varietal—, ambas pueden coexistir y reforzarse mutuamente.

Ejemplos como Pink Lady® (manzana), Dori® (kiwi) o Persimon® (kaki) muestran cómo la marca puede ser el motor que transforma una variedad en un producto con identidad propia.

Las marcas colectivas, como Marlene®, Zespri® o Plátano de Canarias, van más allá: agrupan diferentes variedades o zonas productoras bajo un signo distintivo común, garantizando calidad constante y suministro durante todo el año.

Su fuerza radica en la cooperación: la unión de productores, comercializadores y obtentores bajo un mismo proyecto de valor.

Por su parte, los modelos mixtos representan una estructura híbrida entre el derecho del obtentor y la marca comercial.

En ellos, la protección genética se integra con la estrategia de diferenciación del producto final.

El éxito de estos modelos depende de una correcta delimitación contractual que distinga entre el control del material vegetal (objeto del derecho de obtentor) y las condiciones de uso de la marca (objeto de la estrategia comercial), evitando conflictos o restricciones de mercado.

## ■ HACIA UNA GESTIÓN DE VANGUARDIA

Los sistemas de explotación varietal reflejan la evolución de una agricultura que ya no se basa solo en la producción, sino en la gestión profesional, la identificación y el impulso.

Una gestión vanguardista no puede limitarse a la protección jurídica: debe integrar la innovación tecnológica, la colaboración entre eslabones y una visión de mercado a largo plazo.

Porque, al final, una variedad no es sólo una planta, es una tecnología viva que, si se gestiona con inteligencia, puede generar valor sostenible para toda la cadena agroalimentaria.

(\*) *Abogado y socio del Bufete Agrolegal. Especialista en Propiedad Industrial y Obtenciones Vegetales*

► **ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.**

Desde Frutínter tienen claro que la sostenibilidad y la innovación son su estrategia empresarial para garantizar un futuro próspero y saludable o, en otras palabras, hacer más sostenible la relación con el planeta.

En los últimos años esta empresa apuesta de forma contundente por la sostenibilidad en todas las fases del proceso productivo, donde han incorporado la más moderna tecnología y cuentan con unos excelentes profesionales. Todo esto no hubiera sido posible sin sus agricultores y sin su gran equipo humano, el motor de Frutínter.

De hecho, esta línea de trabajo ha sido reconocida con diferentes premios y galardones.

## ■ CÁTEDRA

Esta empresa, a través de la Cátedra Frutínter con la Universidad Politécnica de Valencia, optimiza el aporte de nutrientes en los cítricos y también el aporte hídrico, logrando ahorros en ambos casos muy interesantes. Fruto de estas investigaciones se ha podido trasladar a la sociedad las mejoras obtenidas en cuanto la gestión del agua y del abonado para aprovechar al máximo la eficacia en su uso, así como el poder cultivar cítricos con

# Sostenibilidad e innovación forman parte de la estrategia empresarial de Frutínter

La empresa refuerza su apuesta por una producción cítrica más eficiente y respetuosa con el medioambiente

la garantía certificada de la no contaminación del subsuelo con nitratos, con su proyecto Huella de Nitrato.

A nivel de producción en campo, creen firmemente que la agricultura 4.0 es la que va a llevar a poder cultivar fruta con mayor calidad, mejor condición y más sostenible con el medioambiente.

Hace ya algunas campañas que Frutínter comercializa una parte de su cosecha bajo el sello de Huella de Nitrato, puesto que hay clientes que le dan preferencia, ya que saben que esta tecnología colabora a cuidar la salud del planeta. Aunque desde esta empresa reclaman que aún queda mucho camino a recorrer para poder generalizar el hecho de la Huella de Nitrato, pero hay que ponerse en marcha y no parar.



Frutínter comercializa una parte de su cosecha bajo el sello de Huella de Nitrato. / FTR

## ■ POSTHARVESTLIFE

Frutínter es partícipe del proyecto de investigación Posthar-

vestlife junto a tres prestigiosos socios colaboradores, el Instituto de Agroquímica y Tecnología de

los Alimentos (IATA-CSIC), el centro tecnológico AINIA, y la pyme Darwin Bioprospecting. Como empresa están totalmente comprometidos con los últimos avances en innovación del sector y de ser agentes impulsores de los mismos.

Las nuevas estrategias de biocontrol contra los principales hongos que afectan en la postcosecha de los cítricos tienen mucho sentido para una empresa como Frutínter tan enfocada a la comercialización de estos productos.

El tratamiento tradicional de control contra *Penicillium spp* y *Galactomyces citri-aurantii* ha sido a base de fungicidas sintéticos, pero desde Frutínter creen firmemente que el futuro debe entenderse teniendo muy en cuenta nuevas estrategias de tratamiento, como el biocontrol a base de microorganismos beneficiosos.

En definitiva, cada dato obtenido es clave para avanzar en el desarrollo de soluciones innovadoras que mejoren la calidad y sostenibilidad de la cadena agroalimentaria, con la finalidad de disponer de un nuevo sistema de control integrado que sustituya a los actuales fungicidas químicos durante la postcosecha de cítricos.

# RIBERCAMP

*natural fruits*

Agricultura sostenible



📍 Ctra Creu Negra, 27 · 46240 Carlet (Valencia)

✉ [ribercamp@ribercamp.com](mailto:ribercamp@ribercamp.com)

[www.ribercamp.com](http://www.ribercamp.com)

# Bioestimulantes: herramientas clave para una agricultura sostenible

Por CAMINO GARCÍA MARTÍNEZ DE MORETIN (\*)

La agricultura mediterránea vive un momento de enorme complejidad. Cada campaña se enfrenta a condiciones climáticas más extremas, unido a restricciones hídricas crecientes, suelos cada vez más castigados y a un contexto económico y geopolítico incierto que ha encarecido y limitado el acceso a materias primas esenciales. Para seguir produciendo con estabilidad y mantener la rentabilidad, el sector necesita disponer de herramientas eficaces, seguras y adaptadas a esta nueva realidad.

En este escenario, los bioestimulantes se han convertido en una pieza fundamental en el sector agrícola. Según el Reglamento (UE) 2019/1009, son productos que estimulan los procesos naturales de la planta para mejorar la eficiencia en el uso de nutrientes, aumentar la tolerancia al estrés abiótico, mejorar la calidad del cultivo o facilitar el acceso a nutrientes inmovilizados en el suelo. Una definición técnica compleja que en la práctica se traduce en algo mucho más sencillo: ayudar a la planta a rendir mejor, incluso cuando las condiciones no acompañan.

Las condiciones ambientales extremas son uno de los factores más limitantes en la agricultura mediterránea. Sequía prolongada, olas de calor, heladas tardías, salinidad o suelos degradados ponen a prueba la capacidad de los cultivos para desarrollarse con normalidad, y es aquí donde los bioestimulantes entran en juego: ayudan a que la planta mantenga su actividad fisiológica en situaciones adversas, reducen el impacto del estrés abiótico y facilitan una recuperación más rápida.

En términos prácticos, esto significa que un cultivo más resiliente mantiene mejor su floración, cuaja con mayor estabilidad, conserva la estructura de frutos, mejora la calidad de los mismos e incluso evita pérdidas, y todo ello marca la diferencia para la viabilidad de la explotación agrícola.

## ■ SUELOS VIVOS: CULTIVOS MÁS PRODUCTIVOS CON MENOS RECURSOS

La sostenibilidad ya no es sólo una cuestión medioambiental; es una necesidad productiva. En un contexto en el que el agua disponible disminuye y los fertilizantes minerales están sujetos a ciertas restricciones, producir más con menos es imprescindible.

Los bioestimulantes permiten mejorar la eficiencia en la absorción de nutrientes, reducir pérdidas por lixiviación y optimizar el uso del agua. Además, favorecen la disponibilidad de nutrientes inmovilizados presentes en el suelo que la planta no puede aprovechar por sí misma.



**Para seguir produciendo con estabilidad y mantener la rentabilidad, el sector necesita disponer de herramientas eficaces, seguras y adaptadas a esta nueva realidad**

**Los bioestimulantes aportan una ventaja estratégica ya que reducen la dependencia de insumos externos, permiten mantener rendimientos estables con menores aportes, y contribuyen a un uso más racional de los recursos limitados**

**Un bioestimulante funciona mejor cuando se utiliza adecuadamente. Por eso es clave que el agricultor conozca qué producto necesita en función de sus necesidades, del objetivo que persiga, y cuándo y cómo debe aplicarlo**

Todo ello contribuye a que cada recurso sea utilizado de una forma más eficaz, algo especialmente crítico en las zonas de regadío mediterráneas.

El suelo hace tiempo que no se considera simplemente un soporte para la agricultura, ahora tiene un papel estratégico y determinante en la productividad. Su degradación, su pérdida de estructura o la disminución de materia orgánica suponen una amenaza directa para la sostenibilidad agrícola. Muchos bioestimulantes actúan sobre la rizosfera, reactivando la microbiota, mejorando la estructura del suelo y aumentando su capacidad de retención hídrica. Un suelo vivo no sólo alimenta mejor al cultivo; también lo protege, lo equilibra y le permite expresar todo su potencial productivo a largo plazo.

## ■ INFLUENCIA DEL CONTEXTO INTERNACIONAL

Los últimos años han demostrado hasta qué punto la agricultura depende de factores globales que quedan fuera del control del agricultor: conflictos internacionales, precios de la energía, confinamientos, y tensiones en el mercado mundial de materias primas... Esta situación ha afectado especialmente al coste y disponibilidad de fertilizantes convencionales. Todo esto presenta una situación privilegiada para los bioestimulantes, que aportan una ventaja estratégica ya que reducen la dependencia de insumos externos (en ocasiones de países con acceso complicado), permiten mantener rendimientos estables con menores aportes, y contribuyen a un uso más racional de los recursos limitados.

La sostenibilidad, entendida también en un contexto económico, debe aportar al agricultor herramientas que reduzcan su vulnerabilidad ante cambios externos. La rentabilidad depende cada vez más de la capacidad del cultivo para mantenerse productivo y estable ante condiciones complicadas, y los bioestimulantes son una herramienta que ayuda a conseguirlo.

## ■ INNOVACIÓN PRÁCTICA APLICADA A LA AGRICULTURA

El sector de los bioestimulantes es uno de los más innovadores de la agricultura europea. España, y especialmente las empresas asociadas de AEFA, son un referente en investigación, desarrollo y exportación de biosoluciones. La inversión en innovación permite diseñar productos específicamente dirigidos a las condiciones mediterráneas: cultivos intensivos, falta de agua, suelos calizos, temperaturas extremas y ciclos productivos muy exigentes.

Una de las líneas de innovación más prometedoras es la línea de bioestimulantes microbianos, con capacidad para mejorar la disponibilidad de nutrientes, modular la microbiota del suelo y aumentar la resiliencia del cultivo, sin generar residuos, y bajo los más estrictos requerimientos que aseguran la seguridad de los productos para la salud humana, animal y del medio ambiente. Los microorganismos como bioestimulantes son una herramienta altamente tecnológica con un enorme potencial que será clave para los próximos años.

## ■ CONFIANZA Y EVIDENCIA CIENTÍFICA: COMPRENDER PARA DECIDIR

Un punto esencial, que es necesario poner en valor, es que los

bioestimulantes que se comercializan legalmente en Europa han demostrado su eficacia mediante ensayos y analíticas exigidos por el Reglamento (UE) 2019/1009. Esto significa que detrás de cada producto con marcado CE hay estudios científicos, ensayos en campo, datos concluyentes corroborados por una validación realizada por un organismo independiente acreditado. La industria nacional trabaja con un alto nivel de exigencia, ensayos agronómicos rigurosos y unos estándares de seguridad muy estrictos. Todo esto asegura al agricultor que el producto que utiliza tiene una base científica sólida y que su resultado está probado, aportando un alto nivel de calidad y confianza.

Un bioestimulante funciona mejor cuando se utiliza adecuadamente. Por eso es clave que el agricultor conozca qué producto necesita en función de sus necesidades, del objetivo que persiga, y cuándo y cómo debe aplicarlo. Desde AEFA consideramos que es vital mejorar la comunicación, la formación y la transferencia de conocimiento, para que el agricultor pueda integrar estas herramientas de forma práctica y eficiente. Cuanto más entiende el agricultor el bioestimulante, más valor obtiene del producto. Y esa es la base de la sostenibilidad real.

Desde la asociación queremos además reiterar la necesidad de que los bioestimulantes se deben impulsar desde la administración nacional y europea, con políticas que potencien su uso, con ayudas que faciliten su implementación en las prácticas tradicionales de los agricultores, y con un marco legislativo adecuado a la innovación que permita su acceso al mercado de manera ágil y eficiente. No es aceptable que la regulación sea el principal obstáculo de una industria líder a nivel mundial.

La agricultura del futuro necesita urgentemente herramientas que aumenten la resiliencia de los cultivos, optimicen y protejan los recursos naturales y garanticen la viabilidad económica de las explotaciones. Los bioestimulantes cumplen exactamente esas funciones. Son soluciones científicas, prácticas y orientadas a los problemas reales del campo. Ayudan a producir más y mejor, con menos recursos, y lo hacen respetando el suelo, el agua y el entorno, pilares fundamentales de la sostenibilidad.

Desde AEFA trabajamos impulsando la innovación, la calidad y la divulgación técnica para que estas herramientas lleguen a todo el sector y contribuyan a una agricultura más eficiente y sostenible.

(\*) *Directora General de AEFA*



# Mercabarna avanza en su proyecto fotovoltaico

El objetivo es crear un sistema de autoconsumo energético

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

REPower Mercabarna-Energía, es el proyecto que responde al plan de descarbonización y mejora de la eficiencia energética de Mercabarna a través del uso de energía fotovoltaica. A este proyecto, iniciado en 2022, se sumaron las 600 empresas situadas en el recinto alimenticio.

Mercabarna y el ayuntamiento de Barcelona, a través del programa municipal MES Barcelona, promovieron REPower-Mercabarna-Energía para reducir el impacto medioambiental de la actividad de las empresas del gran mercado e impulsar la competitividad de las 600 pymes del recinto.

**A finales de año, cuando el proyecto esté terminado, se dispondrá de una potencia de 18 MWp**

**Cubrirá el 25% de las necesidades energéticas de este gran mercado**

Este proyecto tiene como objetivo situar placas fotovoltaicas en todas las empresas ubicadas en Mercabarna —600 empresas mayoristas de alimentos frescos y congelados— para crear un sistema de autoconsumo en el recinto alimentario, que cubrirá el 25% de las necesidades energéticas de este gran mercado.

A finales de este 2025, cuando el proyecto esté terminado, se dispondrá de una potencia de 18 MWp producida por una superficie total de 360.000 m<sup>2</sup> de placas fotovoltaicas, situadas en las cubiertas de los edificios del recinto alimenticio. Esto supondrá el ahorro de unas 6.000 toneladas anuales de CO<sub>2</sub> a la atmósfera.

**FASES**

El proyecto tiene dos fases. La primera contempla la instalación de placas fotovoltaicas en las cubiertas de todos los edificios públicos propiedad de Mercabarna: las siete naves del Mercado Central de Frutas y Hortalizas, el pabellón del Mercado Central del Pescado, Mercabarna-flor, el Biomarket, un parking en altura y dos edificios que albergan empresas alimentarias. También la comercialización de la energía en las empresas, producción y suministro.

De esta primera fase sólo falta empezar a producir la energía fotovoltaica e iniciar el suministro a las empresas, lo que se hará antes de finalizar el año.

La segunda fase supone que las 400 empresas restantes adheridas al proyecto instalen las placas fotovoltaicas en las cubiertas de los edificios de su propiedad

en Mercabarna. En estos momentos el 70% de estas empresas ya lo han hecho, y el resto tienen tiempo de hasta 31 de diciembre de 2025.



**Una imagen de las placas fotovoltaicas instaladas en las cubiertas. / MERCABARNA**



ANIVERSARIO 1975 - 2025

**Anecoop**

+ 20.000  
AGRICULTORES  
NACIONALES

61  
SOCIOS  
COOPERATIVOS

+1  
MILLÓN DE  
TONELADAS  
COMERCIALIZADAS  
ANUALMENTE

NO ES SÓLO  
UN LOGO

SON GRANDES  
LOGROS

PRESENCIA EN  
**74**  
PAÍSES

+90  
TIPOS DE FRUTAS,  
HORTALIZAS  
Y VINOS

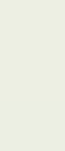
POR OTRO MEDIO SIGLO CON

**RACIONES  
DE VIDA PARA  
EL CAMPO**

PRODUCTO  
NACIONAL  
de temporada

PRODUCTO  
COOPERATIVO

SABOR  
AUTÉNTICO  
DEL CAMPO



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

• Limitando el ABANDONO  
de los CAMPOS

• Facilitando el RELEVO  
GENERACIONAL

JULIÁN HERRÁIZ / Director general de AgroFresh Fruit Protection

# “Sin postcosecha no hay sostenibilidad real”

*Julián Herráiz empieza esta entrevista con una afirmación que marcará toda la conversación: “La postcosecha es el eslabón silencioso, pero crítico, de la cadena agroalimentaria”. Muchas veces se obvia esta fase tan trascendental cuando se habla de producción sostenible cuando lo cierto es que “se perdería una parte importante del valor creado en campo y se desaprovecharían recursos naturales y económicos”. Sobre cómo “hacer menos, pero mejor” en postcosecha desde la experiencia de AgroFresh hablamos en una entrevista en la que Herráiz no olvida señalar que “La tecnología sin diálogo se queda corta”.*

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** ¿Qué papel desempeña la postcosecha dentro de la cadena agroalimentaria para garantizar la sostenibilidad?

**Julián Herráiz.** La postcosecha es el eslabón silencioso, pero crítico, de la cadena agroalimentaria. Si producir bien en campo es importante, hacerlo llegar en buenas condiciones al consumidor con el mínimo desperdicio es igual de significativo para la sostenibilidad.

Una buena gestión postcosecha permite reducir mermas y desperdicio alimentario, aprovechar mejor cada kilo producido, optimizar el uso de recursos (agua, fertilizantes, energía, tierra, mano de obra) y alargar la vida comercial de la fruta y la verdura. Eso se traduce en una mejor planificación de las campañas, evitar sobreofertas puntuales, reducir rechazos en destino y optimizar la logística, incluida la huella de carbono asociada al transporte.

En resumen: sin postcosecha no hay sostenibilidad real, porque se perdería una parte importante del valor creado en campo y se desaprovecharían recursos naturales y económicos.

**VF.** ¿Qué ocurriría si no se aplicasen productos y tecnología postcosecha en frutas y hortalizas? ¿Cómo afectaría a la sostenibilidad el proceso?

**JH.** Sin tecnología postcosecha, el sistema sería mucho más ineficiente. Habría más pudriciones y mermas en centrales hortofrutícolas, durante el transporte y en el punto de venta. Las ventanas comerciales serían mucho más cortas, obligando a vender rápido, muchas veces a menor precio o asumiendo pérdidas. También habría un mayor porcentaje de fruta que no llega al consumidor, o llega con una calidad inferior.

Desde el punto de vista de sostenibilidad, esto se traduce en que para entregar la misma cantidad de fruta en buen estado habría que producir mucho más, con mayor uso de agua, fertilizantes, fitosanitarios, energía y superficie agrícola. Es decir, mayor presión ambiental para lograr el mismo resultado.

La postcosecha bien aplicada permite hacer más con menos: menos desperdicio, más valor añadido, mejor aprovechamiento de recursos y menor huella de carbono por kilo comercializado.

**VF.** ¿Podría ponernos algún ejemplo de tecnología de AgroFresh que colabore en el éxito de una gestión sostenible?

**“No se trata sólo de alargar vida útil, sino de hacer más eficiente todo el sistema agroalimentario”**

**JH.** Un ejemplo muy claro es la tecnología SmartFresh™ de AgroFresh. Es el tratamiento con 1-MCP más reconocido en el mercado global. Patentado por AgroFresh, registrado y homologado, lleva más de 20 años ayudando a productores de todo el mundo a conservar la calidad de sus frutas, modulando la acción del etileno y ayudando a mantener la firmeza, el color y la calidad interna de frutas como manzana, pera, kiwi o caqui durante más tiempo.

¿Y dónde está la sostenibilidad? Por una parte, en que se reduce de forma muy significativa el desperdicio a lo largo de la cadena. Además, se aprovecha mejor la capacidad de conservación de las cámaras, optimizando tiempos y energía. Al final se ofrece al consumidor una fruta de mayor calidad en más momentos de la campaña, facilitando la planificación comercial.

Otro ejemplo son nuestras soluciones de recubrimientos comestibles a base de plantas como VitaFresh™ Botanicals que son sostenibles y se producen utilizando estándares certificados de “sistema de gestión ambiental” ISO 14001. Ayudan a reducir la deshidratación, las mermas y, en algunos casos, permiten disminuir el uso de envases plásticos o ciertos tratamientos, contri-



Julián Herráiz: “La postcosecha bien aplicada permite hacer más con menos”. / ÓO

**“La clave es hacer menos, pero mejor. La química en postcosecha hoy no se entiende como “más productos”, sino como soluciones cada vez más específicas, más seguras y mejor controladas”**

buyendo así a una postcosecha más sostenible y alineada con las demandas del mercado y de la distribución.

**VF.** ¿Cómo se conjugan la química y la sostenibilidad ambiental teniendo en cuenta cómo se desarrollan y qué materias activas

incluyen los productos que hoy en día comercializan empresas como AgroFresh?

**JH.** La clave es hacer menos, pero mejor. La química en postcosecha hoy no se entiende como “más productos”, sino como soluciones cada vez más

**“La sostenibilidad es un filtro transversal en toda nuestra I+D”**

específicas, más seguras y mejor controladas, acompañadas de servicios técnicos y de análisis de datos.

En AgroFresh trabajamos con materias activas y formulaciones que están sometidas a una exhaustiva evaluación regulatoria en la UE y a nivel global. Se aplican con protocolos muy ajustados, con dosis optimizadas. Y siempre buscan un equilibrio entre eficacia, seguridad para el usuario y el consumidor, y respeto ambiental.

Además, complementamos la química con herramientas digitales como FreshCloud™ facilitando la toma de decisiones y mejorando la calidad, la rentabilidad y la sostenibilidad de los productos en toda la cadena de valor. La monitorización permite aplicar sólo lo necesario, cuando es necesario. El futuro es la combinación de química responsable, biotecnología, recubrimientos, soluciones físicas y análisis de datos, para construir sistemas postcosecha más sostenibles y basados en ciencia.

**VF.** ¿En qué líneas de investigación está trabajando actualmente AgroFresh y cómo influye la sostenibilidad en las mismas?

**JH.** La sostenibilidad es un filtro transversal en toda nuestra I+D. Algunas líneas prioritarias son:

- Nuevas tecnologías para reducir desperdicio alimentario en diferentes especies y mercados.
- Desarrollo de recubrimientos y formulaciones avanzadas que ayuden a conservar mejor la fruta, con menor impacto ambiental.
- Integración de plataformas digitales y análisis de datos (monitorización de atmósferas, calidad de fruta, trazabilidad de lotes) para optimizar decisiones en tiempo real.
- Investigación en soluciones que permitan adaptarse al cambio climático, por ejemplo, frente a nuevas fisiopatías o condiciones de cultivo y almacenamiento más extremas.

En todas estas líneas, la pregunta que nos hacemos es: “¿ayuda esta tecnología a usar mejor los recursos, a reducir mermas y a aportar valor a toda la cadena?”. Si la respuesta no es clara, no es una prioridad.

**VF.** Estamos en plena campaña nacional de cítricos, ¿qué requisitos les ponen los operadores para cumplir con el desafío de la sostenibilidad?

**JH.** Los operadores de cítricos nos piden, cada vez más eficacia demostrada con el foco en la reducción de mermas y reclamaciones. Tienen que ser soluciones compatibles con los requisitos de la distribución europea y con las listas de sustancias restringidas. Además, requieren soporte técnico y documental para responder a auditorías de sostenibilidad, trazabilidad y seguridad alimentaria.

Los operadores necesitan opciones que faciliten optimizar procesos: menos manipulaciones, mejor planificación de entrada y salida de fruta, uso eficiente de cámaras y líneas. Y necesitan alternativas tecnológicas que permitan diversificar mercados (exportaciones lejanas, nuevas ventanas comerciales) minimizando el riesgo.



Las materias activas y formulaciones de AgroFresh se someten a exhaustivas evaluaciones regulatorias. / AGROFRESH

**“Nuestra misión en cítricos es acompañar con tecnologías de conservación, proporcionar apoyo para el manejo del etileno, control de podredumbres y soporte técnico que ayuden a cumplir estos requisitos de forma rentable y sostenible”**

Nuestra misión en cítricos es acompañar con tecnologías de conservación, proporcionar apoyo para el manejo del etileno, control de podredumbres y soporte técnico que ayuden a cumplir estos requisitos de forma rentable y sostenible.

**VF.** La comunicación también tiene su importancia en estos procesos, ¿cómo trabajan con sus clientes para poder trabajar alineados con sus objetivos?

**JH.** La tecnología sin diálogo se queda corta. Por eso, en AgroFresh trabajamos con una relación muy cercana con centrales, operadores y productores. Empezamos por escuchar sus objetivos: reducción de mermas, acceso a nuevos mercados, requisitos concretos de cadenas de retail, certificaciones, etc.

Después diseñamos juntos protocolos adaptados a cada realidad (variedad, zona, instalaciones, mercados de destino) y acompañamos con formación continua a los equipos de almacén, calidad y producción. Finalmente, compartimos datos, resultados de ensayos y experiencias de otros mercados, siempre desde un enfoque técnico y transparente.

El objetivo es que nuestras soluciones estén plenamente integradas en su estrategia de sostenibilidad y no se vean como un “parche”, sino como una palanca de mejora.

**VF.** ¿Cuál es el camino que ha de seguir la postcosecha para seguir siendo pilar fundamental de la producción sostenible?

**JH.** Entendemos que la postcosecha debe avanzar en tres direcciones principales:

1. Reducir aún más el desperdicio en toda la cadena, con tecnologías que sean efectivas, medibles y adaptables a distintos mercados.

2. Integrarse con los datos y la digitalización, para tomar decisiones basadas en información real sobre calidad, atmósferas, temperaturas, tiempos y destinos.

3. Diversificar herramientas: combinar química responsable, soluciones físicas, biológicas, recubrimientos y servicios técnicos.

También es clave que la postcosecha se comunique mejor: explicar que cada punto de desperdicio evitado es un ahorro de recursos y una mejora real de la sostenibilidad. No se trata sólo de alargar vida útil, sino de hacer más eficiente todo el sistema agroalimentario.

**VF.** ¿AgroFresh se identifica con esa línea?

**JH.** Sí, totalmente. AgroFresh nació precisamente con la misión de ayudar a que la fruta llegue al consumidor con la mejor calidad posible, reduciendo el desperdicio alimentario. Esa sigue siendo nuestra razón de ser, ahora en un contexto donde la sostenibilidad es una prioridad global.

Trabajamos para ofrecer a la cadena hortofrutícola soluciones basadas en ciencia y en datos, con un enfoque integral que combina tecnología postcosecha, servicios técnicos y herramientas digitales. Queremos

ser un aliado de largo plazo para productores, centrales y operadores que apuestan por una producción más eficiente, rentable y sostenible, desde el campo hasta la mesa.

La postcosecha es parte de la solución y en AgroFresh asumimos esa responsabilidad como eje central de nuestra estrategia.



La comunicación representa un papel importante en la relación con el cliente. Herráiz apunta al respecto que “la tecnología sin diálogo se queda corta. Por eso trabajamos con una relación muy cercana con centrales, operadores y productores”. / ÓO

**CAÑAMÁS**  
desde 1929  
**Cítricos de calidad**  
con el sabor de siempre

Facebook X LinkedIn BIODIVERSITY GROW IFS Food GLOBALG.A.P. QR code



Cañamás Hermanos apuesta por una agricultura responsable basada en técnicas que respetan el medio ambiente y mejoran la eficiencia. / CAÑAMÁS HERMANOS

VICENT ANTONI / Director de Operaciones de Cañamás Hermanos

# “La sostenibilidad no es un coste, sino una inversión estratégica”

*Para Cañamás Hermanos, la sostenibilidad no es un añadido: es un modelo integral que atraviesa toda la empresa. Desde la agricultura de precisión hasta la transformación digital en almacenes, pasando por la eficiencia energética, la reducción de residuos y la apuesta por el capital humano, la compañía trabaja para producir de manera más responsable, eficiente y resiliente. Con Vicent Antoni, director de Operaciones, descubrimos cómo la innovación tecnológica y la colaboración con agricultores y proveedores se convierten en motores de un modelo productivo que busca conciliar respeto medioambiental, rentabilidad y adaptación a los retos del cambio climático.*

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.  
**Valencia Fruits.** ¿Qué significa la sostenibilidad para Cañamás Hermanos?

**Vicent Antoni.** Para nosotros, la sostenibilidad constituye un modelo operativo integral que atraviesa toda la empresa. La abordamos desde la eficiencia productiva, la responsabilidad medioambiental y el compromiso social.

Es cierto que, desde el campo, a veces se vive la paradoja de que la propia búsqueda de la sostenibilidad está volviendo la producción cada vez más insostenible. Aun así, en Cañamás Hermanos tenemos claro que debemos adaptarnos a lo que exigen la sociedad y la legislación. No hay alternativa si queremos asegurar el futuro del sector.

**VF.** ¿Cómo se aplica esta estrategia de sostenibilidad en las diferentes áreas de actividad de la empresa?

**VA.** En nuestro caso, la sostenibilidad empieza en el campo. Apostamos por una agricultura responsable basada en técnicas que respetan el medio ambiente y mejoran la eficiente, como el riego automatizado y los sensores de humedad de alta precisión, diseñados para afinar al máximo la gestión hídrica en explotaciones de gran escala. También trabajamos para que los tratamientos fitosanitarios mantengan el equilibrio del ecosistema a través de las cubiertas vegetales y el diseño de estrategias de control integrado que combinan la parte biológica y la química desde una visión global. Y, además, aplicamos técnicas de manejo sostenible del suelo que ayudan a preservar la fertilidad,

reducir la erosión y favorecer la biodiversidad del suelo.

En nuestros almacenes se ha invertido en fuentes de energía renovable, especialmente paneles solares, para reducir la huella de carbono del envasado. Además, hemos implementado un sistema innovador de limpieza de cajas que nos está permitiendo alcanzar ahorros de agua muy significativos.

Otro aspecto clave es la reducción de residuos en toda la cadena de valor, promoviendo el reciclaje y la reutilización de materiales, así como el uso de envases más sostenibles.

Por último, la sostenibilidad para Cañamás también tiene una dimensión social. Así, fomentamos el empleo local, las buenas condiciones laborales y el apoyo a iniciativas sociales y deportivas (como el Torneo Internacional de Fútbol COTIF) en línea con los ODS.

**VF.** ¿Qué papel juega la innovación tecnológica en el impulso de la sostenibilidad dentro de Cañamás Hermanos?

**VA.** La innovación tecnológica es uno de los pilares fundamentales de nuestro modelo de sostenibilidad. Nos permite integrar eficiencia, trazabilidad y respeto medioambiental en todos los niveles de la cadena de valor. Gracias a herramientas de Agricultura 4.0, como los sistemas de control en tractores o los sensores sónar, conseguimos optimizar el uso de recursos naturales y disminuir nuestra huella de carbono.

La innovación también se aplica en la postcosecha, mediante una clasificación óptica, un control de calidad automati-



Vicent Antoni afirma que la empresa trabaja activamente en la transmisión de sus valores sostenibles a agricultores y proveedores. / CAÑAMÁS HERMANOS

**“Gracias a las herramientas de Agricultura 4.0 hemos podido optimizar el uso de recursos naturales con mucha más precisión durante nuestros procesos”**

zado y un sistema de trazabilidad digital completa. Este punto se ha visto reforzado en 2025 con la renovación del almacén de Oliva con la tecnología más avanzada, lo que se traduce en una mejora del rendimiento industrial, una reducción de mermas y una producción más limpia y eficiente.

Creo que es importante destacar que la innovación funciona gracias al capital humano. Un equipo motivado y comprometido es la fuerza impulsora detrás

de todos estos cambios tecnológicos, por eso fomentamos el desarrollo profesional y una comunicación abierta donde el equipo se sienta escuchado y respetado.

**VF.** ¿Cómo se traslada este compromiso a los agricultores y proveedores?

**VA.** En Cañamás Hermanos, la sostenibilidad no se limita a sus propias operaciones, sino que se concibe como una estrategia transversal y compartida, que abarca a toda la cadena de

**“La innovación tecnológica es uno de los pilares de nuestro modelo de sostenibilidad”**

suministro. Por ello, la empresa trabaja activamente en la transmisión de sus valores sostenibles a agricultores y proveedores, fomentando un modelo colaborativo que combina competitividad, responsabilidad y mejora continua.

Parar ello se establecen unos requisitos agronómicos y ambientales que acaban deviniendo en relaciones comerciales estables con proveedores que comparten los mismos valores medioambientales y sociales.

**VF.** En un contexto de cambio climático y costes al alza, ¿qué medidas están adoptando para garantizar una producción más resiliente?

**VA.** En el escenario actual —marcado por el cambio climático, la escasez de agua y el incremento del coste energético y de los insumos— hemos adoptado un enfoque integral basado en la resiliencia agronómica, tecnológica y económica. Y lo hacemos acompañados por instituciones como la Universidad Politécnica de Valencia y centros de investigación como el IVIA, con los que mantenemos colaboraciones constantes que facilitan una transición eficiente entre modelos productivos.

En la práctica, esto se traduce en un sistema de gestión hídrica avanzada, en la diversificación y adaptación varietal al estrés climático y en la aplicación de una agricultura regenerativa que dote a los cultivos de capacidad para soportar condiciones adversas.

Estas medidas nos permiten construir un modelo productivo más resiliente, eficiente y sostenible, capaz de adaptarse a los retos globales sin comprometer la calidad ni la competitividad en los mercados internacionales.

**VF.** ¿Cree que sostenibilidad y rentabilidad pueden ir de la mano o siguen siendo conceptos difíciles de conciliar?

**VA.** En empresas como Cañamás Hermanos, la sostenibilidad ya no se entiende como un coste, sino como una inversión estratégica que impulsa la eficiencia, la resiliencia y la rentabilidad a largo plazo. Lejos de ser incompatibles, ambos conceptos se retroalimentan dentro de un modelo de negocio responsable, innovador y preparado para los desafíos del futuro.

**VF.** ¿Qué retos o asignaturas pendientes tiene aún la empresa en su estrategia de sostenibilidad?

**VA.** El principal reto es mantener y hacer crecer el equipo de trabajo que está liderando el proceso de cambio y que consideramos es nuestro mayor valor productivo, priorizamos la creación de un ambiente positivo y oportunidades de crecimiento que están contribuyendo a captar y retener el talento.

En cuanto a nuestro compromiso con la conservación del entorno rural y la lucha contra el cambio climático, en Cañamás Hermanos tenemos pendiente de ejecución un ambicioso proyecto de mejora de las condiciones de las zonas forestales que están integradas en las fincas de la empresa, y que abarcan una superficie de 2.307,32 hectáreas.

# La postcosecha como pilar de la sostenibilidad

► JORGE BRETÓ. (\*)

La sostenibilidad se ha convertido en uno de los ejes que articulan el futuro del sector agroalimentario, pero después de tantos años observando de cerca la cadena de suministro, tengo cada vez más claro que una parte esencial de ese futuro no se juega únicamente en el campo. Se decide justo después de la recolección, donde realmente se determina cuánta fruta llegará al consumidor y cuánta se perderá por el camino. Y cuando uno ve las cifras, entiende la magnitud del desafío.

La FAO estima que el mundo pierde un tercio de todos los alimentos producidos, y que en frutas y hortalizas las pérdidas alcanzan el 45%. Buena parte de ese desperdicio ocurre precisamente en la postcosecha. Según un artículo reciente de POSTHA basado en datos de GFK, sólo en cítricos españoles, si la fruta no recibiera los tratamientos adecuados, las pérdidas por pudrición ascenderían a 214 millones de euros, 228 millones si añadimos la pérdida de peso y hasta 640 millones si consideramos la desmejora del aspecto. Frente a estas cifras, un adecuado manejo postcosecha (como el que permiten tecnologías de precisión de Citrosol) se convierte en una inversión con un retorno extraor-

dinario: por cada euro invertido, la postcosecha devuelve diez.

Este dato revela algo que personalmente considero fundamental: la postcosecha es un pilar de la sostenibilidad. Cada kilo de fruta que se conserva evita repetir todo el ciclo agrícola que habría hecho falta para reemplazarlo. Ese ahorro invisible (agua, fertilizantes, energía, horas de trabajo, transporte) es quizá la contribución más poderosa del sector postcosecha. Y esa contribución no sería posible sin las innovaciones introducidas en la última década.

Hoy la postcosecha funciona con mucha más precisión que hace unos años: contamos con datos en tiempo real, automatización y sistemas de control que ayudan a reducir errores. Un buen ejemplo es el Sistema Vertido Cero, que cambió la forma de manejar los caldos de tratamiento. Antes era habitual renovar los caldos de tratamiento después de procesar unas pocas decenas de toneladas; después de la introducción de esta tecnología, ese mismo caldo pudo empezar a mantenerse estable durante días. Sólo este avance permite ahorrar más de 13 millones de litros de agua al año y evitar la generación equivalente de aguas residuales.

El siguiente paso en esta evolución lógica ha sido el desarrollo

del CATSystem®, una solución en la que Citrosol ha invertido muchos recursos y que supone un antes y un después en la gestión de los tratamientos. Este sistema lleva la reutilización del agua a su máxima expresión y, además, optimiza casi por completo el uso de fungicidas: mantiene las concentraciones de materias activas dentro del rango óptimo, midiendo y corrigiendo en tiempo real, y evitando así la variabilidad provocada por errores humanos, absorciones o degradaciones del caldo de tratamiento. El resultado es un proceso más estable, preciso y optimizado, que se traduce en un menor desperdicio.

Pero la sostenibilidad no se limita al agua. Una de las claves para frenar el desperdicio reside en la fisiología de la fruta tras la recolección. Aquí los recubrimientos juegan un papel decisivo. La pérdida de peso es una merma comercial enorme: fruta deshidratada, fruta que pierde firmeza, fruta que se descarta. Soluciones como el recubrimiento vegetal PlantSeal®, marcan una diferencia real. Estudios recientes muestran que reduce la pérdida de peso en un 50%, esto se traduce en que, en un solo contenedor de naranjas, pueden venderse hasta 450 kilos más de fruta. Para el sector, supone un ahorro enorme en mermas



ocultas y un uso más eficiente de los recursos. Además, PlantSeal® reduce hasta en un 85% los daños por frío, uno de los grandes enemigos de la calidad en largos tránsitos. También disminuye el ablandamiento, manteniendo la firmeza durante la comercialización y reduciendo reclamaciones y descartes. En una cadena de suministro tan exigente como la actual, estos avances son esenciales.

La sostenibilidad también pasa por la seguridad alimentaria. En ese ámbito, los Sistemas Citrocide® han supuesto una auténtica revolución en el lavado higiénico de frutas y hortalizas, tanto en producto entero como en IV gama, donde las exigencias microbiológicas son especialmente altas. Estos sistemas garantizan la higiene continua del agua, reducen drásticamente el consumo y los vertidos asociados y, además, contribuyen de forma decisiva al control del podrido y presencia de mohos en

algunos cultivos como el pimiento, tomate y aguacate. Es un ejemplo claro de cómo sostenibilidad y seguridad pueden avanzar juntas, reforzándose mutuamente.

En realidad, todas estas innovaciones responden a un mismo principio que comparto plenamente: la sostenibilidad no se alcanza solo con la reducción del uso de fitosanitarios, sino perdiendo menos. Tampoco tiene sentido reducir el uso de fitosanitarios considerados seguros para el consumidor, si esto conlleva un incremento de las pérdidas durante la distribución, o incluso una menor producción. Cada kilo de fruta salvado es un kilo que no necesita volver a producirse; cada litro de agua reutilizada es un litro de agua residual que no generamos; cada tonelada que llega a destino sin mermas es una tonelada de emisiones evitadas.

(\*) CEO de Citrosol



## Perfecta, del árbol a tu mesa.

Desde los más pequeños hasta los más exigentes, Clemenlola conquista por igual. **Dulce, fácil de pelar y con extra de zumo para disfrutar sin prisas, en casa o donde sea. Lo mejor: ¡llega antes que ninguna!**



clubvvp.com

## OPINIÓN

# La paradoja de la avispa

El 90% de los kakis que producimos en España crecen en la comarca de La Ribera Alta en Valencia. Somos la referencia en Europa. Sin embargo, la producción de kakis en esta comarca ha disminuido los últimos años debido a dos causas: la mayor incidencia de fenómenos meteorológicos adversos, como la sequía de 2023-24 o la DANA de octubre de 2024, y la gran abundancia de plagas.

Durante mi última etapa como investigador en el grupo de entomología del IVIA pudimos identificar una pequeña avispa, de menos de un milímetro, con potencial para regular las poblaciones de una de las principales plagas que afecta al

kaki, el cotonet del kaki. En los últimos años, hemos trabajado, junto con el Servicio de Sanidad Vegetal de la Generalitat Valenciana, para criar y liberar esta avispa, como ya lo hemos hecho para controlar otras especies de cotonets.

Desafortunadamente, nuestro trabajo ha sido en vano porque el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico no ha autorizado la cría y suelta de la avispa. La razón: esta avispa, que lleva más de 40 años en la cuenca mediterránea, se considera exótica y, por lo tanto, puede crear problemas al medioambiente. Problemas que no ha creado durante 40 años. Así que a nuestros agricultores y

agriculturas sólo les queda tratar repetidamente con insecticidas para poder controlar al cotonet, en lugar de liberar la avispa.

Con la historia de esta pequeña avispa quiero ilustrar la importancia que tienen la investigación y la política para que nuestros agricultores y agriculturas tengan soluciones prácticas y económicas que son respetuosas con el medioambiente.

Desde el IVIA vamos a continuar trabajando para buscar soluciones a los problemas a los que se enfrenta nuestra agricultura, siempre pensando en lo mejor para la agricultura y el medioambiente. Vamos a trabajar para encontrar nuevos métodos biológicos y biotecnológicos

que mejoren el control de plagas y enfermedades, disminuyendo así el uso de plaguicidas. Vamos a acompañar al sector agrario valenciano en la búsqueda de cultivos alternativos, así como de nuevas variedades y patrones de cítricos, kaki y aguacate que se adapten a las altas temperaturas y bajas precipitaciones que estamos sufriendo como consecuencia del cambio climático. Vamos a potenciar el uso de sensores para optimizar el uso del agua y fertilizantes y el de drones y satélites para la detección temprana de diversas fitopatologías. Vamos a trabajar para disminuir el desperdicio de alimentos mejorando los métodos de postcosecha. Vamos a diseñar y probar nuestra

estructuras y dietas para mejorar el bienestar y alimentación animal en nuestras explotaciones ganaderas.

Para alcanzar estos objetivos, tenemos la suerte de contar con la ayuda del sector agrario valenciano y del resto de instituciones públicas que, como el IVIA, trabajan para adaptar nuestra agricultura a los nuevos retos. Todos estos cambios permitirán diversificar los ingresos y fortalecer los ecosistemas valencianos. Sin embargo, todos estos desarrollos sólo se podrán implementar si no encuentran barreras regulatorias, con escaso respaldo técnico, como le ha ocurrido a la avispa del kaki.

(\*) Director del IVIA



Por ALEJANDRO TENA (\*)

# Bioiberica reafirma su compromiso con la innovación sostenible

La firma celebrará su 50 aniversario presentando Terra-Sorb radicular SymBiotic® en el Biostimulant World Congress



Terra-Sorb radicular SymBiotic® es un bioestimulante que combina L-α-aminoácidos con un microorganismo beneficioso para mejorar la productividad de los cultivos y promover una agricultura sostenible. / BIOIBERICA

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Bioiberica conmemora su 50 aniversario reafirmando su compromiso con la innovación sostenible en el ámbito de las ciencias de la vida. Este hito marca cinco décadas de trabajo pionero, promoviendo soluciones alineadas con la sostenibilidad y la economía circular.

Como parte de esta celebración, la compañía participará activamente del 2 al 4 de diciembre en el Biostimulant World Congress en Barcelona, uno de los eventos más relevantes del

sector, donde presentará su último avance en bioestimulación de cultivos: Terra-Sorb radicular SymBiotic®.

## ■ ECONOMÍA CIRCULAR

En línea con su apuesta por la innovación, Bioiberica lanzó en 2024 Terra-Sorb radicular SymBiotic®, un nuevo bioestimulante que marca un hito en la evolución de su portfolio. Esta solución combina biomoléculas de alto valor biológico con un microorganismo beneficioso del suelo mediante la innovadora tecnología

Priming Tech™, potenciando la asimilación de nutrientes y garantizando una agricultura más eficiente, productiva y respetuosa con el medioambiente.

Con este lanzamiento, Bioiberica amplía su propuesta de valor y reafirma su modelo productivo pionero basado en la economía circular. Desde hace cinco décadas, la compañía transforma coproductos en moléculas de alto valor para la salud vegetal, demostrando cómo la innovación puede ir de la mano de la sostenibilidad.

Según explican desde Bioiberica, “la economía circular es nuestra forma de trabajar y entender el futuro. Todo nuestro modelo productivo aprovecha al máximo cada recurso natural para alargar su vida útil y reducir los residuos al mínimo. También hemos optimizado procesos para utilizar energía eléctrica 100% renovable, reutilizar el 30% del agua en las instalaciones industriales y reducir el consumo de materias primas auxiliares mediante sistemas de recuperación”.

Este producto representa una evolución de Terra-Sorb® radicular, el bioestimulante más emblemático y veterano de Bioiberica, pionero en la aplicación de bioestimulación en sistemas de fertirrigación. Esta nueva formulación es la propuesta de la compañía a los desafíos actuales de la agricultura global, que demanda soluciones eficaces sin comprometer la sostenibilidad.

A través de soluciones como Terra-Sorb radicular SymBiotic®, Bioiberica consolida su posición como referente en bioestimulación vegetal, ofreciendo respuestas eficaces y sostenibles a los desafíos presentes y futuros de la agricultura.



Trabajadores del Foodback clasificando los productos. / MERCABARNA

# Foodback es el centro de aprovechamiento alimentario de Mercabarna

Se trata de un proyecto de bioeconomía circular que forma parte del sistema de gestión de residuos del mercado

► **ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.**

Foodback es el centro de aprovechamiento alimentario de Mercabarna, una iniciativa pionera en el mundo que pretende combatir el desperdicio alimentario en el gran mercado. Se trata de un proyecto de bioeconomía circular que forma parte del sistema de gestión de residuos de Mercabarna, que tiene un gran impacto social y colaborativo y promueve además la inserción laboral.

Inaugurado en febrero de 2022, el pasado 2024 se recuperaron 837 toneladas de frutas y hortalizas, aportadas por 92 empresas mayoristas de Mercabarna, que han sido distribuidas entre 116.077 personas vulnerables, a través de 305 asociaciones sociales de la red del Banc dels Aliments.

Además, 8,5 toneladas de las frutas y hortalizas recuperadas se destinaron a la elaboración de 14.196 unidades de cremas, mermeladas y zumos que han sido repartidos también entre las citadas entidades sociales.

## ■ OBJETIVO

El objetivo de Foodback es combatir tres emergencias: la climática, la social y la económica. La recuperación de alimentos disminuye el impacto del sistema alimenticio en el medio ambiente. De hecho, se calcula que este sector emite un tercio de los gases de

efecto invernadero, y el derroche alimentario es el segundo factor al que se pueden asociar estas emisiones.

Los excedentes de frutas y hortalizas de los mayoristas se recogen en una nave de 900 metros cuadrados que Mercabarna construyó específicamente para este tema. Allí, se eligen los alimentos que pueden tener una segunda vida y se separan de los que van al punto verde para materia orgánica. Esta tarea la realizan personas en situación de vulnerabilidad que trabajan en la Fundación Formació i Treball. El Banc dels Aliments es quien coordina la instalación y organiza la distribución para que los alimentos lleguen a las personas que más lo necesitan de Barcelona y su área metropolitana.

Además de estas dos entidades, el proyecto Foodback de Mercabarna cuenta también con la colaboración de la Asociación de Empresas Mayoristas de Mercabarna (Assocomer); Cáritas Diocesana de Barcelona; Cruz Roja de Cataluña; Alimenta, proyecto impulsado por el Ayuntamiento de Barcelona; la conselleria de Acció Climàtica, Alimentació y Acció Rural de la Generalitat de Catalunya; la Fundación “la Caixa” y las 600 empresas de Mercabarna que aportan los alimentos excedentarios.

# Arranca CAPRIKAKI, un proyecto para valorizar los destríos del kaki

El objetivo es emplear el kaki como materia prima para alimentar al ganado caprino y obtener productos lácteos sostenibles de gran calidad funcional

## ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El sector del kaki sigue buscando alternativas para dar valor a la fruta que por diversos factores no tiene salida comercial en el mercado en fresco, y mejorar de esta forma la rentabilidad de un cultivo en el que los costes de producción se van incrementando en cada campaña. Fruto de esta inquietud, en octubre de este año se ha puesto en marcha CAPRIKAKI, denominación del proyecto titulado 'Valorización del destrío de kaki (Diospyros kaki) para alimentación de proximidad de caprino lechero y la producción de lácteos de cabra sostenibles en un entorno de bioeconomía circular en la Comunidad Valenciana'.

En el proyecto, de tres años de duración, intervienen investigadores de la Comunidad Valenciana de la Universidad Miguel Hernández (UMH), la Universidad Politécnica de Valencia, y la Universidad Católica San Vicente Mártir, junto a científicos de la Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Autónoma de Yucatán (México) y Università degli Studi di Sassari (Italia). Como entidades colaboradoras en el estudio participan la Asociación Española del Kaki (AE-KAKI), la DOP Kaki Ribera del Xúquer y la cooperativa Alimer.

Como describen Gema Romero Moraleda y José Ramón Díaz Sánchez, Catedráticos de la Universidad Miguel Hernández y coordinadores del proyecto, el objetivo es emplear el kaki como materia prima para, mezclado con otros subproductos, alimentar al ganado caprino y obtener productos lácteos de gran calidad funcional.

"Si los resultados del proyecto son positivos, obtendremos una leche y derivados lácteos de gran calidad producida con materia prima de proximidad. Todos son beneficios. El consumidor podrá contar con productos de composición más saludable. El agricultor recibirá un ingreso por una fruta que antes no podía comercializar y que incluso supone un coste porque se convierte en un residuo que hay que eliminar de una forma sostenible, atendiendo a la normativa vigente. Y el ganadero de la Comunidad Valenciana contará con una fuente de alimentación más barata que la convencional, y que contribuirá a mejorar la salud y el bienestar animal. Con este tipo de iniciativas se fomenta la sostenibilidad medioambiental y económica del sector agroalimentario y se contribuye a promover una bioeconomía circular basada en productos mediterráneos valencianos", explica Gema Romero Moraleda.

## ■ EL PROCESO

Para conseguir valorizar el destrío de una fruta como el kaki, que acumula un 85% de agua de media, el procedimiento adecuado de conservación es el ensilado. Este proceso baja el pH del producto debido a la producción de ácido láctico y otros ácidos por



Destrío de kakis. / UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ

las bacterias. Este descenso del pH es un paso clave en la conservación, ya que inhibe el crecimiento de microorganismos perjudiciales, ayuda a estabilizar el material, y posibilita conservar el producto durante un largo periodo de tiempo. De esta forma se consigue alargar la vida útil de un subproducto como el kaki para destinarlo a la alimentación animal, en este caso el ganado caprino.

Según expone José Ramón Díaz Sánchez, Catedrático de la Universidad Miguel Hernández, el primer año del proyecto se dedicará a analizar la viabilidad del proceso de ensilado, para garantizar que el producto obtenido conserva las mismas propiedades desde el principio hasta el final del ciclo. En una segunda fase se realizarán pruebas en nuestras instalaciones con un grupo reducido de animales para determinar la cantidad adecuada de este producto que se puede aportar en la dieta de los rumiantes sin que afecte a sus condiciones de salud y a las propiedades de la leche.

Posteriormente se realizará una prueba a largo plazo, durante una lactación completa, para comprobar a mayor escala cómo afecta la incorporación del

**Con este proyecto, el consumidor gana salud, el agricultor obtiene ingresos por fruta antes residual y el ganadero una alimentación más económica que mejora la salud y el bienestar animal global**

**"Este tipo de iniciativas fomentan la sostenibilidad medioambiental y económica del sector agroalimentario y promueve una bioeconomía circular basada en productos mediterráneos valencianos"**

**El proyecto CAPRIKAKI avanza y busca trasladar conocimiento para que productores de kaki puedan valorar instalar plantas piloto de ensilado y así valorizar su destrío frutal**

nuevo producto a la dieta, tanto por su efecto en los animales como en la producción de leche y otros productos lácteos derivados. En esta parte del proyecto participará la Universidad Politécnica de Valencia, ya que ellos también cuentan con una granja con cabras.

Por último, el escalado industrial se realizará en Alimer, cooperativa ubicada en la locali-

dad murciana de Lorca, que ya cuenta con una planta de ensilado industrial.

"En el caso de este proyecto que acaba de arrancar, el proceso ya se ha comenzado a desarrollar en el laboratorio donde se están realizando pequeñas pruebas de ensilado, donde fundamentalmente se analiza el porcentaje adecuado de kaki, otros forrajes y subproductos, y algunos

inoculantes que empleamos en este proceso. Una vez que tomemos la decisión de cuál es la mejor mezcla, pasaremos a una segunda fase, la generación, con la maquinaria adecuada, de microsilos que pesan aproximadamente unos 500 kilos. Todavía no hemos concluido cuál es la mezcla adecuada, pero el objetivo es emplear dentro de esas 'latas de conserva' la mayor cantidad posible de kaki", indica José Ramón Díaz Sánchez.

"La primera parte del estudio —añade el coordinador del proyecto— consiste en analizar cuál es el porcentaje de kaki máximo que podemos emplear en cada tonelada de ensilado y estudiar cuál es el procedimiento que debemos utilizar para que el producto se conserve el mayor tiempo posible. Nuestro objetivo es poder contar con producto durante todo el año, es decir, que no falte entre campañas".

Por su parte, Gema Romero Moraleda apunta que "el sentido del proyecto es aumentar la vida útil de un subproducto que si lo dejas a la intemperie, sin meterlo en una cámara, se pudre deteriora en tres o cuatro días. Este tratamiento puede permitir poder utilizarlo, por lo menos, durante un año, siendo apto durante este periodo de tiempo para la alimentación de animales".

De hecho, añade la coordinadora del proyecto, "en otros subproductos con los que hemos trabajado, como por ejemplo la alcachofa o el orujo de uva, los silos aguantan más de 24 meses sin perder calidad. Esto nos permite desestacionalizar la producción. La campaña de kaki dura apenas tres meses, y la vida útil de la fruta fuera de las cámaras es corta, pero con el proceso de ensilado pretendemos garantizar la disponibilidad de un producto destinado a alimentación animal, en cuya elaboración se emplea esta fruta de otoño, durante todo el año".

El proyecto CAPRIKAKI ya ha arrancado y está en marcha la página web <https://caprikaki.umh.es>, que se irá implementando con más información a medida que avance el proyecto de investigación.

"Nuestro objetivo final es transferir conocimiento al sector, y en este caso concreto que los productores de kaki, en un momento dado, puedan sopesar la posibilidad de poner en marcha una planta piloto de ensilado en sus instalaciones para valorizar el destrío de esta fruta", concluye José Ramón Díaz Sánchez.



Microsilos de otros subproductos agroalimentarios elaborados en la Universidad Miguel Hernández. / UMH

MARI CARMEN MORALES / Directora de Calidad y Sostenibilidad del Grupo Anecoop

# “Nuestros socios están haciendo más por la sostenibilidad de lo que ellos mismos creían”

*Dos años después de su lanzamiento, el Observatorio de Sostenibilidad de Anecoop empieza a dibujar un mapa real y comparable del impacto social, económico y ambiental de sus cooperativas. Con 30 entidades ya incorporadas, la herramienta avanza hacia la automatización del dato y abre nuevas vías para mejorar la gestión en campo. Mari Carmen Morales, directora de Calidad y Sostenibilidad de Anecoop, explica en esta entrevista cómo este proyecto está redefiniendo la forma de medir, coordinar y demostrar la sostenibilidad dentro del grupo.*

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. El Observatorio de Sostenibilidad de Anecoop se presentó en 2023 y en 2024 completó su fase piloto. Dos años después, ¿qué balance hacen del proyecto y qué aprendizajes han sido más reveladores?

**Mari Carmen Morales.** El balance es, sin duda, muy positivo. Hemos pasado de una fase piloto con seis socios de Anecoop involucrados a contar actualmente con 30. Puede parecer que sigue siendo sólo la mitad —Anecoop tiene 61 socios—, pero en realidad están dentro los más estratégicos.

No ha sido sencillo implicar a cooperativas y empresas tan diversas. El principal reto fue darnos cuenta de que el concepto de sostenibilidad no estaba bien entendido en toda su dimensión. Y ese ha sido uno de los trabajos más exigentes: realizar talleres individualizados para cada socio y conseguir su compromiso real.

En cuanto a los aprendizajes, hemos identificado varios puntos clave. El primero es que nuestros socios —y diría que muchas empresas del sector— están haciendo más por la sostenibilidad de lo que ellos mismos creían. ¿El motivo? El desconocimiento inicial de los tres pilares que la conforman: el ambiental, el social y el económico. Entender que los tres son igual de importantes ha sido un descubrimiento compartido.

Otro hito ha sido conseguir un marco común de referencia. Hemos establecido una metodología homogénea, válida para todos, que desarrolla y explica 200 indicadores para medir de manera completa esos tres pilares. Contar con ese “lenguaje común” nos permite tener una fotografía comparable entre todos los socios de Anecoop.

También hemos comprobado que la formación es imprescindible. Formación en gobernanza, en descarbonización, en cómo poner en valor las certificaciones que ya tenemos y que aportan a la sostenibilidad... Durante el proceso hemos detectado una enorme necesidad de capacitación.

Y, finalmente, la comunicación. Comunicar bien hacia fuera es evidente, porque también es una herramienta de marketing; pero comunicar hacia dentro ha

sido igual de importante: al equipo de Anecoop, al personal de las cooperativas e incluso, poco a poco, a los agricultores, que son quienes más están sufriendo toda esta transición.

**VF.** En esta nueva etapa, el Observatorio amplía su alcance a más socios y trabaja en la automatización de datos. ¿Qué avances concretos están viendo en la toma de decisiones o en la eficiencia de las explotaciones?

**MCM.** La automatización completa llegará en 2026. Ahora mismo ya contamos con la plataforma de datos para introducir información directamente y, a final de este año, la pondremos a disposición de los socios. A partir de su lanzamiento, durante 2026, trabajaremos ya en la automatización del dato.

En cuanto a los avances en la toma de decisiones, el progreso es todavía tímido, pero empiezan a verse señales claras. Más allá de la sorpresa inicial al identificar acciones sociales y económicas que ya realizábamos sin ser totalmente conscientes —como quién dispone de plan de igualdad, cuánto empleo local generamos o qué parte del beneficio empresarial se revierte en el territorio—, la plataforma nos permite poner en valor toda esa información que antes estaba dispersa o poco visibilizada.

A nivel más ligado al agricultor, los datos empiezan a mostrar diferencias entre cooperativas: algunas están avanzando más en mejoras de gestión del agua, mientras que otras aún tienen recorrido. Esto está generando una especie de “sistema neuronal” en el que unas entidades aprenden de otras a partir de sus prácticas.

Otro aspecto clave es que el Observatorio está permitiendo detectar necesidades de proyectos específicos. Un ejemplo es la huella de carbono de producto, un dato que no existe actualmente. Para cubrir ese vacío hemos puesto en marcha un proyecto transversal para todos los productores de kaki, en colaboración con la Universidad de Valencia y el IRTIC (Instituto Universitario de Investigación en Robótica y Tecnologías de la Información y la Comunicación). El objetivo es desarrollar una metodología específica para medir la huella de carbono del kaki, un producto estratégico para Anecoop, y que servirá como banco de pruebas.

Esa información aportará valor tanto al agricultor como a la media del propio producto. Es el primer proyecto clave, pero no será el único.

**VF.** Anecoop fue pionera en sostenibilidad con naturane y hoy trabaja con criterios ASG y herramientas digitales. En un contexto donde todos hablan de



Morales insta a implicar al agricultor en los proyectos de sostenibilidad. / ANECOOP

**“Los datos empiezan a mostrar diferencias entre cooperativas: algunas están avanzando más en mejoras de gestión del agua, mientras que otras aún tienen recorrido”**

**“Para mantener un liderazgo real es clave entender cuál es nuestra realidad y, sobre todo, la de nuestra base social: qué necesidades tiene, qué problemáticas afronta y cómo puede mejorar sus sistemas productivos”**

sostenibilidad, ¿cómo se mantiene el liderazgo y se evita caer en el discurso estándar?

**MCM.** Para mantener un liderazgo real es clave entender cuál es nuestra realidad y, sobre todo, la de nuestra base social: qué necesidades tiene, qué problemáticas afronta y cómo puede mejorar sus sistemas productivos. Y, además, cómo podemos poner en valor todas las dimensiones de su trabajo —la social, la económica y la ambiental—, no sólo la última.

En ese sentido, el Observatorio de Sostenibilidad de Anecoop es la evolución natural de naturane. Yo siempre digo que este proyecto es un naturane 4.0.

Nuestras cooperativas llevan décadas generando riqueza en sus territorios; han sostenido

el empleo, han permitido que el agricultor se desarrolle... y nunca hemos puesto todo eso en valor. Ahora sí lo estamos haciendo, pero desde una óptica objetiva, medible, contrastable y transparente. Ese es precisamente el valor añadido del Observatorio: disponer de indicadores y KPIs que nos permiten demostrar con datos lo que antes quedaba en intuiciones o relatos.

**VF.** Gestionar una estrategia común de sostenibilidad entre entidades tan diversas no debe ser fácil. ¿Qué mecanismos de coordinación o gobernanza están poniendo en marcha para mantener esa coherencia de grupo?

**MCM.** Para mí, lo fundamental ha sido definir los KPIs junto con los propios socios. Contamos con alrededor de 200 indicadores —medioambientales, socioeconómicos y de gobernanza— y el hecho de que podamos medirlos todos con los mismos criterios es lo que garantiza esa coherencia. Gracias a ello podemos ver dónde está cada cooperativa de forma individual y, a la vez, cómo se comporta el grupo en su conjunto. A partir de ahí, se detectan deficiencias, puntos de mejora y se pueden activar planes comunes basados en datos objetivos. El Observatorio nos permitirá comprobar si avanzamos todos en la misma línea.

Otro elemento clave es la gobernanza del dato: asegurar que sea fiable y de calidad. En este sentido, el Observatorio está alineado con la estrategia del dato del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública como un espacio de datos de confianza que cumple al



Anecoop, junto a la Universitat de València y el IRTIC, desarrolla una metodología específica para medir la huella de carbono del kaki, un proyecto transversal para todos sus productores. / JULIA LUZ

100% con la normativa estatal y europea en materias de calidad, soberanía del dato, seguridad e interoperabilidad. Y para garantizarlo contamos con un equipo técnico cualificado dedicado al seguimiento y la verificación de toda la información.

**VF.** Desde el punto de vista del agricultor, ¿la sostenibilidad sigue viéndose como una obligación costosa o empieza a percibirse como una inversión que mejora su rentabilidad y posicionamiento?

**MCM.** La mayoría todavía lo ve como una obligación costosa. Aun así, empiezan a aparecer brotes tímidos de percepción de rentabilidad, pero siempre ligados a proyectos muy concretos.

Un ejemplo claro es el proyecto que desarrollamos para crear un banco de pruebas de sensores destinados a optimizar el riego. Probamos distintos modelos en nuestros campos de experiencias y seleccionamos uno por su relación calidad-precio y por el servicio y asesoramiento que ofrecía la empresa detrás del producto. Una vez identificado el más adecuado desde el punto de vista técnico y profesional, regalamos varias unidades a dos cooperativas socias de Anecoop para que las instalaran en los invernaderos de algunos de sus agricultores.

Sólo con el boca a boca del ahorro en agua y fertilizante —en torno al 30%—, al año siguiente fueron 300 agricultores los que solicitaron esos sensores. Y hoy ya hay más de 3.000 instalados.

La lectura es clara: hay que demostrar los beneficios. Muchos proyectos vinculados a la sostenibilidad terminan ofre-



El objetivo del proyecto en colaboración con el IRTIC es desarrollar una metodología específica para medir la huella de carbono del kaki, un producto estratégico para Anecoop, y que servirá como banco de pruebas. / JULIA LUZ

ciendo eficiencia y eficacia, pero es necesario evidenciarlo en la práctica. La clave está en detectar la necesidad y mostrar el resultado.

**VF.** El sector agroalimentario está bajo creciente presión normativa y social para demostrar resultados medibles. ¿Cómo afronta Anecoop la necesidad de cuantificar su impacto y comunicarlo con transparencia?

**MCM.** Las obligaciones hay que cumplirlas, porque no podemos hacer otra cosa. Puede que algunas las cumplamos mejor y otras peor, pero debemos avanzar paso a paso e ir mejorando continuamente.

En nuestro caso, llevamos publicando la memoria de RSC del Grupo Anecoop desde 2009, y desde hace cuatro años también publicamos la memoria EINF (Estado de Información No Financiera). De modo que cual-

**“Continuaremos optimizando nuestras actuaciones apoyándonos en los valores cooperativos. La clave es seguir midiendo los tres pilares y observar hacia dónde nos conduce su interacción”**

**“El Observatorio de Sostenibilidad de Anecoop está permitiendo detectar necesidades de proyectos específicos”**

quier persona puede consultar qué hacemos y qué no hacemos.

Además, Anecoop ha sido galardonada en 2024 con la medalla de plata de EcoVadis, la plataforma de evaluación de sostenibilidad empresarial que analiza criterios medioambientales, sociales y de gobernanza. Esta medalla significa que estamos dentro del 15% superior

de las más de 150.000 empresas evaluadas por EcoVadis. Algo estaremos haciendo bien.

Nuestra intención es seguir trabajando en esta línea, muy atentos a la legislación y comprometidos con una comunicación transparente y basada en datos.

**VF.** Mirando al futuro, ¿dónde sitúan ahora el equilibrio entre lo ambiental, lo social y lo económi-

co? ¿Hacia qué modelo de sostenibilidad se encamina Anecoop en los próximos años?

**MCM.** Hoy todavía no tenemos una solución definitiva sobre cuál debe ser el equilibrio exacto entre los tres pilares. Ese equilibrio lo iremos viendo conforme avance el movimiento que está generando el Observatorio. Lo que sí tenemos claro es que, para Anecoop, lo más importante es asegurar la máxima rentabilidad de nuestros agricultores, y esa rentabilidad está directamente ligada al concepto de sostenibilidad.

Evidentemente, seguiremos respetando y adaptándonos a los cambios normativos y legislativos, y continuaremos optimizando nuestras actuaciones apoyándonos en los valores cooperativos. La clave es seguir midiendo los tres pilares y observar hacia dónde nos conduce su interacción. Al final, es un círculo que se retroalimenta: si no hay una buena gobernanza, la empresa no funciona; si la empresa no funciona, no puede ser sostenible, aunque sea excelente ambientalmente; y si no somos rentables, nuestros agricultores no podrán seguir. Del mismo modo, si no cuidamos el medio ambiente, tampoco podrán continuar porque la tierra se degradará.

Por último, pero no por ello menos importante, debemos mantenernos como banco de pruebas para nuestros agricultores. Tenemos que seguir invirtiendo en ello: capacitarlos, transferir conocimiento y demostrarles, con resultados, cómo pueden mejorar sus prácticas para obtener mayor rentabilidad.

**ALCOAXARQUÍA**

**Productores 12 meses del año,  
expertos en aguacates y mangos  
de sabor único**

[www.alcoaxarquia.com](http://www.alcoaxarquia.com)

# Corette: desde Michigan, una revolución sostenible para el cultivo de cerezo

► GIUSEPPE RUTIGLIANO (\*)

El cultivo del cerezo siempre ha despertado un notable interés en el sector hortofrutícola. Y, actualmente, ha cosechado los frutos de una combinación de diversos factores, como el creciente aprecio del producto por parte del consumidor, la innovación varietal y la mejora del modelo de cultivo. La innovación varietal, con la conquista de la autofertilidad, la mejora de los perfiles organolépticos, la vida útil, el color, el calibre y la ampliación del calendario de maduración aportado por las nuevas variedades, ha contribuido mucho al crecimiento de este sector.

Hemos pasado de las antiguas formas en vaso con grandes plantas a nuevos modelos de alta densidad (600-1.200 plantas/ha), para llegar a densidades altísimas (hasta 4.000 plantas/ha) con plantaciones peatonales que facilitan la recolección, siempre manual pero sin necesidad de escaleras, todo al alcance del recolector. Sin embargo, esta evolución del sector no se ha completado de forma definitiva como ha ocurrido en otras especies, como el manzano o el peral, lo que sin duda se debe a la falta de referencias en cuanto a los patrones utilizados actualmente en el mundo del cerezo.

## ■ NUEVOS MODELOS PARA UNOS CULTIVOS MODERNOS

La evolución de las formas hacia sistemas bidimensionales resulta ser la elección obligada si el sector del cerezo quiere seguir creciendo en términos de rentabilidad y atraer nuevas inversiones y recursos. Los modelos de cultivo de alta densidad responden a la necesidad de implementar soluciones de cerezo de precisión, desde la introducción de equipos de gestión autónoma hasta la simple racionalización de las operaciones de poda, gestión del



Giuseppe Rutigliano. / AGROMILLORA

suelo y del follaje, que se simplifican mucho con los modelos en pared, elementos imprescindibles para la sostenibilidad y el crecimiento del sector.

Desde Michigan llega una posible solución: Corette, la serie de patrones de cerezo que incluye Clinton, Cass, Crawford, Lake, Claire, cada uno con una vigorosidad y características distintas que los distinguen, pensados para satisfacer las necesidades del cerezo moderno. La serie Corette, por tanto, puede utilizarse en plantaciones en pared de densidad media, alta y superalta, capaces de adaptarse a todas las formas de cultivo elegidas por el agricultor.

En los últimos años se han realizado numerosas pruebas comerciales en distintas zonas de España (Cáceres, Mequinenza, Huesca) e Italia (Bari, Sammichele di Bari, Vignola) para normalizar y validar el uso de estos patrones. Los resultados preliminares son muy interesantes, considerando las condiciones climáticas extremas de los últimos años con veranos secos y ausencia de precipitaciones. Todos los patrones han reaccionado muy bien al estrés hídrico y a las altas temperaturas, desafíos que el cultivo moderno de cerezos debe afrontar si quiere avanzar.

## ■ CASS, CRAWFORD Y LAKE FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

Esto se debe a la genética: si se compara la serie Corette con otros materiales comúnmente utilizados para cultivos de alta densidad, es fácil notar que ante el mínimo estrés hídrico y al superar los 32 grados, los ápices vegetativos de las plantas con patrones no Corette tienden a detenerse rápidamente y entrar en estrés de forma significativa. Esta era una de las grandes limitaciones que tenía el modelo en pared en zonas típicas del sur de España o Italia, donde la ausencia de patrones adecuados para estos ambientes había bloqueado, de hecho, la introducción o el paso a modelos bidimensionales.

Hoy esto es posible con la serie Corette: patrones que soportan mejor estas condiciones climáticas (estrés hídrico y temperaturas elevadas) para poder normalizar el modelo incluso en latitudes inferiores. Es difícil definir e identificar el patrón perfecto, porque no existe, de lo contrario serían inútiles los esfuerzos del mundo científico por encontrar nuevos. Pero sí existen patrones que se adaptan mejor a las condiciones climáticas, necesidades nutricionales y al modelo de cultivo que se desea establecer.

Para quienes buscan precocidad en la maduración, la palabra clave es Cass. Este presenta una vigorosidad contenida, intermedia entre G-5 y G-6, excelente para plantaciones en pared o en maceta con vigor reducido, con entrada en producción muy temprana y una maduración anticipada estimada entre 4-6 días, diferenciándose claramente de los demás patrones de la misma serie. Este adelanto en la maduración de los frutos es muy evidente con variedades



Los sistemas bidimensionales son la elección obligada si el sector del cerezo quiere mejorar su rentabilidad y atraer nuevas inversiones y recursos. / AGROMILLORA

tempranas como Nimba, Sweet Aryanna, etc., acompañado de un incremento significativo del calibre de estos, llegando a un aumento que puede alcanzar el 27% si se compara con patrones como el Prunus Mahleb, referencia en los ambientes de cultivo del sur de Italia. En este punto se pueden abrir reflexiones mucho más importantes sobre cómo satisfacer la demanda de una variedad específica proponiéndola al mercado, pero produciéndola con patrones distintos, ampliando el calendario de oferta y conquistando una mayor fidelidad del cliente hacia esta.

Para quienes buscan vigor intermedio y rusticidad, la solución es Crawford, que presenta una vigorosidad similar a G-6, muy rústico y adecuado para condiciones de suelo no óptimas. Parece prometedor para condiciones de replantación y ciclos de reimplantación en la misma parcela. Posible uso para plantaciones en maceta o en eje, entrada temprana en fructificación sin afectar la producción ni

el tamaño y peso de los frutos, soportando muy bien también variedades medio tardías y autofértiles que tienden a sufrir por exceso de producción.

Una situación intermedia está representada por Lake, que presenta buena rusticidad, aunque menor que Crawford, pero determinando un ligero adelanto en la maduración de los frutos, se configura como un buen patrón intermedio que combina un poco todas las necesidades del fruticultor experto.

## ■ PERSPECTIVAS PROMETEDORAS PARA LA SERIE CORETTE

Se trata aún de primeras evaluaciones que requieren más años de pruebas y experimentaciones para confirmar estos datos, pero haber distribuido las pruebas en distintas zonas con diferentes variedades nos permite ser optimistas sobre esta serie de patrones que sin duda impulsará este mercado de gran interés.

(\*) Responsable del canal Viveros Italia de Agromillora

# Peris reduce casi 4 t de plástico al año y apuesta por las etiquetas removibles

La compañía implanta etiquetas removibles en toda su línea de IV gama

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Vicente Peris continúa dando pasos firmes en su estrategia de sostenibilidad aplicada a los envases de IV gama, que comercializa bajo la marca Frutifresh. Tras las mejoras iniciadas en 2024, la compañía ha logrado reducir casi 3.800 kilos de plástico al año, duplicando la cifra del año anterior, gracias a la sustitución de tarrinas por modelos más ligeros. Además, ha culminado la implantación de etiquetas removibles en el total de sus referencias, facilitando el reciclaje por parte del consumidor.

Este avance forma parte de una estrategia sostenida en el tiempo que la empresa desarrolla desde hace varios ejercicios,

con el objetivo de reducir progresivamente la huella ambiental de sus envases, reciclados y 100% reciclables, sin comprometer la calidad ni la seguridad del producto.

La otra gran novedad de 2025 ha sido la implantación de etiquetas removibles en las tarrinas de Frutifresh. Este cambio permite separar fácilmente el papel del envase, lo que facilita al consumidor la gestión de residuos y aumenta la recuperación de materiales reciclables.

Las nuevas etiquetas están impresas con tintas al agua, libres de disolventes y con menor impacto ambiental. Peris mantiene su apuesta por el uso de etiquetas, en lugar de la se-



Las nuevas etiquetas de Peris tienen un menor impacto ambiental. / VICENTE PERIS

grafía sobre plástico, ya que este sistema favorece el reciclado posterior y permite separar fácilmente los materiales. En total, la compañía utiliza cerca de 4 millones de etiquetas al año, equivalentes a unos 1.600 kg de papel que ahora son totalmente reciclables.

Según Alberto Montaña, director general de Vicente Peris: "La sostenibilidad es para nosotros una línea de trabajo constante, no una meta. Cada año analizamos dónde podemos mejorar: en materiales, en diseño, en logística o en procesos. Este tipo de decisiones, aunque puedan parecer pequeñas, tienen un gran impacto global cuando se mantienen en el tiempo".

Con estas acciones, Peris avanza en su objetivo de alinear sus envases con la filosofía de su producto: fruta fresca, natural, práctica y respetuosa con el medio ambiente.

La empresa continuará en 2026 con nuevas inversiones para seguir reduciendo el peso de las tarrinas y los films de envasado.

► MERCEDES IBORRA (\*)

El sector agroalimentario vive uno de los momentos más determinantes de su historia reciente. La variabilidad climática, la presión sobre los costes, la competencia internacional, las nuevas exigencias comerciales y la necesidad de producir con más rigor han elevado el listón. Hoy, la pregunta clave no es si producimos bien, sino si estamos tomando decisiones con el nivel de precisión que exige una empresa agrícola moderna.

En este contexto, la digitalización no es una moda tecnológica. Es una herramienta de gestión. Una forma de dirigir. Una palanca estratégica. Las empresas que están avanzando más rápido no la han adoptado por tendencia, sino porque han entendido que decidir con datos es decidir con menos riesgo, más claridad y más rendimiento.

■ UN MODELO DE DECISIÓN MÁS SÓLIDO

La agricultura profesional ya no depende exclusivamente de la observación intuitiva. La información generada en campo permite leer el cultivo con otro nivel de profundidad: entender cómo se comporta el suelo, cómo responde cada variedad a los cambios climáticos o dónde una finca concentra sus inconsistencias productivas.

En cultivos estratégicos, esta anticipación es crítica. En viñedo, identificar situaciones favorables al mildiu antes del síntoma visible permite actuar cuando la ventana de intervención es realmente eficaz. En pistacho, identificar riesgos climáticos o fúngicos es crítico. En cítricos, registrar variaciones tempranas en vigor o estrés es clave para adelantarse al cotonet y reducir daños. No es tecnología por tecnología, es gestión del riesgo.

■ NUTRICIÓN: PRECISIÓN QUE SE TRADUCE EN MARGEN

La fertilización es una de las decisiones con más impacto directo

# Dirigir con datos: la nueva ventaja competitiva para una agricultura sostenible



Mercedes Iborra, cofundadora de VisualNACert. / VISUALNACERT

en productividad y rentabilidad. Integrar balances de nutrientes, mineralización y objetivos productivos en un motor de cálculo no solo optimiza insumos: mejora la respuesta del cultivo y reduce variabilidad.

Las empresas que aplican este enfoque ven resultados: menos alternancia en almendro, calibres más estables en

cítricos y una planificación nutricional más coherente con la fisiología del cultivo. La eficiencia no es gastar menos, es invertir donde el cultivo devuelve valor.

■ EL AGUA COMO RECURSO ESTRATÉGICO

El riego ya no puede gestionarse desde la repetición o la intuición.

Las empresas que trabajan con datos hídricos fiables han reducido bloqueos en viñedo, mejorado estabilidad del fruto en cítricos y, sobre todo, han ganado un activo crítico en el contexto actual: previsión.

Gestionar el agua con información es gestionar margen de maniobra. Organizaciones más alineadas, decisiones más consistentes

La digitalización aporta eficiencia interna. Equipos técnicos, producción, calidad y comercial trabajan sobre una misma base de datos. Esto reduce dependencia de información implícita, evita decisiones contradictorias y da estructura a la gestión.

Una empresa agrícola con datos integrados no solo produce mejor, se organiza mejor.

■ ELEGIR BIEN LA PLATAFORMA: UNA DECISIÓN EMPRESARIAL

Digitalizar no es instalar una herramienta. Es definir cómo funcionará la empresa en los próximos años. Un sistema sólido debe cumplir tres premisas: Base agronómica real, no solo software. Interoperabilidad, para evitar islas de información. Capacidad de integración, desde sensores, modelos climáticos y maquinaria hasta cuadernos de campo.

A partir de ahí, la clave está en el equipo: las personas son quienes convierten los datos en decisiones. La adopción, la formación y la cultura interna son tan importantes como la tecnología. Digitalizar es tecnología, pero también cultura empresarial.

■ TRAZABILIDAD QUE GENERA VALOR, NO TRABAJO

Cuando la información está integrada, la trazabilidad deja de ser un esfuerzo administrativo y se convierte en un activo comercial. Poder explicar cómo se ha producido un lote con claridad y rigor abre puertas: certificaciones, mercados exigentes, clientes que necesitan confianza. La trazabilidad ya no es un trámite: es un argumento.

■ RESULTADOS: LO QUE YA ESTÁN CONSIGUIENDO LAS EMPRESAS LÍDERES

Las organizaciones que han incorporado digitalización como parte de su modelo empresarial están logrando: Mayor estabilidad entre campañas. Menos intervenciones innecesarias. Mejor uso de insumos clave. Decisiones con más fundamento y menos improvisación. Equipos más alineados y procesos más eficientes.

La digitalización no promete milagros. Lo que ofrece es algo más valioso: control.

■ LIDERAR REQUIERE CLARIDAD, NO COMPLEJIDAD

El sector agroalimentario no necesita discursos grandilocuentes. Necesita rigor, perspectiva y herramientas que hagan el trabajo diario más predecible, más seguro y más profesional.

La ventaja competitiva de los próximos años no estará en producir más, sino en decidir mejor. Ese fue también el impulso con el que fundé VisualNACert hace más de una década: dotar al sector de herramientas que permitan dirigir con criterio, anticipación y rigor.

Hoy, más que nunca, el liderazgo agrícola pasa por convertir la información en estrategia. Y quienes den este paso estarán situando a sus empresas en una posición de fuerza en un mercado cada vez más exigente.

(\*) Cofundadora de VisualNACert

5<sup>EDICIÓN</sup>

1<sup>a</sup> INTERNACIONAL

ENERO 2026

MARZO 2027

PROGRAMA

EXPERTO PROFESIONAL

EN BIOESTIMULANTES

Y BIOCONTROL

www.coial.org/bioestimulantes-biocontrol

ORGANIZA:

COLEGIO OFICIAL DE INGENIEROS AGRÓNOMOS DE LEVANTE

AEFA Asociación Española de Fabricantes de Agronutrientes

COLABORA:

GENERALITAT VALENCIANA

ivía Institut Valencià d'Innovació Agrària

EDEM

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

